Knjiga RADIO – MEDIJ 20. STOLJEĆA jedna je od izrazito malobrojnih objavljenih knjiga o ovom mediju u Hrvatskoj. Struka i znanost koja se bavi javnim medijima dobivaju kroz nju ključne informacije o tome što se s radijem događalo kroz povijest u tehnološkom, komunikacijskom te poslovnom pogledu te kakva budućnost očekuje radio u konkurentskom medijskom okruženju 21. stoljeća. »Šetnja« kroz povijest radija donosi niz zanimljivih spoznaja o izumima i pojedincima koji su omogućili razvoj ovog medija, o čimbenicima koji su doprinosili njegovom bržem ili sporijem tempu razvoja, o razlikama u karakteru razvoja u Americi i Europi, o etabliranju njegovih brojnih uloga koje su prepoznavali ljudi iz dominantnih društvenih sfera, posebice ekonomske i one političke. Značajne su i korisne komparacije između pojedinih medija – onog starijeg, tiska, i tada novijeg radija koji se vrlo brzo istaknuo zbog svoje dostupnosti, brzine i intenziteta djelovanja na publiku.

Prof.dr.sc. Smiljana Leinert Novosel

U opsežnom radu, zanimljivo i čitko napisanom, autorica Mučalo je istražila i konzultirala impresivan broj znanstveno-stručnih izvora i dokumenata, dokazujući da je radijski medij označio 20. stoljeće. I preživio. Štoviše, njegov društveni kapital, i danas, na početku 21. stoljeća, unatoč krupnim promjenama koje se događaju u suvremenom novinarstvu (građansko novinarstvo, konvergencija, elektronske novine, personalizirane televizije) ne gubi na svojoj važnosti za medijske korisnike.

Doc. dr. sc. Gordana Vilović

654.1(091)
1
Fakultet političkih znanosti
B8729
FPZ - KNJIŽNICA

www.agm.hr
ISBN 978-953174373-0
9 789531 743730
1/2010 kn 190,00

MARINA MUČALO • RADIO – MEDIJ 20. STOLJEĆA

tragom struke

Marina Mučalo

RADIO
MEDIJ 20. STOLJEĆA

AGM

654.1(091)
1
ID-10791

MARINA MUČALO

RADIO – MEDIJ 20. STOLJEĆA

U drugoj polovici 20. stoljeća dvije su se radiofonske škole, američka i europska, počele približavati. Prvoj je nedostajala informativnost i ozbiljnost javnih servisa, a drugoj živost i neformalnost komercijalnih programa. Uskoro je uspostavljen obrazac na kojemu, u vrijeme nastanka ove knjige, počiva ukupna svjetska radiofonija. Riječ je o radiofonskom dualizmu utemeljenom na programskim misijama javnih servisa i ko-mercijalnih programa.

U novom je digitalnom okruženju radiofonija dobila kvalitetu zvuka kakvog nikad dosad nije imala, a stari je medij svoje mjesto pronašao i na internetu uspješno koristeći sve prednosti multimedije.

Knjiga RADIO – MEDIJ 20. STOLJEĆA obuhvaća razdoblje nastanka i razvoja radijskog medija što je bio obiman i zahtjevan posao. Stoljeće povijesti i kontekstualizacije medija koji je umnogome izmijenio komunikacijsku sliku svijeta napisano je za potrebe studija radijskog medija, ali odgovore na mnoga pitanja u knjizi mogu naći i svi znatiželjnici koji koristeći radio, često zaborave na činjenicu da nije tako davno u povijesti postojalo vrijeme kad se živjelo bez stalne dostupnosti medija u osobnom okruženju i svakodnevnici.

Strogost u selekciji ljudi i događaja bila je neizbježna, usprkos mnogim vrlo zanimljivim detaljima. Usmjerena je isključivo na društveni, politički i pravni aspekt radiofonije u Europi i Americi. Ona je slika društvenog konteksta, povijesti i sadašnjosti medija, s posebnim naglascima na termine i osobnosti bez kojih razvoj medija ne bi bio moguć.

BIBLIOTEKA
TRAGOM STRUKE

UREDNICA
GROZDANA CVITAN

BIBLIOT
ZAGR
B 8729

MARINA MUČALO

RADIO
MEDIJ 20. STOLJEĆA

AGM
Zagreb 2010

Nini i Damiru

SADRŽAJ

PREDGOVOR 11

PRVI DIO:

KOMUNIKACIJA, SNIMANJE I REPRODUKCIJA 15

UVODNE NAPOMENE 15

1. ŽIČANA KOMUNIKACIJA 17

1.1. TELEGRAF 21

1.2. TELEFON 25

1.2.1. TELEFONSKI SERVISI 28

2. SNIMANJE I REPRODUKCIJA ZVUKA 32

2.1. FONOGRAF 36

2.1.1 FONOGRAFSKE KAMPANJE 48

2.2. GRAMOFON 54

2.2.1. GLAZBENA INDUSTRIJA 59

2.3. MAGNETOFON 69

3. BEŽIČNA KOMUNIKACIJA 72

3.1. NIKOLA TESLA 79

3.2. MARCHESE GUGLIELMO MARCONI 92

DRUGI DIO:

RADIO 101

UVODNE NAPOMENE 101

1. POČECI RADIOFONIJE U SVIJETU 103

1.1. RANA AMERIČKA RADIOFONIJA 109

1.2. RANA BRITANSKA RADIOFONIJA 120

2. RANA HRVATSKA RADIOFONIJA 131

2.1. RADIO ZAGREB 135

3. DRUŠTVENA ULOGA RADIJA 161

3.1. GLAZBENI SADRŽAJI 169

3.2. GOVORNI SADRŽAJI 171

3.2.1. ZABAVNI PROGRAM 173
3.2.2. INFORMATIVNI PROGRAM 180
3.2.3 OGLAŠAVANJE 189

4. POLITIČKA ULOGA RADIJA 192
4.1. RADIO U ITALIJI 194
4.2. RADIO U NJEMAČKOJ 200
4.3. ROOSEVELT: RADIJSKI PREDSJEDNIK 206
4.3.1. RADIJSKE KAMPANJE 215

5. RADIO U DRUGOME SVJETSKOM RATU 226
5.1. NJEMAČKA RATNA RADIOFONIJA 230
5.2. BRITANSKA RATNA RADIOFONIJA 235
5.3. TAJNA RATNA RADIOFONIJA 240
5.4. KRUGOVALNA POSTAJA ZAGREB 250

6. RADIO U DOBA TELEVIZIJE 258
6.1. AMERIČKA RADIOFONIJA 264
6.1.1. KOMERCIJALNA RADIOFONIJA 267
6.1.2. JAVNI SERVISI 273
6.1.3. COMMUNITY RADIO 275
6.2. BRITANSKA RADIOFONIJA 278
6.2.1. RADIO PIRATI 280
6.2.2. KOMERCIJALIZACIJA 287

7. RADIO U REPUBLICI HRVATSKOJ 291
7.1. RADIO ZAGREB OD 1945. DO 1991. 293
7.2. LOKALNA RADIOFONIJA 298
7.3. RATNA HRVATSKA RADIOFONIJA: OD 1991. DO 1993. 303
7.4. KOMERCIJALNA RADIOFONIJA 314
7.5. JAVNI SERVIS 325

8. RADIO U 21. STOLJEĆU 332

DODACI 337
DODATAK 1.: MARCONIJEVA JAHTA ELETTRA 339
DODATAK 2.: UGOVOR O INSTALACIJI I EKSPLOATACIJI JEDNE RADIOFONSKE STANICE BRODKASTINGA U ZAGREBU ILI OKOLICI 340
DODATAK 3.: POZIV NA SUPSKRIPCIJU DIONICA I UTEMELJITELJNA OSNOVA ZA OSNIVANJE RADIO ZAGREB D.D. 343
DODATAK 4.: OPĆI PROGRAM RADIOSTANICE ZAGREB 344
DODATAK 5.: UREDBA SA ZAKONSKOM SNAGOM O EKSPROPRIJACIJI ZA POTREBE RADIOFONIJENA 345
DODATAK 6.: ORSON G. WELLES I RADIODRAMA »RAT SVJETOVA« 347
DODATAK 7.: PODRIJETLO NAZIVA PIRATSKOG RADIJA RADIO CAROLINE 352
DODATAK 8.: PROPUSNICA ZA IZVJEŠTAVANJE S RATIŠTA NA TERITORIJU RH 353
DODATAK 9.: POPIS RADIJSKIH NAKLADNIKA U RH 2009. GODINE 354

POPIS SLIKA 359

LITERATURA: 367

POJMOVNIK 377

KAZALO OSOBNIH IMENA 381

PREDGOVOR

NASTAVNI, ZNANSTVENI i istraživački rad na predmetima koji su vezani uz radijski medij na Studiju novinarstva zagrebačkog Fakulteta političkih znanosti rezultirao je knjigom koju imate u rukama.

Bio je to dugotrajan posao jer sam nastojala obuhvatiti gotovo stotinu godina postojanja radijskog medija u svijetu i u nas. Tijekom pisanja pokazala se potreba za širenjem teme u područja koja na prvi pogled nemaju veze s medijem. Riječ je o razdoblju u kojem radio kao medij još nije postojao, ali ostvarene su žičana i bežična komunikacija. Pisati o radijskom mediju, a ne osvrnuti se na te komunikacijske pomake, ne bi dalo pravi uvid u razloge nastanka prvih radijskih emitiranja.

Radio nije nastao slučajno niti je Marconi (kako to obično mnogi misle) »otac« radija. Morse, Bell, Puskas, Edison, Hertz, Tesla i mnoga druga svjetski ugledna imena, svatko na svoj način, dali su tehničku, tehnološku i sadržajnu osnovu za uspostavu prvoga elektroničkog masovnog medija. U tom trenutku, dok sam tragala za »očinstvom« nad medijem, počela se otvarati lepeza informacija o ljudima i događajima davnog vremena. Svi zajedno, pojačani još mnogim poznatim imenima i širim društvenim kontekstom, dali su pravu osnovu za pisanje, analizu i daljnje istraživanje. Na kraju je nastala knjiga koja je obuhvatila razdoblje od sredine 19. stoljeća pa do danas, prvog desetljeća 21. stoljeća.

Kako se uopće dogodio radio?

Odgovor na to pitanje nije jednostavan niti brz. Pisati o uspostavi i širenju radiofonije znači stalno se osvrtati na istovremena zbivanja u društvu. Ispustiti ih ili zanemariti značilo bi okrnjiti radijsku povijest i ostaviti je bez političkih, gospodarskih i pravnih temelja. Takva bi izolacija mogla rezultirati ozbiljnim nerazumijevanjem mnogih procesa uspostave medija, a bila bi i nekorektna prema čitateljima jer bi ih lišila velikog dijela ukupne slike razvoja.

Radio je vrlo brzo nakon uspostave duboko ušao u sve sfere života, od kulture preko politike do gospodarstva i financija. Živo je sudjelovao u

usponima brojnih industrija, osobito zabavne, ali i oglašivačke te diskografske. Rabeći brzinu i obuhvatnost, izravno je utjecao na stvaranje navike informiranja, pri čemu je ponudio i vlastiti tip novinarstva.

Zbog opširnosti sve su navedene teme tražile strogost pri odabiru sadržaja za knjigu. Taj teški zadatak rezultirao je brojnim sužavanjima već napisanog teksta, pa i uklanjanjem niza potpoglavlja. Tako su sve istaknute osobe koje spominjem u knjizi ostale bez biografija. Poštedjela sam samo Marconija i Teslu za koje mislim da su, u svjetskim relacijama, ugledna i važna imena bežične komunikacije. Također radi lakšeg praćenja tijeka zbivanja u vezi s medijem izostavila sam objašnjenja razvoja brojnih strukovnih udruženja te razvoja radijske tehnike i tehnologije emitiranja. Nadam se da će ti tekstovi pronaći svoje mjesto u nekoj sljedećoj knjizi.

Međutim, radio se ne može i ne treba samo znanstveno analizirati. Mnogi se od nas, nadam se, još sjećaju velikih prijamnika prepunih različitih tipki i postavljenih na istaknuto mjesto u domu. Vjerujem da smo u dane djetinjstva ili mladosti noću slušali isti radijski program, dopuštajući tajanstvenim svjetlašcima stare radijske skale da nas odvedu u intimna raspoloženja. Podjednako tako radio je pružao i osjećaj prisutnosti, kao kad u goste stigne drag i dobrodošao stari znanac.

Iako u današnje vrijeme zvuči neuvjerljivo, nekad glazba i glasovi s radija nisu bili samo puka zvučna kulisa. Izbor »našega« radijskog programa znalo je zrcaliti glazbeno, kulturno ili političko opredjeljenje, pa i svojevrsni bunt bez kojeg nijedna mladost nije mogla biti potpuna. Iz poštovanja prema tom postojanom i nenametljivom prijatelju u tekstu sam ostavila niz »običnih« detalja koji ilustriraju upravo tu stranu radijskog medija. Iskreno se nadam da će baš te sitnice, makar na trenutak i barem nekima, uspjeti dočarati nekadašnje »radijske dane«.

U prvom sam se dijelu knjige osvrnula na izume koji su izmijenili komunikaciju 19. stoljeća. Nisam zanemarila ni uređaje kojima je prvi put u povijesti snimljen i reproduciran glas. Ključno su otkriće predstavljali Hertzovi valovi, tehnološka osnova buduće bežične komunikacije. Prepoznat kao efikasan, jednostavan i znatno jeftiniji način prijenosa informacija, *wireless* je trebao samo tehničku podlogu budućeg razvoja. Nije trebalo dugo čekati jer su umni i kreativni ljudi uspjeli osmisliti uređaje za kućnu uporabu. Umjesto Morseovih crtica i točkica u eteru se uskoro pojavila glazba i

govor. Nije prošlo dugo i već se dvadesetih godina 20. stoljeća počeo emitirati prvi službeni radijski program na svijetu. Ovdje ću samo natuknuti, kako bih potaknula čitateljsku znatiželju, da su njegovi tvorci zapravo htjeli unaprijediti prodaju kućnih uređaja za radioamatere.

Drugi dio knjige posvećen je radijskom mediju i svim njegovim razvojnim fazama. Izbor modela za istraživanje pao je na američku i britansku radiofoniju zbog njihova statusa najstarijih radiofonija, ali i načina na koje su se razvijale. Američka komercijalna radiofonija i britanski javni servis osnovni su modeli ukupnog razvoja radiofonije u svijetu.

Pisati o radiju u prvoj polovini 20. stoljeća znači stići na izvorište ranih pravila medijski posredovane verbalne i neverbalne komunikacije. Vještina se stjecala upravo pred mikrofonima stotina radijskih postaja. Radio je pokrenuo niz potpuno novih sadržaja, od kojih su mnogi postali žanrovi i uspješno su pedesetih godina prebačeni na televiziju.

Iako na početku shvaćen kao sredstvo zabave i oglašavanja (Amerika) ili kulture i obrazovanja (Europa), vrlo se brzo pokazalo kako radio može biti moćan informativni medij. Privučeni njegovom popularnošću stigli su i politički sadržaji, pa i prve izborne kampanje. Koliko radio može biti opasan najbolje je pokazao njemački režim uoči i tijekom Drugoga svjetskog rata. Tih se ratnih godina radio pokazao dragocjenim i u kriznim situacijama.

Kad je stasala televizija, činilo se kako je vrijeme radija prošlo. Međutim, nije bilo tako. Prošla je samo »zlatna era« u kojoj je bio jedini i u kojoj su ga svojatali svi za sve. Međutim, u trenutku kad se među medijima moglo birati, radio su izabrale nove, mlade generacije. Zahvaljujući novom stilu radijskih DJ-a i *rock and rollu* ponovno je postao vrlo popularan, a tranzistorska mu je tehnologija omogućila mobilnost pa je stigao i na ulice.

Sedamdesetih su se godina dvije radiofonske škole, američka i europska, počele približavati. Prvoj je nedostajala objektivnost i ozbiljnost javnih servisa, a drugoj živost i neformalnost komercijalnih programa. Tad je uspostavljen obrazac na kojemu, u vrijeme nastanka ove knjige, počiva moderna radiofonija. Riječ je o dualizmu utemeljenom na programskim misijama javnih servisa i komercijalnih sadržaja. Međutim, postoje i neki drugi vidovi radiofonije.

U knjizi su posebna poglavlja posvećena razvoju Radio Zagreba, prve radijske postaje u Hrvatskoj i u ovom dijelu Europe. Utemeljen je svega šest

godina nakon prvoga američkog radija, odnosno četiri godine nakon BBC-a. Više od osamdeset godina postojanja tog radija zaslužuje posebnu pozornost. Međutim, unatoč dugoj i uglednoj povijesti naša je radiofonija zanemarena u smislu stručnih, a osobito znanstvenih tekstova. Izuzetak čini samo rad profesora Nikole Vončine, čije knjige i danas predstavljaju dragocjen izvor podataka. Sva daljnja istraživanja vode u smjeru uglavnom novinarskih članaka o Radio Zagrebu, pri čemu su mi bili dostupni samo oni koji su pohranjeni u Nacionalnoj i Sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu.

U vrijeme kad je digitalno okruženje postalo uobičajeno, radiofonija je dobila nove dimenzije. Osim kvalitete zvuka koji nikad dotad nije imala, stigli su i brojni alati i programi za uređivanje, arhiviranje i ciljno preslušavanje radijskih sadržaja. Internet danas nudi tisuće radijskih mrežnih stranica s konvergiranim sadržajima. Naravno da je pritom »stari dobri radio« ponešto i izgubio. Međutim, valja očekivati da će nešto još i dobiti jer je virtualni svijet oduvijek bio sastavni dio radijske čarolije.

Za pisanje ove knjige korišteni su svi dostupni izvori, od knjižnica preko arhiva do baza podataka i internetskih stranica. Bogata ponuda knjiga te stručni i znanstveni radovi uglavnom su američkih i britanskih autora. Zahvaljujući internetu bilo ih je moguće, barem dijelom, pregledati i odabrati najpotrebnije. Ovdje posebno želim zahvaliti Ireni Frigo-Haltrich, voditeljici knjižnice Fakulteta političkih znanosti, čija mi je pomoć bila dragocjena. Također želim zahvaliti kolegama, profesorici Smiljani Leinert-Novosel i profesoru Ivanu Šiberu, koji su znali dati prave savjete u pravo vrijeme.

Posebno mjesto pripada fotografijama koje sam, poštujući autorska prava, preuzela iz područja namijenjenih javnom korištenju ili uz posebno dopuštenje. Osobito važnim nalazim fotografije iz hrvatske baštine koje sam uz odobrenje preuzela iz fototeke Muzeja grada Zagreba te građe pohranjene u Nacionalnoj i Sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu.

I. DIO
KOMUNIKACIJA, SNIMANJE I REPRODUKCIJA

UVODNE NAPOMENE

U RAZVOJU načina komuniciranja izum telegrafije sredinom 19. stoljeća predstavljao je revolucionarnu promjenu. Do tada se komunikacija na daljinu svodila na glasnike, golubove i svjetlosne signale pa je lako zamisliti oduševljenje kad su poslane poruke mogle stići na drugi kraj zemlje – isti dan! Vještina telegrafiranja, odnosno izučeni telegrafisti postali su traženi i dobro plaćeni radnici, podjednako kao što je gradnja telegrafskih mreža postala unosan posao.

Upravo zbog telegrafije pojam svjetske politike dobio je dodatnu dimenziju. Nova je tehnologija predstavljala snažnu podršku rastućoj industrijalizaciji i svakovrsnoj gospodarskoj ekspanziji, koje su krajem 19. stoljeća u cijelosti promijenile sliku razvijenih društava tog vremena.

Telegrafija je osobito promijenila svijet tiskanih medija. Umjesto parobroda, konjskih zaprega, željeznice i pješačenja, pa i kombinacije svega navedenog, pri čemu je vijest iz Europe putovala u Ameriku nekoliko tjedana, ovaj je »viktorijanski internet« (Chapman, 2005:118) uveo novinarstvo u globalne vode. Telegrafija je izravno utjecala na povećanje broja informacija u dnevnom obrtaju, ali i na njihovu formu. Novinarski su izvještaji postali sažetiji, konkretniji i objektivniji zbog plaćanja svake riječi koja se slala telegrafom (Fang, 1997:80-81).

Čak ni pojava telefona tridesetak godina poslije nije toliko oduševila svijet kao telegrafija. Ideja rastezanja žica između privatnih kuća i/ili stanova činila se izravnim napadom na privatnost, a verbalna komunikacija bez vizualnoga kontakta jednostavno – nepristojnom! U konačnici, telefonija je, osobito u Europi, dočekana suzdržano, dok je Amerika bila neusporedivo otvorenije tržište, izrazito praktičnog pristupa.

Telefon je razbuktao daljnja istraživanja prijenosa zvuka na daljinu, a osobito ideju dostave glazbe i vijesti izravno u kuću. Tako su nastali prvi

telefonski servisi vijesti među kojima se posebno istaknuo mađarski Telefon Hírmondó koji je funkcionirao prema uzoru na novinske redakcije. Usporedne telefonske linije bile su skupa i rizična investicija, ali izravni prijenos glazbe iz opernih kuća ili koncertnih dvorana, podjednako kao i govorne vijesti iz svijeta politike, gospodarstva i sporta, pronašao je svoje korisnike.

Gotovo u isto vrijeme kad je patentiran telefon, osmišljen je i fonograf, ključni uređaj za snimanje i reprodukciju glasa. Zamišljen ponajprije kao uređaj namijenjen poslovnim ljudima za diktiranje, fonograf se nije uspio tako afirmirati. Možda bi njegova sudbina bila i zapečaćena da ga nisu prepoznali kao uređaj koji može poslužiti zabavi, osobito u kućnom okruženju. Bilo je to pravo rješenje za njegov daljnji razvoj i unapređenje te početak razvoja glazbenih i produkcijskih kuća koje su uskoro prerasle u moćnu glazbenu industriju. Kad se dvadesetak godina poslije pojavio radijski medij, spomenuta ga je industrija doživjela kao konkurenciju. Međutim, ubrzo se pokazalo kako dijele zajedničke poslovne interese. Radio je postao moćan oslonac i glavni promotor glazbenih sadržaja.

Tehnika i tehnologija snimanja glasa nije se zaustavila samo na glazbenim sadržajima. Fonografski su cilindri podjednako kao i gramofonske ploče postali nosači govora. Iako je snimanje dugo bilo privilegija zatvorenih studijskih prostora namijenjenih muziciranju, trenutkom osmišljavanja prijenosnih snimača koje su novinari mogli ponijeti sa sobom na teren otvoreno je novo poglavlje u povijesti radijskog novinarstva.

Svega desetak godina nakon otkrića telefona istraživanja elektromagnetskih valova zaokružena su radovima njemačkog fizičara Heinricha Hertza. Međutim, njihova iskoristivost nije odmah uočena. Činilo se kako je riječ o pojavi koja nema stvarnu namjenu i koja bi trebala ostati na razini laboratorijskog eksperimenta. Uostalom, gledano iz perspektive kraja 19. stoljeća, što bi se uopće moglo učiniti sa zračenjem i valovima koje nitko ne može vidjeti, a njihovo postojanje mogu registrirati samo posebni uređaji?

Srećom za radijsku povijest nametnulo se pitanje mogu li ti valovi nositi signale, poruke? Mnogi su se ugledni znanstvenici bavili tim pitanjem, ali priliku za ulazak u povijest iskoristio je mladi Marconi koji je agresivnim i praktičnim pristupom 1897. godine patentirao svoje rezultate.

Hertzovi su valovi mogli putovati na velike udaljenosti opterećeni zvučnim signalima, i to zrakom. Žice su odjedanput postale nepotrebne, a revolucionarnost izuma bežične komunikacije otvorila je sljedeću stranicu ljudske povijesti.

Mnogi su ugledni istraživači i znanstvenici bili ogorčeni takvim pristupom, tvrdeći da je Marconi samo na drukčiji način prikazao ono što je dotad istraženo i utvrđeno. Međutim, ushićena je svjetska javnost titulirala Marconija »ocem bežične komunikacije«, pa i »radijskog medija«, pri čemu nijedna od tih tvrdnji nije točna. Naravno, bilo bi nekorektno osporavati njegove zasluge, ali prihvatiti ih bez komentara bilo bi neusporedivo šira nepravda.

Radijski je medij izrastao na zaslugama brojnih inovatora, radioamatera, entuzijasta i poslovnih ljudi. Teško je nekog od njih posebno izdvojiti i titulirati izumiteljem radija kao masovnog medija. Međutim, u ovom dijelu knjige posebna poglavlja pripadaju Tesli i Marconiju upravo zbog jasnih određenja rane faze uspostave radijskog medija, simbolizirajući dvije osnovne ideje: entuzijazam i istraživanje (Tesla) te praktičnost i zaradu (Marconi).

Nedvojbeno je da su telegrafija, telefonija i *wireless* predstavljali ključnu tehničku i tehnološku podlogu za uspostavu prvoga elektroničkog medija na svijetu. Upravo stoga, a radi pravednijeg razmišljanja o stvarnim zaslugama za njegov razvoj, prvi dio knjige posvećen je najranijim istraživačima spomenutih komunikacijskih kanala te nastanku glazbene industrije.

1. ŽIČANA KOMUNIKACIJA

Tijekom svih prethodnih stoljeća svaka je komunikacija na daljinu bila osuđena na višednevno pa i višemjesečno kašnjenje, ovisno o udaljenosti koju je informacija morala prijeći. Čak ni izum parnog stroja koji je silno unaprijedio putovanja brodom te bio temelj za razvoj željezničkih mreža nije mogao dovoljno ubrzati prijenos poruka, pošte ili novinarskih izvještaja.

Valja se ukratko osvrnuti na fenomen elektriciteta koji je istraživan stoljećima. Konkretni je napredak učinjen krajem 17. stoljeća kad je talijanski fizičar Alessandro Volta (1745. – 1827.) osmislio prabateriju. Uslijedili

su brojni, pa i sasvim slučajni izumi, koji su dokazali postojanje snažne veze između elektriciteta i pojave magnetizma, što je bio izravan povod za daljnja istraživanja. Mnogi su ugledni znanstvenici i istraživači, poput Ørsteda, Ampèrea, Ohma, Faradaya, Maxwella, Henryja i mnogih drugih, početkom 19. stoljeća sustavno istraživali mogu li se i kako iskoristiti nove spoznaje o elektromagnetizmu. Stare su teorije odbačene, a nove su kazivale kako se određenim poticajima može isprovocirati snažan prijenos elektromagnetskih valova. Bio je to početak događaja koji su vodili u smjeru uspostave prvoga komunikacijskoga kanala na daljinu, telegrafa.

Njegova glavna i ključna karakteristika bila je revolucionarna brzina slanja i primanja poruka na daljinu. Bio je to unaprijeđeni i poseban oblik interpersonalne komunikacije, ali s odmakom jer i dalje nije bilo vizualne komponente ni trenutačnog povrata. Sadržaj je mogao biti efikasno proslijeđen ili primljen u potpuno novom i prenosivom obliku, koristeći se pritom novom komunikacijskom infrastrukturom. Vrlo važan, pa i revolucionaran iskorak bila je unificiranost slovnih i brojčanih znakova. Znakovi su bili razumljivi svim školovanim radiotelegrafistima, bez obzira u kojem se dijelu svijeta nalazili, a primljena je poruka potom trebala biti prevedena na uporabni jezik. Univerzalnost tih kodova prvi je put globalizirala komunikaciju koja se sada mogla odvijati bez obzira na jezične barijere.

Englezi Charles Whitestone (1802. – 1875.) i William Cooke (1806. – 1879.) osmislili su i 1837. godine patentirali svoj prvi »telegraf« (različit od Morseova), čijim su se uslugama na početku koristile tek pojedine banke i investicijske tvrtke. Komuniciralo se izborom tipiziranih poruka, onima za koje su njihovi autori smatrali da su najčešće i najvažnije u uobičajenoj poslovnoj komunikaciji tog vremena. Njihova je kompanija Cooke & Wheatstone's Telegraphic System intenzivno surađivala s brojnim željezničkim (privatnim) kompanijama koje su šireći svoju djelatnost na druge europske zemlje istodobno širile i telegrafiju.

U novinarskom smislu telegrafija je izravno utjecala na nastanak i razvoj profesionalnih tvrtki za prikupljanje i distribuciju vijesti, novinskih agencija. Najstariju novinsku praagenciju otvorio je 1835. godine Charles Louis Havas (1783. – 1858.) u Parizu. Bila je to Agencija Havas[1] (*Agence Havas*)

[1] Agence Havas danas posluje kao Agence France Press (AFP). Promjena naziva učinjena je 1944. godine.

u kojoj je sam Havas, profesionalni prevoditelj, prevodio vijesti iz inozemstva za potrebe političara, poslovnih ljudi, bankara i novinskih kuća. Nije bio jedini u toj vrsti posla koji je u to vrijeme bio oslonjen na »obične« poštanske usluge koje su se koristile svim dostupnim načinima dostave (željeznica i parobrodi), što je, ovisno o udaljenostima, znalo trajati danima, pa i mjesecima. Golubovi pismonoše javili su se kao jedino brzo rješenje prijenosa poruka iako je njihov let uvijek bio povezan s određenim rizicima (nevrijeme, ranjavanja) te posebnim treningom.[2]

U New Yorku je 1846. godine utemeljen Associated Press ili AP, a Bernhard Wolff (1811. – 1879.), također bivši Havasov zaposlenik, u Berlinu je 1849. pokrenuo Wolffs Telegraphisches Bureau ili WTB.

Paul Julius Reuter (1816. – 1899.) kratko je vrijeme radio za Havasa, a potom je otvorio vlastiti ured u Njemačkoj. Krčenje zemljišta i postavljanje telegrafskih stupova ometalo je njegove golubove pismonoše i kvarilo mu posao. Žaleći se jednom prilikom Walteru Siemensu, pioniru njemačke telegrafije, dobio je savjet u vezi s telegrafskim uslugama. Siemens mu je navodno savjetovao preseljenje u London, obrazlažući prijedlog konstatacijom kako je to grad koji nema agenciju za distribuciju vijesti. Naime, agencije su već postojale u Parizu, New Yorku i Berlinu, ali ne i u Londonu koji je bio izuzetno snažan financijski, poslovni i politički centar. Chapman (2005:61) navodi da su novinske kuće toga vremena bile previše zauzete međusobnim nadmetanjem da bi trošile vrijeme na uspostavu vlastitih agencija.

Reuters je utemeljio londonski ured 1851. godine, nudeći uslugu poslovnih i općih vijesti. Skromni se posao razvijao zbog upornosti vlasnika, 1858. godine sedam je londonskih dnevnih novina bilo pretplaćeno na njegov servis. Međutim, mnogi su i dalje preferirali vlastite novinarske izvore. Za uspjeh u poslu trebao je znatno više pravovremeno dostavljenih vijesti iz svijeta jer je Britansko Carstvo bilo najmoćnije kolonijalno carstvo, a London njegov poslovni i politički centar. Reuters se usmjerio upravo na informacije iz poslovnih krugova, financijere i bankare, što je niz godina bio ključan izvor zarade njegove agencije.[3]

[2] Golubovi se u pravilu uvijek vraćaju kući. To znači da ih je trebalo naviknuti na njihov dom, a potom fizički transportirati u mjesto polazišta poruke. Trenutkom oslobađanja golub bi se vraćao kući noseći poruku. Mogli su letjeti oko 160 km na dan.

[3] Reutersov golemi uspjeh bila je vijest o ubojstvu Abrahama Lincolna u Washingtonu 1865. godine. Njegov je djelatnik u zadnji čas uspio ubaciti svoj izvještaj na parobrod koji je upravo odlazio iz njujorške luke. Agencija je imala vijest dva sata prije svih drugih.

Dnevne su novine odjedanput mogle objavljivati nove vijesti, stare jedan dan, što je bio golem sadržajni iskorak imamo li na umu da su se nekad čekale danima, pa i mjesecima. Pojam krajnjeg roka (*deadlinea*) i brzine izvještavanja počeo je dobivati puni smisao. O tomu svjedoči i postupak kojim se služio tisak i novinske agencije. Naime, brodovi iz Amerike dočekivani su prije uplovljavanja u matičnu luku na Otoku. Ususret bi im krenuo mali i brzi brod. Uspostavom vizualnoga kontakta s osobom koja je čekala na palubi novinarski su materijali iz Amerike, zaštićeni nepropusnim i upadljivim ovitkom, bačeni u more. Osoba na brodiću pokupila bi paket te se žurno vratila na kopno, hitajući k najbližem telegrafskom uredu kako bi poslala vijest. Bilo je to vrijeme kad transatlantski kabeli još nisu proradili.

Stil pisanja vijesti posredovanih telegrafom morao je biti sažet, jasan i izravan, bez uvoda ili komentara. Vijest bez uvoda i komentara isključila je svaku subjektivnost pa je nepristranost uskoro postala ključnom odlikom agencijskih vijesti.

Telegrafija je izravno utjecala i na povećanje broja lokalnih novinskih kuća koje su opet zbog brze razmjene informacija imale više lokalnih vijesti i priča s vlastitog područja prodaje. Brojnost takvih sadržaja činila je lokalni tisak neovisnijim o velikim gradovima te osvješćivala ideju lokalnosti.

Ovaj kratki osvrt na nastanak najvećih agencijskih kuća na svijetu i promjene u novinarstvu tek je dopuna u isticanju važnosti telegrafa koji je, u punom smislu te riječi, bio revolucionaran izum tog vremena. Bio je zamašnjak procesa koji je vodio u kreiranje potrebe za informacijama i njihovom brzom razmjenom. Telegrafske su usluge bile početak globalizacije što je pojmu svjetske politike i biznisa dalo novi smisao.

Status izumitelja telegrafa, iako mnogi to smatraju vrlo nepravednim[4] postupkom, pripao je Amerikancu Morseu koji je oko 1840. godine patentirao telegraf. Naime, mnogi su se znanstvenici također bavili idejom prijenosa signala na daljinu, ali Morse ga je prvi razvio do razine komercijalne iskoristivosti. Osmislio je poseban sustav[5] utemeljen na kraćim (točka) i dužim (crtica) signalima kao zamjenama za slova abecede. Morseova je abeceda i danas u uporabi.

[4] Mnogi smatraju da zasluge za izum telegrafa zapravo pripadaju Henryju Josephu (1797. – 1878.), samozatajnom profesoru fizike na Princetownu, koji nikada nije patentirao svoje izume, smatrajući da su namijenjeni općem dobru. Uvelike je pomogao Morseu u konstrukciji telegrafa.

[5] Točka je brz i kratak signal, crtica duži i sporiji (trajanja kao tri točke), a stanka ima još duže trajanje.

1.1. Telegraf

Slika 1. Samuel F. Morse

Samuel Finley Morse (1791. – 1872.) rođen je u Charlestownu (Massachusetts), u obitelji kalvinističkog svećenika. Iako je na Yaleu završio studij filozofije i matematike, nije namjeravao raditi u struci. Mladi je Morse bio zaljubljenik slikarstva. Želeći izučavati radove europskih slikara, sljedećih je godina često putovao u Europu.

Osim toga Morse je bio i inovator kojeg su snažno privlačile spoznaje o elektromagnetizmu. Navodno mu je, upravo na jednom od tih putovanja sredinom tridesetih godina, palo na pamet praktično rješenje o mogućem prijenosu poruka »ispisanih« sustavom crtica i točkica na daljinu. Zabilježio je ideju u notes i uz slikarstvo počeo eksperimentirati.

Na Sveučilištu u New Yorku upoznao je Alfreda Vaila (1807. – 1859.) koji mu je postao suradnik, a potom i poslovni partner u izradi telegrafa. Prve su konstrukcije imale brojne nedostatke i često su se kvarile. Morse je radio i na svojoj[6] »abecedi«. Njegov se sustav kodiranih slova i brojki zadržao sve do danas, iskoristiv i kroz druga sredstva poput zviždaljki, svjetlosti, zastavica pa i običnog lupkanja po cijevima.

Morseova je abeceda doživjela osobito slavne trenutke u sljedećoj tehnološkoj revoluciji, a to je bežična ili radiokomunikacija. Signal »SOS« među njezinim je najpoznatijim kraticama koja je 1906. godine ušla u međunarodnu uporabu kao poziv za pomoć. Sastoji se od tri točke, tri crtice i ponovo tri točke, bez razmaka.

Prva se demonstracija rada telegrafa izvela u veljači 1838. godine, pred komisijom Franklinova instituta u Philadelphiji. Bila je to tek prva u nizu javnih prezentacija jer je tragao za novčanim potporama koje su mu trebale omogućiti gradnju prve telegrafske linije. Patent je prijavio 1840. godine, što je rezultiralo nizom tužbi za utvrđivanje autorskih prava. Uslijedilo je mučno i dugo razdoblje sudskih rasprava o autorstvu.

[6] Navodno je upravo Vail osmislio sustav točka-crtica za slova i posebne znakove jer je Morse inicijalno razmišljao samo o kodovima za brojke.

Vrijedno je spomenuti da utrka u prijavama svakovrsnih patenata traje od 1790. godine kad je usvojen Zakon o autorskim pravima u Americi (*Patent Act*). Zakon je nalagao svakom izumitelju da u Patentni ured donese svoj izum (ili model izuma) s pratećom dokumentacijom i crtežima kako bi dobio zaštitu patenta. Početkom 19. stoljeća (oko 1802. godine) Patentni je ured i službeno postao Američki ured za patente (*US Patent Office*) u Washingtonu.

Godine 1843. Morse je dobio državnu novčanu potporu za eksperimentalnu liniju između Washingtona i Baltimorea. Prvu je poruku poslao 24. svibnja 1844. godine iz Washingtona, glasila je »Što bijaše Božje djelo?« (*What Hath God Wrought!*). Poruka je bila upućena u Baltimore gdje je čekao Vail koji je, nakon što je dobio poruku, odmah uzvratio ponavljajući isti tekst te tako dokazao da je Morseova poruka uspješno stigla.

Iako je patent ponudio na otkup, država nije bila osobito zainteresirana za daljnja ulaganja u telegrafiju. Kratke su poruke ocijenjene prilično besmislenima. Međutim, nisu svi tako mislili pa je već na samom početku telegrafija prepuštena privatnoj inicijativi i poslovnim ljudima koji su u njoj prepoznali mogući izvor velike zarade.

Uoči Građanskog rata 1861. godine šest je velikih kompanija vladalo telegrafijom u Americi. Završetkom rata slika se promijenila i kompanija Western Union preuzela je većinu telegrafije u Americi. Slijedile su godine rekonstrukcije dijela uništene mreže i postavljanje novih trasa, što je otvorilo brojna nova radna mjesta, kako na građevinskim tako i na telegrafskim poslovima. Žice su uskoro spajale Ameriku od obale do obale, poznati američki poštanski servis na konjima Pony Express prestao je raditi. Telegrafija je uskoro postala visokocijenjeno zanimanje, a vrhunski telegrafisti dobro plaćeni radnici.

U Engleskoj su telegrafske usluge na početku bile dostupne samo poslovnim ljudima. Pionirski pothvati Whitestonea i Cookea bili su dobro primljeni i telegrafija se sustavno širila, a kompanije nadmetale za suradnju sa željezničkim tvrtkama.

Najveća među njima Electric Telegraph Company otkupila je sve dotadašnje patente i oštro krenula u osvajanje tržišta. Poslovni je interes pronašla u pravovremenoj distribuciji vijesti pa je 1846. godine utemeljila poseban pretplatnički servis. Electric's Intelligence Department dostavljao je

novinskim kućama i brojnim elitnim klubovima sportske rezultate konjskih utrka i financijska izvješća. Svoju je ponudu ubrzo proširio vijestima iz parlamentarnog i pravosudnog života, dodatnim sportskim sadržajima i izvještajima o vremenu pa je suradnja s novinskim kućama postajala sve intenzivnija. Informacije su postale cijenjena roba pa je servis postao najunosniji posao kompanije.[7]

Uz nacionalne mreže poslovni i politički imperativ postale su međunarodne i transkontinentalne linije. Budući da su je kolonijalne sile snažno podupirale, telegrafija se razvijala prilično brzo, osobito kad se ima na umu da je bila riječ o drugoj polovini 19. stoljeća. Golem je uspjeh predstavljalo povezivanje Britanskog Carstva s Indijom 1865. godine. Parni su strojevi pokretali teretne brodove i željeznice, a telegrafijom su se dogovarali poslovi. Umjesto pet ili više mjeseci, koliko je do tada bilo potrebno da bi poruka stigla u Indiju, poslovanje se neusporedivo ubrzalo, dajući prve, temelje pojmu svjetskog biznisa.

Nova se tehnologija nije mogla zaustaviti samo na kopnenim instalacijama. Sljedeća faza razvoja bila je povezivanje Otoka i Europe podmorskim kabelom. Prvi je položen 1851. godine, povezujući telegrafskom vezom Englesku i Francusku. Slijedili su projekti za povezivanje s Amerikom. Nakon brojnih neuspješnih pokušaja 1858. američko-engleska tvrtka Atlantic Telegraph Co. položila je prvi atlantski kabel. Pothvat je izveo jedan od vlasnika tvrtke, Amerikanac Cyrus West Field, s brodom Great Eastern, najvećim brodom tog vremena. Nažalost, kvarovi su bili vrlo česti. Field nije odustajao i drugi je kabel uspješno položen 1866. godine. Komunikacije u drugoj polovini 19. stoljeća bile su u cijelosti oslonjene na telegrafiju.

Do 1863. godine većina je europskih zemalja uvela telegrafiju kao najmodernije sredstvo prijenosa poruka. Daljnji je razvoj zahtijevao uvođenje standarda u međunarodne komunikacije. Tako je 1865. osnovan International Telegraph Union (ITU), telegrafski savez dvadeset europskih država, zadužen za međunarodne dogovore, pravila i brigu o tehničkim poteškoćama. Bio je to temelj na kojem se poslije dogovarao razvoj još dvaju važnih komunikacijskih resursa, telefonije i bežične komunikacije.

[7] Robert, Steven: Distant Writing, A History of the Telegraph Companies in Britain between 1838 and 1868, www.distantwriting.co.uk (preuzeto u ožujku, 2008.).

Privatni telegrafski monopol, osobito s obzirom na njegov utjecaj i važnost, smetao je britanskoj državnoj upravi. Sve češći prigovori u kojima je ponajprije isticana važnost zaštite javnog interesa doveli su do odluke o podržavljenju telegrafije.

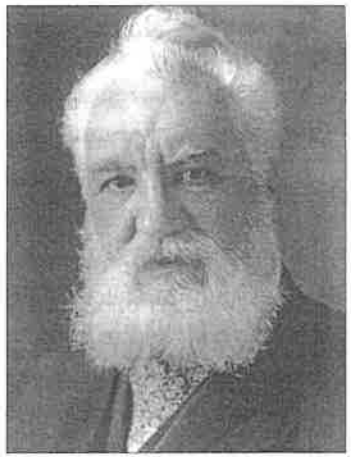
Prvi je Telegrafski zakon (*Telegraph Act)*, usvojen 1868. godine (dopuna 1869.), državu imenovao novim i jedinim vlasnikom telegrafije u Velikoj Britaniji. Nominalni nositelj budućeg razvoja postala je Postmaster General (*Državna pošta*), čime je promovirana u jednu od najmoćnijih institucija u Britanskom Carstvu. Tim je potezom završena faza privatnih poslovnih nadmetanja i država je nastavila ondje gdje je privatni kapital, uz visoku odštetu, morao stati. Isto se dogodilo i s telefonijom 1912. godine. I druge su europske zemlje slično postupile.

Prema članku[8] iz *The New York Timesa*, u kojem se navode statistički podaci za telegrafiju u Europi 1875., najviše je telegrafskih ureda imala Švicarska, zatim Engleska, Njemačka, Francuska itd. U Švicarskoj je jedan ured dolazio na 2661 stanovnika, u Engleskoj na 5640, u Njemačkoj na 7980, u Francuskoj 8463 itd., a mreže su se i dalje sustavno dograđivale i širile. Dostupnost i jednostavnost uporabe telegrafije počela je stvarati naviku na tu vrstu usluge, čime je otpočela još jedna važna društvena promjena. Naime, svakovrsna korisnost telegrafije idućih je godina prvi put stvorila stvarnu potrebu za sve većim brojem raznih informacija. »Viktorijanski internet« uistinu je uveo tadašnja razvijena društva u pravu informacijsku revoluciju.

Intenzivna potraga za novim komunikacijskim kanalima nije stala samo na telegrafu. U vrijeme kad se telegrafija već afirmirala i dalje intenzivno razvijala, osmišljeno je još jedno čudo tehnike tog vremena – telefon. Umjesto odlaska u telefonski ured i predaje kratke poruke koja je točkicama i crticama trebala stići na odredište, odjedanput se pojavio uređaj kojim je bilo moguće čuti ljudski glas. Podjednako kao i telegraf, i izum telefona ima priču o nastanku i razvoju, koja nas vodi njegovu službenom izumitelju, Alexanderu Grahamu Bellu.

[8] "Telegraphy in Europe in 1875., *The New York Times*, 11. lipnja 1877., http://query.nytimes.com (preuzeto u ožujku 2008.).

1.2. Telefon



Slika 2. Alexander G. Bell

Alexander Graham Bell (1847. – 1922.) rođen je u Edinburghu u obitelji koja se tradicionalno bavila učenjem sposobnosti govora gluhih i nagluhih osoba. Djed, također Alexander, bio je profesor u Londonu, a otac, Alexander Melville Bell, u Edinbourghu. Bell nije išao u osnovnu školu, nego ga je kod kuće poučavala majka. Iako je gubila sluh još od rane mladosti, bila je izrazito sklona glazbenoj i likovnoj umjetnosti, a u svojem je sinu pronašla darovita učenika. Izobrazba je postala sastavni dio Bellova odrastanja. Poput oca i djeda, bavio se podučavanjem i istraživanjem mehanizma govora.

Obitelj se 1870. godine preselila u Kanadu gdje je Bell nastavio istraživati. Privlačile su ga nove spoznaje s područja elektromagnetizma i njegove uporabe u prijenosu zvuka.

Iako je razmišljao o povratku u London kako bi dovršio studij, otišao je u Boston gdje je otvorio školu za gluhe i nagluhe osobe koja je pobudila veliko zanimanje građana. Opterećen radom s učenicima i studentima (počeo je predavati i na bostonskom sveučilištu), imao je sve manje vremena za istraživanja. U to su vrijeme mnogi izumitelji poput Johanna Philippea Reisa u Njemačkoj, Elishe Graya iz Illinoisa i Thomasa Edisona već bili na tragu izuma telefona. Strahujući da će ga preduhitriti u prijavi patenta, Bell se u cijelosti posvetio istraživanjima. Zadržao je samo neke učenike, čiji su očevi financijski podupirali njegov rad.

Umjesto Morseovih kodova Bell je žicama želio slati glas. Najveći mu je problem predstavljalo manjkavo obrazovanje iz prirodnih znanosti. Pomoć u izradi uređaja pružio mu je Thomas Watson, vješt i iskusan mehaničar, inače radnik u prodavaonici električnih strojeva. Ubrzo mu je postao važan suradnik. U veljači 1876. godine uređaj je napokon »progovorio«. »Gospodine Watson, dođite, trebam Vas«, prva je rečenica koju je Bell izgovorio u pratelefon. Patent telefona odobren je i zaštićen 7. ožujka 1876. godine.

Što je to zapravo značilo? Prvi put u povijesti ljudi su se mogli čuti unatoč velikim udaljenostima. Poruke više nisu trebale biti napisane, mogle su biti izrečene i prenesene bez ikakve odgode u vremenu. Bio je to potpuno nov način komuniciranja, golem i senzacionalan napredak koji su ljudi prihvaćali s oprezom, pa i prigovorima. Telefon je u početku doživljen kao nepristojan uređaj koji je remetio privatnost domova i tradicionalnost obiteljskog života.

Bell je patentirao telefon takoreći u zadnji čas. Podjednako kao i kod telegrafa, nije bio jedini izumitelj koji se tih godina bavio idejom prijenosa zvuka na daljinu. Priznavanje patenta povuklo je za sobom brojne prigovore i rasprave te uzrokovalo neke od najdužih sudskih procesa u američkom sudstvu. Na kraju je Vrhovni sud podržao sve Bellove tvrdnje, potvrđujući ga kao prvog izumitelja aparata koji je mogao prenijeti glas preko žice.

Početkom svibnja 1876. godine u Bostonu, ispred zgrade Američke akademije znanosti, uspješno je upriličena prva javna promocija telefona. Uslijedilo je predstavljanje izuma i na Međunarodnoj izložbi u Philadelphiji, što nije izazvalo zanimanje (Fang, 1997:84). Čvrsto vjerujući u komercijalnu budućnost svog izuma, Bellu je bilo jasno da ga prvo mora afirmirati u svijetu poslovnih ljudi. U dogovoru sa svojim financijerima pokušao ga je prodati kompaniji Western Telegraph, no ondje su mu odgovorili: »A što da radimo s tom igračkom?« Svega nekoliko godina poslije, kad su pokušali otkupiti prava za uporabu telefona, za neusporedivo više novaca od prve Bellove ponude, glatko su odbijeni.

Na kraju je Bell u veljači 1877. godine osnovao tvrtku American Bell Telephone Co. i počeo telefonski biznis. Prve su linije i uređaji bili privilegija imućnih poslovnih ljudi, najčešće povezujući njihove domove s uredima. U Americi je uskoro postao simbol važnosti i ugleda. Poznata kompanija American Telephone & Telegraph ili kraće AT&T utemeljena je u New Yorku 1885. godine, kao izravni sljednik spomenute prve Bellove tvrtke.

Istekom roka za zaštitu patenta telefona, u razdoblju od 1894. do 1904., telefonijom se u Americi bavilo više od šest tisuća nezavisnih telefonskih kompanija.[9] Iako je uskoro doprla i do najudaljenijih mjesta, nametnuo se problem standardizacije opreme i tehnologije. Situacija je riješena tek

[9]Milestones in AT&T History, www.corp.att.com (preuzeto u ožujku 2008.)

1913., a do tog vremena AT&T je postao najutjecajnija i najveća telefonska kompanija u Americi.

Treba pripomenuti, jer će o tomu biti više govora u nastavku, da je početkom 20. stoljeća otvoren još jedan komunikacijski kanal, i to onaj bežični.

Godine 1915. uspostavljene su telefonske veze između Amerike i Europe. Iako je Bell prvu europsku kompaniju otvorio 1878. u Londonu, telefonija se u Europi sporo razvijala praćena sumnjom u stvarnu vrijednost i cilj. Postojao je i niz zakonskih zapreka koje su silno otežavale postavljanje telefonskih mreža pa se takav poslovni zahvat privatnim kompanijama nije isplatio.

Pet godina nakon patentiranja telefon je bio najveća atrakcija Međunarodne izložbe u Parizu 1881. godine. Demonstraciju njegovih mogućnosti predstavljao je izravan »prijenos« iz Pariške opere sustavom koji je dobio naziv teatrofon (franc. *théâtrophone*). Ideja je realizirana zahvaljujući francuskom inženjeru Clémentu Aderu (1841. – 1925.).

Iako ga je ponajprije zanimala avijacija, Ader je uz posebno odobrenje ondašnjega francuskog predsjednika Julesa Grévya »ozvučio« scenu Pariške opere sa osamdeset telefonskih mikrofona. Telefonskim žicama prenio je glazbu do gotovo tri kilometra udaljene »glazbene sobe« na samoj Međunarodnoj izložbi. Prijenos je izazvao golemo zanimanje. Posjetitelji su od 20.00 do 23.00 sata strpljivo čekali svoj red da bi u slušalicama (i to po dva kanala, kao »stereo« zvuk) na nekoliko minuta čuli što se odvija u Operi.[10]

Činilo se da je promocija uspjela i da će telefon imati brz i uspješan razvoj u Europi. Novi je način komuniciranja privukao pozornost investitora jer se činilo kako će ljudi, osobito nakon tako dobro prihvaćenog telegrafa, još brže prigrliti i telefon, osobito s aspekta ideje »dostave« glazbe i govora izravno u domove pretplatnika. Tehnologija je isprobana idućih godina u Belgiji (1884.), Portugalu (1885.) i Švedskoj (1887.), ali bez osobitih uspjeha. Poteškoće su i ovdje bile jednake kao i u ostatku Europe.

Međutim, cijena nije bila jedina zapreka. Povezivanje kuća i stanova žicama kako bi se uspostavila telefonska komunikacija predstavljalo je prema mišljenju mnogih uglednih i obrazovanih ljudi izravan napad na

[10] The telephone at the Paris Opera, *Scientific American*, 31. 12. 1881., www.earlyradiohistory.us (preuzeto u travnju 2008.).

privatnost. »Sjediti kod kuće i govoriti laži koje se ne bismo usudili napisati?!« bio je tek jedan u nizu grijehova novog čuda tehnike. Telefonija se nije osobito afirmirala ni ulaskom u 20. stoljeće. Najviše je telefonskih linija imala Švedska, dok je većina drugih europskih zemalja i dalje bila vrlo suzdržana glede uvođenja i afirmacije telefonije. (Briggs, Burke, 2005:122).

Umjesto stvarne namjene telefonu je dodijeljena drukčija uloga. Pojavio se kao posrednik u distribuciji informativnih i zabavnih sadržaja. Krajem 19. stoljeća ustanovljene su prve službe koje su preko telefonskih linija pretplatnicima prenosile dnevne aktualnosti, ali i glazbene sadržaje.

1.2.1. Telefonski servisi

Godine 1884. londonska telefonska tvrtka National Telephone (osnovana 1881.) ponudila je pretplatnicima dopunsku uslugu. Riječ je bila o servisu nazvanom elektrofon (engl. *electrophone*) preko kojeg se mogla slušati glazba. Sadržaji su većinom stizali s kazališnog West Enda, ali i iz drugih prostora u kojima su se odvijali glazbeni ili neki drugi scenski nastupi. Nedjeljom se ponuda dopunjavala prijenosom vjerskih obreda. Kontakt se uspostavljao preko službenika na »telefonskoj centrali« koji je, prema želji, uspostavljao »običnu« telefonsku vezu ili uključivao pretplatnika u »program« telefonskog servisa.

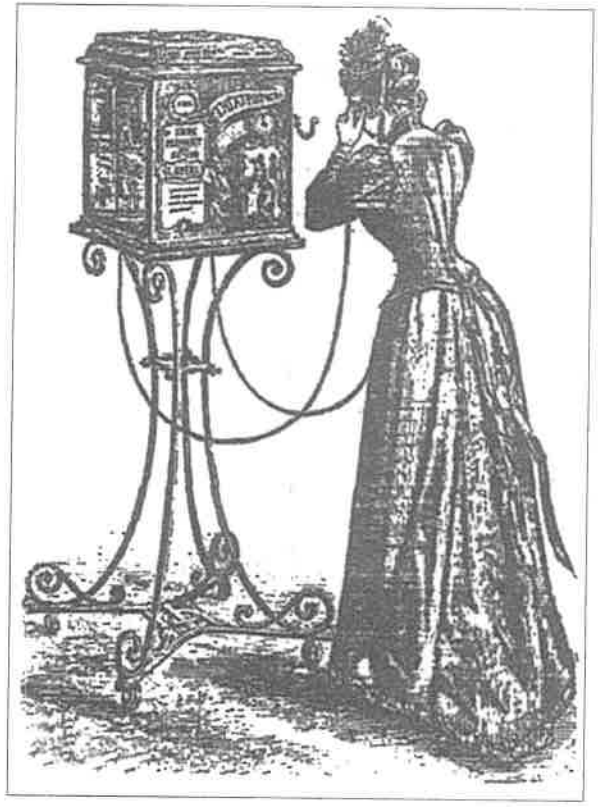
Časopis *Electrician*[11] donio je i vijest o kraljici Viktoriji koja je također prvi put koristila elektrofon kako bi slušala nastup dječačkih zborova u Kraljevskom kazalištu u Londonu. Prema pisanju *Electrical Review*[12] iz listopada 1901., elektrofonskih je pretplatnika bilo sve više. Oprema za slušanje stalno se unapređivala, a među atraktivnijim proizvodima bili su i elegantni čajni stolići, pogodni za kavane i klubove. Na njima su se, s bočnih strana, nalazile slušalice. Ubacivanjem novčića mogla se slušati glazba. Elektrofonske su instalacije bile postavljene i u bolnicama.

Elektrofon je kao i većina drugih sličnih telefonskih servisa postao nepotreban onog trenutka kad je uspostavljen radio kao masovni medij. No u Engleskoj se održao sve do 1926. godine.

[11] The Queen and the Electrophone, *The Electrician*, London, 26. svibnja 1899., www.earlyradiohistory.us (preuzeto u travnju 2008.).

[12] Electrophone in England, *Electrical Review*, London, 5. listopada 1901., www.earlyradiohistory.us (preuzeto u travnju 2008.).

Slika 3. Teatrofon



Telefonski je servis (fran. *théâtrophone*) radi prijenosa glazbe uspostavljen i u Parizu nepunih desetak godina nakon izložbe, oko 1890. godine. Uslugu je ponudila istoimena tvrtka (Compagnie du Théâtrophone). Pretplatnicima se isprva nudio samo glazbeni sadržaj, a potom su uvedene vijesti i zanimljivosti. Uskoro su teatrofoni bili postavljeni po sobama svih boljih hotela, kavana i klubova (Slika 3.). Uključivali su se ubacivanjem novčića od 50 centi, dovoljnim za nekoliko minuta slušanja. Spomenuta je tvrtka zatvorena tek 1932. godine.

U veljači 1893. godine mađarski izumitelj Tivadar (Theodor) Puskas (1844. – 1893.) započeo je telefonsku distribuciju vijesti i glazbe koja se najduže održala od svih »fonoservisa« u Europi. Puskas je potjecao iz ugledne transilvanijske obitelji i školovao se u Engleskoj i Americi. Svoju je zamisao o telefonskoj distribuciji vijesti patentirao 1892. i već sljedeće

godine pokrenuo Telefon Hírmondó. Sustav se temeljio na posebnim telefonskim linijama izdvojenim iz sustava »obične« telefonije. Bila je to u cijelosti privatna investicija koja je za poslovanje trebala državnu dozvolu za distribuciju vijesti telefonskim linijama. Iako je Puskas umro u ožujku iste godine, rad na servisu nije zamro. Naprotiv, uspostavljen je najsadržajniji sustav telefonskih vijesti u svijetu koji se održao više od pedeset godina.

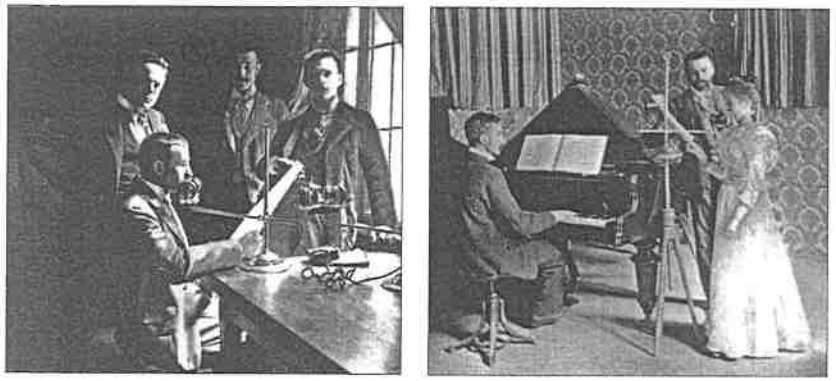
Telefon Hírmondó ili u slobodnom prijevodu »telefonski pričalac vijesti« započeo je s radom u Pešti. Svojim je pretplatnicima ponudio aktualnosti, zanimljivosti i edukacijske sadržaje. Oko 1900. godine bio je to već ugledan servis s petnaest tisuća pretplatnika i redovitim biltenom s rasporedom programa. Počinjao je s radom ujutro u 9.00 i trajao do kasnih večernjih sati, odnosno do kraja prijenosa glazbenog događaja koji je bio na programu te večeri.

Ponuda je sadržavala redovite informativne sadržaje, odnosno vijesti iz zemlje i svijeta. Prikupljale su se i uređivale kao i u svakoj drugoj novinarskoj redakciji, a najvažnije među njima ponavljane su tijekom dana.

Telefonski je servis bio neusporedivo brži od tiska, čime je kreirana navika na izravnu dostavu informacija u kuću, što je poslije iskoristio radijski medij. »Emisije« su sadržavale teme iz politike, gospodarstva, financija, kulture, ali i jezične tečajeve, sportske rezultate, informacije o točnom vremenu i vremensku prognozu. Prostori redakcije zauzimali su dva kata zgrade u središtu Pešte. Vrijeme između govornih sadržaja punilo se glazbom. Muziciralo se u studiju samog servisa, a u večernjim je satima počinjao izravni prijenos iz odabrane koncertne dvorane ili operne kuće.

Telefon Hírmondó je u svoje najbolje vrijeme zapošljavao gotovo dvije stotine djelatnika koji su, kao i u svakoj drugoj novinskoj kući, imali svoje zadatke, od uredničkih preko novinarskih ili glazbenih do tehničkih i organizacijskih poslova (Slika 4.). Kompanija je zarađivala pretplatom, pri čemu je svaki pretplatnik dobivao besplatan telefon.

Ista je tvrtka 1920. godine dobila pravo da uvede prvi radijski program u Mađarskoj. Radijski program se počeo emitirati 1. prosinca 1925. godine, ali telefonski servis nije prestao s radom. Obustavljen je tek u vrijeme Drugoga svjetskog rata kad su telefonske instalacije gotovo u cijelosti uništene. Telefon Hírmondó bio je apsolutni sadržajni i tehnološki iskorak onog vremena, a licencna su prava prodana i u druge zemlje.



Slika 4. Novinarski i glazbeni sadržaji Telefona Hírmondó

Iako je dozvolu za instalaciju servisa zatražio oko 1900. godine, talijanski inženjer Luigi Ranieri uspio je utemeljiti prvi talijanski telefonski servis tek deset godina poslije. L'Araldo Telefonico počeo je raditi u Rimu 1910. godine. Iako je predstavljao svojevrsnu senzaciju, osobito među imućnim građanima, a ponudom bio sličan mađarskom modelu, u prve je tri godine stekao svega 1300 pretplatnika. Ranieri je imao ozbiljnih financijskih problema pa mu je 1914. oduzeta licencija. Tijekom Prvoga svjetskog rata sustav žica je uništen, ali je 1918. ustanovljen sličan servis pod nazivom Fonogiornale u Milanu. Međutim, i on je prestao s radom deset godina poslije, opet zbog financijskih razloga.

Telefonski servisi nisu zaživjeli ni u Americi. Prvi je počeo raditi u Delawareu 1909. godine pod nazivom Tel-musici (Povey, Earl, 1988:72). Bio je to najjednostavniji oblik tog servisa s glazbenom ponudom. Licencija Telefona Hírmondó otkupljena je za američko tržište 1911. za potrebe emitiranja servisa US Telephone Harald Co. (Slika 5.). Servis nije izazvao veće zanimanje pa je već iduće godine zatvoren.

Jedan od razloga zbog kojeg telefonski servisi nisu zaživjeli u Americi bio je i izum fonografa koji se uspio nametnuti kao posebno zabavan kućni uređaj za reprodukciju glazbe. Ponuda brojnih modela po različitim cijenama učinila je fonograf dostupnim i prosječnim kućanstvima. Osim toga reprodukciju su mogli slušati svi nazočni za razliku od telefonskih servisa koji su i dalje funkcionirali preko slušalica.

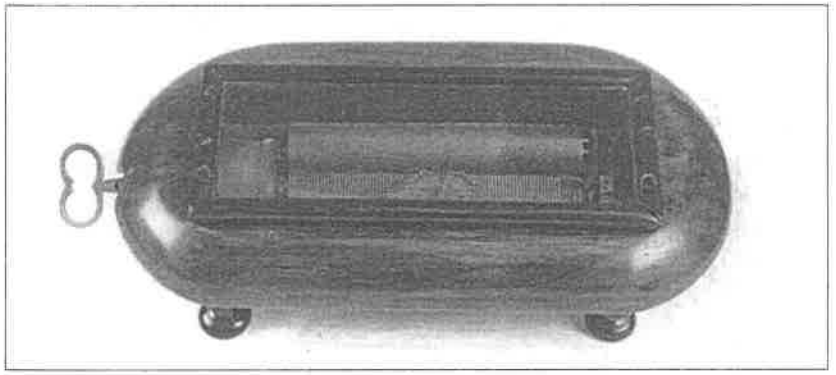
Slika 5. Obiteljsko slušanje telefonskog servisa

Snimanje i reprodukcija intrigirali su inovatore još od davnih vremena. Međutim, veći pomaci nisu učinjeni sve do kraja 19. stoljeća. Podjednako kao telegraf i telefon, i fonograf ima priču koja prethodi njegovu nastanku.

2. SNIMANJE I REPRODUKCIJA ZVUKA

Traganje za načinima bilježenja, a osobito reprodukcije snimljenog zvuka zamah je dobilo tek krajem 19. stoljeća kad je Edison osmislio fonograf. Sve dotad, iako je zvuk i način njegova širenja privlačio pozornost još od antičkih vremena, nije bilo osobitih postignuća. Proučavanje zvuka usmjeravalo se ponajprije prema akustici u kazalištima radi bolje čujnosti izvođača. Akustika je tijekom stoljeća postala imperativ sakralne i kazališne arhitekture, ali većih pomaka u daljnjim istraživanjima zvuka nije bilo.

Prvi zapis o pohrani zvuka nalazimo u jednoj od 20 knjiga iz ciklusa *La Magia Naturale*, talijanskoga svestranog istraživača Giovana Battiste Della Porte (1535. – 1615.) iz 1600. godine. Tako u 12. poglavlju 16. knjige autor piše o mogućnosti pohrane zvučne poruke u dobro zatvorenu cijev. Momentom otvaranja primatelj bi čuo poruku. Za današnje pojmove ova smiješna ideja s početka 17. stoljeća ovdje pronalazi mjesto samo kao ilustracija.



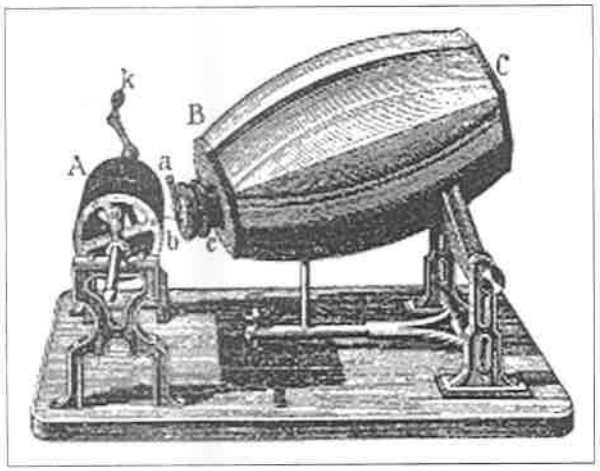
Slika 6. Glazbena kutija Olbrich

Engleski istraživač i znanstvenik Thomas Young (1773. – 1829.) oko 1800. dao je prvi grafički prikaz zvučnih vibracija. Uređajem koji u literaturi nalazimo pod nazivom vibrograf (engl. *vibrographe*) Young je provocirajući titranje glazbene vilice učvršćene na stativ i spojene s perom ostvario prve zapise zvučnih vibracija. Naravno, bez mogućnosti reprodukcije.

Početkom 18. stoljeća nastaju prve glazbene kutije (Slika 6.), uređaji nastali na temelju satnih mehanizama koji su reproducirali glazbeni zapis. Riječ je o mehaničkom načinu reprodukcije u kojem se kao »nosač« zvuka javljao cilindar ili ploča s urezima i/ili ispupčenjima. U kontaktu s »čitačem« proizvodio je zvuk, najčešće glazbu. Mehanizam je mogao biti pokrenut vrtnjom ručke ili navijanjem opruge koja bi trenutkom otpuštanja pokrenula »zapis«. Glazbene su kutije postale silno popularne, a ovisno o njihovu dizajnu, mogle su biti jeftine igračke ili vrlo skupi darovi.

Mehanički način proizvodnje zvukova provocirao je daljnje radove i maštu brojnih istraživača. Svatko od njih nastojao je osmisliti što jednostavniji i efikasniji mehanizam »govornih strojeva«, pa tako povijest bilježi »govorne glave« pariškog biskupa Micala iz 1783., »glasovne cijevi« danskog fizičara Christiana Gottlieba Kratzeinsteina iz 1782., razne »govorne« strojeve Austrijanca Wolfganga von Kempelena iz 1791. te istraživanja engleskog fizičara Erasmusa Darwina (Hankins, Silverman, 1995:186-199).

Slični su eksperimenti nastavljeni i u 19. stoljeću, opet na temiljima mehanike, a među njima je potrebno istaknuti Engleza Charlesa Wheatstonea, kojeg je najviše zanimala akustika i komunikacija (spomenut u uvodu



Slika 7. Fonautograf

poglavlja o telegrafu) te Hermana von Helmholtza, njemačkog liječnika i fizičara, čiji su doprinosi bili brojni i u više znanstvenih područja. Tako je između ostalog u medicini za sobom ostavio oftalmoskop (jedan od prauređaja za ispitivanje ljudskog oka), a u fizici uređaj za ispitivanje snage zvuka nazvan Helmholtzov rezonator. Vrijedno je spomenuti kako je Heinrich Hertz bio njegov učenik (Ibid., 199-213).

Međutim, pravi je izazov predstavljalo bilježenje i reprodukcija ljudskoga glasa. Osobitih pomaka nije bilo sve do izuma prvog fonografa (engl. *phonograph*) krajem 19. stoljeća. Međutim, do tog vremena nekoliko uglavnom samoukih izumitelja dalo je vrijedan doprinos istraživanjima. Među njima je bio i Francuz Edouard Leon Scott De Martinville (1817. – 1879.), skromni pariški knjigoveža koji je osmislio uređaj pod nazivom fonautograf (franc. *phonautographe*).

U siječnju 1857. godine dostavio je Francuskoj akademiji znanosti esej i skice naziva »Principes de phonautographie«[13], a 25. ožujka 1857. izum je registriran kao metoda zapisivanja zvuka. Za daljnji razvoj fonautografa (Slika 7.) De Martinville nije imao novca, a manjkalo mu je i znanja. Svoj je izum ponudio na daljnje istraživanje poznatom znanstveniku i istraživaču akustike i vibracija Karlu Rudolfu Königu (1832. –1901.), vlasniku radionice za izradu i ispitivanje svih vrsta akustičnih instrumenata.

[13] De Martinville, Edouard Scott: Principes de phonautographie, www.academie-sciences.fr/archives/ (preuzeto u travnju 2008.).

Međutim, ni König nije uspio proizvesti zvuk iz brazdi što su za sobom, na začađavljenom cilindru, ostavile vibracije. Stroj je uporno šutio[14], pa je i ugledni akustičar zapustio daljnja istraživanja. Razočaran i obeshrabren, De Martinville se vratio poslu tiskara i prodavača knjiga. Umro je u Parizu 26. travnja 1879. godine, dvije godine nakon što je Edison prikazao svoj fonograf, odnosno »stroj koji govori« (engl. *talking machine*).

Povijest bilježenja i reprodukcije zvuka pamti i američkog izumitelja F. B. Fenbyja, koji je 1864. patentirao uređaj pod nazivom fonograf (engl. *phonograph*; grč. *Phone* – glas, zvuk; *grafo* – pišem). Nije imao uspjeha niti je uređaj proradio, ali je u naslijeđe ostavio naziv kojim su poslije, zbirno, nazvani svi »govorni uređaji«.

Među izumiteljima koje je privlačio problem zapisivanja glasa treba spomenuti još jednog Francuza, Charlesa Emilea Hortensiusa Crosa (1842. – 1888.) koji je 30. travnja 1877. godine Francuskoj akademiji znanosti poslao dokumentaciju o uređaju koji je nazvao paleofon (franc. *paleophone, voix du passe*). Ideja paleofona počivala je na istoj zamisli koju je imao i Scott de Martinville, ali umjesto zacrnjenog cilindra kao mogući »nosač zvuka« javila se metalna ploča.

Cros nije imao dovoljno novca koji bi mogao uložiti u izradu prvog modela paleofona, a bez modela nije mogao zatražiti ni patent. Pa ipak, paleofon je, iako samo kao ideja na papiru, predstavljen Akademiji u prosincu 1877., gotovo u isto vrijeme kad je Edison već bio u postupku dobivanja patenta za fonograf. Crosov je prijedlog jednostavno kasnio. Očito su obojica u isto vrijeme radila na istom izumu. Edison je, radeći u neusporedivo boljim uvjetima i s praktičnijim pristupom uređaju, bio korak ispred Crosa, što mu je osiguralo počasno mjesto u povijesti snimanja i reprodukcije zvuka.

Cros je idućih godina neuspješno pokušavao dokazati svoje pravo prvenstva u prijavi patenta uređaja za snimanje i reprodukciju, ali nikada nije uspio izraditi model paleofona. Umro je 1888., čime je zauvijek prekinut proces dokazivanja autorstva.

[14] Treba pripomenuti da su krajem ožujka 2008. godine američki znanstvenici uspjeli »odsvirati« De Martinvilleov fonautografski zapis iz 1860. godine. Riječ je o desetak sekundi francuske pjesme »Na mjesečini« (franc. *Au Clair de la Lune*). Zahvaljujući suvremenim tehnologijama znanstvenici iz Lawrence Berkeley National Laboratoryja (LBNL) u Kaliforniji uspjeli su čuti ono što je bilo zapisano prije gotovo 150 godina. Ovaj uspjeh ne dovodi u pitanje Edisonovu titulu autora prvog uspješno reproduciranoga tonskog zapisa jer je riječ o zapisu koji je »propjevao« uz pomoć suvremene tehnologije.

2.1. Fonograf

Slika 8. Thomas A. Edison

U jesen 1877. godine američki je izumitelj Thomas Alva Edison (1847. – 1931.) prvi put u povijesti uspio reproducirati tonski zapis ljudskoga glasa. Edison je bio samouki izumitelj koji je za vlastite potrebe utemeljio jednu od prvih zajedničkih radionica, svojevrsnih laboratorija za eksperimentiranje, na svijetu.

Njegova »tvornica izuma« u Menlo Parku (New Jersey, SAD) bila je prvi pravi istraživački centar koji je udomljavao brojne istraživače i njihove obitelji. U tako poticajnom okruženju vrsnih stručnjaka i kreativaca najrazličitijih znanja i specijalnosti Edison je sustavno eksperimentirao pokušavajući pronaći način reprodukcije tonskih zapisa.

Praktični eksperimenti, učenje na pogreškama, kreativan tim, vještina, iskustvo, prostor i dovoljno vremena morali su dati rezultat, pa je tako je fonograf rezultat predanoga Edisonova rada, ali i njegovih suradnika. Ipak, sva je slava pripala Edisonu koji je potpisivao i patentirao sve izume iz svojih laboratorija. Bila je to cijena ugodnog života i rada u Menlo Parku.

Postoje dvojbe o točnom vremenu kad su se događali ti povijesni trenuci. Neki teoretičari smatraju da se čitavi proces, od nastanka skice do izrade prvog fonografa, odvijao neusporedivo sporije, od početka ljeta do prosinca 1877. godine. Naime, zbog manjkavoga teorijskog znanja Edison je učio na vlastitim pogreškama uporno eksperimentirajući sve dok ne bi došao do najboljeg rješenja.

Njegov je fonograf osmišljen slično kao i De Martinvilleov fonautograf. Stroj je na jednoj strani imao otvor za »ulaz« govora koji je na drugom kraju imao titrajuću membranu spojenu na elastično pero. »Nosač zvuka« predstavljao je cilindar (isto kao u Martinvillea) omotan kositrenom folijom (vrlo sličnoj aluminijskoj foliji koja se koristi u kućanstvima), s ručkom za vrtnju. Titrajući, pero je urezivalo brazde na cilindar. Vrtnjom u suprotnom smjeru »čitač« je trebao reproducirati zvuk kroz otvor na drugoj strani stroja.

Slika 9. Fonograf

Testirajući uređaj, Edison je u »otvor za govor« izgovorio tekst dječje pjesmice »Imala Marija malo janje« (engl. *Mary had a little lamb*). Na foliji su ostale urezane brazde. Obrnutom vrtnjom začule su se, iako škripavo i loše, »zapisane« riječi pjesmice. Fonograf je »progovorio«.

Tonski se zapis te prve povijesne snimke nije očuvao, između ostalog i zato što su folije općenito bile kratka vijeka. Iz tog su vremena sačuvane svega tri originalne folije, i to u vrlo lošem stanju. Međutim, tonski zapis pjesmice »Imala Marija malo janje« ipak postoji. Godine 1927. na pedesetogodišnjici proslave pronalaska fonografa Edison je ponovio ukupan postupak snimanja na istom fonografu i foliji iste kvalitete, naravno, s istim tekstom.

Fonograf je u prosincu 1877. godine prikazan u društvu Scientific American te je privukao veliku pozornost javnosti. Potvrdu o patentu dobio je u veljači 1878. godine, ali sam patent bio je toliko loše predstavljen i opisan da mu je to u daljnjem razvoju i usavršavanju fonografa donijelo goleme probleme u zaštiti patentnih prava.

Edison je bio svjestan mnogih nedostataka fonografa, ali njegov praktičan i poslovan duh prepoznao je fonograf kao uređaj koji ima budućnost.

U članku[15] objavljenom u *North American Reviewu*, u lipnju 1878. godine, ponudio je načine uporabe fonografa: (a) za sve vrste diktata bez pomoći stenografa, (b) fonografske knjige za slijepe i slabovidne osobe, (c) učenje jezika i izgovora, (d) reprodukciju glazbe, (e) obiteljski glasovni spomenar (»spremanje« glasova članova obitelji), (f) snimanje zadnjih riječi umiruće osobe, (g) glazbene kutije i igračke, (h) govorne poruke o točnom vremenu, završetku radnog vremena, odlasku na stanku itd., (i) edukacijske ciljeve (nastavno sredstvo) i (j) snimanje telefonskih poruka.

Cilindri su, bez obzira na materijal od kojeg su bili napravljeni, obilježili gotovo pola stoljeća dinamičnog razdoblja snimanja i reprodukcije zvuka. Od prvog iz 1877., napravljenog od tanke kositrene folije, do zadnjeg od celuloida iz 1929., svjedočili su o upornosti istraživanja koje je za cilj imalo unaprijediti kvalitetu zvuka u reprodukciji. Drugi, ali ne i manje važan aspekt bila je komercijalna iskoristivost nosača zvuka i opreme za reprodukciju. Naime, Edison nije bio poput mnogih drugih istraživača i inovatora. Raspolagao je nadasve praktičnim pristupom radu, pri čemu je imperativ uvijek predstavljala očekivana zarada. Podjednako važna bila je i pretpostavljena slava koja je trebala uslijediti nakon velikog otkrića.

Edisona je nakon patenta fonografa snažno privukla električna struja. Zanemario je rad na uređaju i posvetio se novim i drukčijim istraživanjima. U međuvremenu, fonograf je probudio zanimanje mnogih drugih inovatora, pa tako i Bella, izumitelja telefona. U suradnji s Charlesom Tainterom (1854. – 1940.) nastao je grafofon (engl. *graphophone*), unaprijeđena verzija fonografa (Slika 10.).

Najveći je problem predstavljao materijal za izradu nosača zvuka. Folija nije bila trajno rješenje. Naime, nije bila otporna ni na najmanja mehanička oštećenja pa su cilindri s tonskim zapisima mogli biti odslušani svega dva do tri puta. Nakon toga tonski je zapis posao nečitak.

Početkom 1881. godine Bell i Tainter osmislili su nov medij za zvučne zapise. Umjesto folije upotrijebili su premaz od tzv. karnauba[16] voska.

[15] Edison, A. Thomas: The Phonograph and its Future, *North American Review*, No 126, May-June 1878, www.phonozoic.net (preuzeto u svibnju 2008.).

[16] Vrsta voska iz listova brazilske palme karnauba, visokog tališta i površine koja glačanjem postaje sjajna i tvrda. Nova je smjesa za cilindre sada sadržavala parafin, pčelinji i karnauba vosak.

Slika 10. Grafofon

Rezultati su bili neusporedivo bolji. Iako je zvuk i dalje bio upitne kvalitete, cilindri s voštanim premazom bili su izdržljiviji i mogli su biti odsvirani više puta od cilindara s folijom.

Bojeći se da bi informacije o voštanim premazima ipak mogle procuriti i stići do Edisona, i to prije nego što izum uspiju patentirati, donijeli su neobičnu odluku.

Pohranili su svoj grafofon s novim voštanim cilindrom te ukupnu prateću dokumentaciju u spremište Smithsonian instituta u Washingtonu. Kako bi u svakom trenutku mogli dokazati vrijeme njihova nastanka, na cilindru je bio tonski zapis, glas Bellova oca, profesora Melvillea Bella. Tekst je bio jednostavan i glasio je: »Ja sam grafofon, a moja mama je fonograf.« Kutija je zapečaćena i predana na čuvanje 20. listopada 1881. godine, a prema ugovoru kojim je njihov Volta laboratorij vlasnik izuma smjela je biti otvorena jedino u nazočnosti obojice izumitelja, Bella i Taintera.

Patent za grafofon odobren je u svibnju 1886. godine, čime je mogla početi njegova proizvodnja. Poput Edisona, smatrali su grafofon ponajprije uredskim strojem. Iste su godine osnovali kompaniju Volta Graphophone

Slika 11. Smeđi i crni cilindri

Co. sa sjedištem u Washingtonu, a godinu poslije American Graphophone Co. koja je proizvodila i prodavala grafofone po Americi i Kanadi.

Tainter je, u međuvremenu, voštanoj smjesi za premaz cilindara dodao i ozokerit, vrstu zemnog voska (*earth wax, fossil wax*) koji se u mikrokristalima može naći u sedimentiranim stijenama, obično žute, smeđe ili crne boje. Dobio je još bolju podlogu za tonske zapise. Međutim, proizvodnja većeg broja grafofona i cilindara nije se odvijala u skladu sa zamišljenim poslovnim planovima. Bila je prespora i nije mogla osigurati onolik broj gotovih uređaja i cilindara koji im je trebao za osvajanje tržišta.[17]

U međuvremenu, nakon desetak godina opsesivnog istraživanja i investiranja u sustav istosmjerne električne struje, Edison se morao pomiriti s porazom. Teslina izmjenična struja bila je jednostavno bolja i kvalitetnija, kako za rad uređaja tako i u prijenosu na velike udaljenosti.

Na pomolu je bio još jedan poraz, i to od vječita rivala Bella. Edison se s novim elanom bacio na unapređenje starog fonografa. Idućih je mjeseci naporno radio na novome modelu. Nazvao ga je savršeni fonograf (engl. *Perfected Phonograph*) jer je imao znatno kvalitetniji zvuk i nove nosače zvuka, voštane cilindre. Dovršio ga je sredinom srpnja 1888. godine.

Upotrijebio je vlastitu voštanu smjesu svijetle boje pa su ti prvi cilindri nazivani »bijelim«. Bili su napravljeni od pčelinjeg voska, ceresina i stearinske[18] kiseline, dužine oko 10 centimetara. Mogli su sadržavati do dvije

[17] Navodno su Edisonu ponuditi i poslovnu suradnju. Tainter je bio protiv te ideje smatrajući da će Edison, onog trenutka kad dobije uvid u njihove planove, intenzivirati rad na svojem starom modelu fonografa. Procjena je bila točna. Edison je odbio suradnju s American Graphophone Co., a navodno ih je čak i izbacio iz laboratorija!

[18] Masna kiselina, specifična po visokom talištu. U krutom je stanju do 69°.

minute tonskog zapisa učinjenog lateralnom tehnologijom (cik-cak) umjesto dotadašnje vertikalne (gore-dole) tehnologije urezivanja. Tako učinjena snimka imala je bolju kvalitetu jer je podržavala širi spektar tonova i bolje zvučala pri reprodukciji. Novi su se cilindri nametnuli kao najbolji format te postali standard tog vremena, nadmašivši Bell-Tainterove.

Uporno eksperimentirajući s raznim materijalima, tragajući za još boljim rješenjima smjese za cilindre, 1895. opet su uslijedila unapređenja. Izmjene su rezultirale promjenom boje pa su novi nosači zvuka sada bili smeđi, a uskoro i crni (Slika 11.). Kvaliteta snimke, a time i tona u reprodukciji, znatno je povećana, ali je trajanje i dalje bilo ograničeno na dvije[19] minute. U prodaju su dani prazni cilindri tako da su kupci mogli sami »snimati« tonske sadržaje.

Unaprijeđeni je fonograf Edison vidio kao uredski stroj, ne vodeći previše računa o nekim drugim namjenama. Međutim, odvjetnik Edward Easton, utemeljitelj tvrtke Columbia Phonograph Co., osnovane 1888. godine, nije dijelio ta razmišljanja. Vjerovao je u zabavnu namjenu fonografa, u prvome redu kao uređaja za reprodukciju glazbe u kućama i stanovima. Ubrzo se pokazalo da je imao pravo.

Na tragu razmišljanja o fonografu kao uređaju za zabavu osmišljen je još jedan uređaj koji je pravu popularnost stekao znatno poslije, četrdesetih i pedesetih godina 20. stoljeća, pod nazivom džuboks (*jukebox*). Godine 1888. engleski inženjer Carles Adams Randall patentirao je mehanizam koji je ubacivanjem novčića mogao pokrenuti fonografski valjak. Predložak za tu ideju bili su vjerojatno vergli, mehanička glazbala koja su pokretana istim načinom. Novi je uređaj nazvao »automatskim parlafonom« (*automatic parlaphone, phonograf parlor*), ali ga nikada nije u cijelosti dovršio i upotrijebio.

Učinila su to dvojica Amerikanaca, svega godinu dana poslije. Louis Glass i njegov poslovni partner William Arnold osmislili su i patentirali vlastiti

[19] Krajem 1898. godine Edison je proizveo nove cilindre Concert Records, koji su bili dvostruko širi (12,7 cm) od dotadašnjih. Bili su namijenjeni dužim glazbenim, najčešće koncertnim, zapisima. Imali su bolju tonsku kvalitetu, ali zauzimali su više mjesta i bili vrlo lomljivi. Mogli su se reproducirati samo na posebnim, skupljim fonografima (oko 125 dolara) pod nazivom Edison Concert Phonograph. Unatoč dužim glazbenim zapisima ni uređaji ni cilindri nisu se dobro prodavali. Linija tih fonografa zatvorena je 1912. godine, a uslijedile su linije jeftinijih fonografa (model Gem, oko 7,50 dolara).

Slika 12. Stroj na novčić

mehanizam koji je pokretao »stroj na novčić« (engl. *nickel-in-the-slot machine, automatic coin-operated machine).*

Glass je bio iskusan telegrafist koji je u to vrijeme vodio Edisonovu podružnicu u San Franciscu. Edisonovu je fonografu dodao mehanizam koji bi se pokrenuo trenutkom ubacivanja novčića u za to predviđen otvor. Glazba se i dalje slušala preko slušalica (Slika 12.).

Prvi takav uređaj postavili su 23. studenoga 1889. godine u restoranu Palais Royal Saloon u San Franciscu i neko je vrijeme bio prava senzacija. Nije bio osobito zabavan zato što se u drvenoj kutiji nalazio fonograf sa samo jednim glazbenim zapisom na cilindru, i to u trajanju do dvije minute. Cilindar se mijenjao jedanput na dan. Pa ipak, odaziv je bio velik jer su ljudi, vjerojatno iz znatiželje, ubacivali novčiće i preko slušalica slušali glazbu iz automata. Fonograf je bio rijedak pa se ne treba čuditi pozornosti koju je izazvao »stroj na novčić«.

Idućih nekoliko mjeseci postavili su još petnaestak uređaja po barovima San Francisca, a Glass je objavio zaradu od, preračunato u današnji tečaj, 67.000 dolara.[20] Unatoč tome senzacija nije dugo trajala ponajprije zbog očitih tehničkih nedostataka, poput slušalica i ponude od samo jedne pjesme. Slava je uskoro potamnila, ali se ideja »glazbenog automata« nije izgubila.

Najveći problem tog vremena predstavljalo je snimanje. Mikrofon, naime, još nije bio izmišljen, a snimalo se jednostavnim mehaničkim načinom bilježenja zvuka. Ulogu mikrofona imale su velike stožaste »trube« (tube, stošci), koje su »hvatale« zvuk i prenosile ga na cilindre. Snimanja su trajala satima, uz neprestano ponavljanje istih tekstova, pjesama ili orkestralnih izvedbi. Drugim riječima, svaki je tonski zapis bio original jer tehnologija proizvodnje matrica nije bila poznata sve do početka 20. stoljeća.

Pod pretpostavkom da se snima na 15 fonografa, što je bio maksimalan broj za kakvu-takvu kvalitetu tonskih zapisa, pri čemu se na svaku izmjenu cilindara (skidanje starih i umetanje novih) trošilo najmanje desetak minuta, u jednom je satu moglo biti snimljeno najviše 90 cilindara. Govornik (spiker) ili pjevač pritom je trebao isti sadržaj ponoviti najmanje šest puta. Ovome treba dodati i da je svaka pogreška, gubljenje glasa, zamuckivanje ili slično rezultiralo skidanjem svih cilindara i umetanjem novih te da su svi sudionici snimanja bili izloženi mukotrpnim višesatnim ponavljanjima istog teksta ili pjesme.

Među tekstovima koji su bili pogodni za snimanje istaknuto je mjesto imao govor Abrahama Lincolna od 19. studenoga 1863. godine, na komemoraciji poginulima u Bitki kod Gettysburga (*Gettysburg Address*).[21] Lincolnov je govor, u razdoblju od 1890. do 1900. godine, postao cijenjen tekstovni predložak za snimanje. Zadovoljavao je dva ključna uvjeta: bio je vrlo poznat široj javnosti i dovoljno kratak da u cijelosti stane na jedan cilindar.

Drugi uglednik koji je svoje mjesto našao u kataloškoj ponudi snimljenih govora bio je William Mckinley, američki predsjednik u razdoblju od

[20] Athitakis, Marc: Jukebox Hero Louis T. Glass, http://graylocke.tripod.com (preuzeto u lipnju, 2008.)

[21] Bila je to najveća bitka Građanskog rata, s mnogo žrtava na obje strane, a ujedno i najveći poraz konfederacije. Lincoln je govorio manje od tri minute, govor koji je vlastoručno napisao i koji je ostao zapamćen kao jedan od najdomljivijih političkih govora u američkoj povijesti. Prepisao ga je, na zahtjev, u pet primjeraka koji se danas nalaze pohranjeni u uglednim institucijama. Svaki od pet prijepisa pomalo se razlikuje u nekim formulacijama, ali smisao i ton govora u cijelosti je isti.

ožujka 1897. do rujna 1901. godine. Njegov govor poznat pod nazivom »Mckinley's Pan American Speech« snimljen je dan uoči atentata u Buffalu (New York), od čijih je posljedica McKinley i umro, nepunih desetak dana poslije. Otprilike osmina toga govora (toliko je moglo stati na jedan cilindar) odmah je dana u prodaju, a godinama poslije priređivani su i drugi dijelovi. Snimke McKinleyeva govora postojale su u kataloškoj ponudi Victora do 1911., a u ponudi Columbije sve do 1914. godine. Dolaskom gramofonske ploče koja je mogla imati tonske snimke s obje strane Columbia je 1908. ponudila tržištu »dvostruku ploču« istog sadržaja.

Važno je napomenuti radi boljeg razumijevanja da su ti sadržaji bili interpretirani. Rani fonografski govornici bili su ljudi ugodnih i snažnih glasova, koji su dobro artikulirali tekst, dajući mu potrebnu notu dostojanstva s obzirom na važnost originala. Potreba za govornicima interpretatorima postavila je temelje spikerskim poslovima.

Drugu vrstu, prema sadržaju, popularnih tonskih snimki tog vremena u Americi su predstavljali svojevrsni radijski »skečevi«. Iako su ponajprije bili namijenjeni zabavi slušatelja, zapravo su grubo ismijavali karakteristike pojedinih grupa ili njihovih tipičnih predstavnika. Usmjereni u prvome redu na podrijetlo (doseljenici, ruralna područja) ili mjesto (grad, regija, država) stanovanja, skečevi su često bili izvedeni i u narječju pojedinih zajednica. Takva je »zabava« bila izuzetno popularna, a tonski efekti (najčešće pljesak) upotpunjavali su atmosferu »skeča«. Snimke su zapravo imale vrlo ozbiljne poruke poput naglašavanja svakovrsne nekompetencije tih grupacija za sudjelovanje u političkom životu (Bauman, Feaster, 2005.).

Snimanje glazbenih sadržaja bio je najzahtjevniji posao. Instrumenti nisu imali podjednaku jačinu zvuka i njihov je raspored, najčešće u polukrugu oko fonografskih »mikrofona«, bio od izuzetne važnosti. Neki su instrumenti »pokrivali« ostale, neki se uopće ne bi ni čuli, dok bi drugi bili preglasni. Inženjeri su pukim preslušavanjem snimki zaključili kako najveći problem imaju sa žičanim instrumentima, dok su klavir i violina pogodni jer su »glasni« i nema izobličavanja zvuka. Suočen s nizom takvih tehničkih problema, Edison je najradije snimao solo dionice na jednom instrumentu. Bilo je to neusporedivo lakše od snimanja orkestra, a tonski zapisi kvalitetniji. Tako su izvedbe na violini, klarinetu, ksilofonu, flauti i klaviru činile najveći dio ponude Edisonovih cilindara.

Snimanje vokala bilo je podjednako zahtjevan posao. Pjevač je dolazio pred »mikrofon«, a potom se, kad je na redu bila instrumentalna dionica, morao povući iza svirača. Višesatna ponavljanja iste pjesme te stalno približavanje i izmicanje od »mikrofona« činili su pjevački posao napornim, pa i dosadnim. Najzad, upitna kvaliteta samih tonskih zapisa predstavljala je ključni razlog zbog kojeg su profesionalni pjevači nerado snimali. Najtraženiji su bili operni pjevači zato što su njihovi glasovi bili dovoljno snažni za dobar tonski zapis, ali njihova suzdržanost glede snimanja bila je razumljiva. Naime, prevladavalo je (opravdano) mišljenje kako tonski zapis ne može dati pravu sliku njihovih glasovnih mogućnosti.

Ondašnja je tehnologija snimanja »rezala« većinu visokih i niskih tonova jer jednostavno nije mogla pratiti raspon pjevačeva glasa. To je bio i glavni razlog zbog čega ženski vokali (najčešće soprani) nisu često snimali. Takve su snimke jednostavno bile loše u reprodukciji.[22]

Početkom 20. stoljeća pjevanje nije bilo osobito unosan posao niti su pjevači imali današnje zvjezdane statuse. Naravno, ni zarade nisu bile motivirajuće. Stoga su kvalitetni i voljni izvođači često snimali za sve ondašnje kompanije. Podjednako tako ni repertoar nije imao zaštitu glazbenih autorskih prava.

Spoznaje o sadržajima tonskih zapisa tog vremena proizlaze najviše iz prodajnih kataloga triju najvećih i najuglednijih kompanija tog vremena kao što su National Phonograph Co. (vlasništvo Edisona), Victor Talking Machine Co. i Columbia Co. Njihov je zajednički naziv bio »velika trojka« (*The Big Three*) koja je dominirala američkim, a dijelom i europskim tržištem proizvodnje i prodaje nosača zvuka te opreme za reprodukciju.

Drugi koristan izvor za rekonstrukciju ponude tog vremena predstavljaju rijetki sačuvani cilindri od kojih su mnogi pohranjeni u arhivama uglednih institucija, ali i u privatnim kolekcijama. Danas su to raritetni tonski zapisi osjetljivi na sve vrste oštećenja. Unatoč tome posebnim su postupcima presnimljeni sadržaji koje danas u velikoj ponudi nalazimo na internetu.

Srećom za izvođače, ali i za same glazbene kuće, prelazak stoljeća donio je tehnologiju masovnije proizvodnje cilindara. Tehnologiju tzv. cilindara iz kalupa, Edison je počeo razvijati oko 1900. godine, na tragu tehnologije

[22] Augestad, Kate: Music technology and vocal performance, www.kulturtekniker.hivolda.no (preuzeto u lipnju 2008.).

Slika 13. Slušači fonografa

izrade gramofonskih ploča. Bila je to apsolutno revolucionarna promjena. Snimljeni tonski zapis služio je kao matrica za druge odljeve, odnosno kopije. Od jedne se matrice moglo dobiti još 120 do 150 cilindara.

Tim se tehnološkim rješenjem znatno smanjio broj sati koji su glazbenici dotad provodili u studiju, a povećao se broj naslova na tržištu. Zahvaljujući svim unapređenjima ponuda fonografa i cilindara bila je sve bogatija, sa širokim rasponom cijena, prihvatljivim i širim slojevima stanovništva. Slušanje fonografa uskoro je postalo jedan od najčešćih oblika kućne zabave.

Inspirirana političkim govorima uglednih političara (u interpretaciji spikera), koji su bili dostupni na cilindrima, rađala se ideja promocije aktualnih političkih ideja i njihovih nositelja. Čini se da su najstarije snimke učinjene za kampanju 1896. godine, ali nisu sačuvane. Znamo da su postojale na temelju kataloške ponude kompanije US Phonograph u kojoj je u seriji New Talking Records ponuđeno čak pet govora ondašnjih predsjedničkih kandidata, Williama Jenningsa Bryana i Williama McKinleya (Bauman, Feaster, 2005). Upravo je ta kampanja označila početak organiziranih i sustavnih predizbornih istupa političkih prvaka, ali i uspostavu redovite komunikacije izbornih stožera s tiskom.

Sadržajno je bilo riječi o dijelovima njihovih govora koji su skraćeni na moguće trajanje snimke i interpretirani. Naime, kandidati nisu samostalno snimali poruke. Oslanjajući se na McKinleyev komentar iz kampanje 1900. godine kako smatra »izuzetno neprilično govoriti u stroj« (Bauman Feaster, 2003.), možemo zaključiti da je snimanje smatrano vrstom posla kojim se političari nisu kanili baviti. Međutim, moguće je i da su strepili od snimanja. Naime, fonografski su zapisi bili neusporedivo osobniji način promidžbe od intervjua u tisku, a snimanje tehnički zahtjevnije od već izvježbanih nastupa pred publikom.

Kampanja iz 1900. godine prepoznata je kao vrijeme za novu vrstu političke komunikacije. Prema pisanju ondašnjeg tiska doista se moglo očekivati da se kandidati oslone na fonografske zapise, bez pomoći spikera. Demokrati su planirali snimiti svoje najjače kandidate kako bi se snimke distribuirale i reproducirale na javnim i frekventnim mjestima diljem zemlje. Navodno je njihov kandidat Bryan snimio govore koji iz određenih pravnih razloga nisu nikada iskorišteni. S druge pak strane aktualni predsjednik i ponovni republikanski kandidat William McKinley odbio je sudjelovati u snimanju s već spomenutim obrazloženjem.

McKinley je umro od posljedica ranjavanja u atentatu u rujnu 1901. godine, a predsjednik je postao tadašnji zamjenik Theodore Roosevelt. Iako su ga povremeno nazivali »medijskim predsjednikom«, Roosevelt nije iza sebe ostavio nijedan komercijalni tonski zapis. Bio je neusporedivo skloniji nijemoj filmskoj kameri, fotografiji i tisku te je za ukupnoga predsjedničkog mandata, od 1901. do 1908. godine, sustavno odbijao[23] tonsko snimanje.

Idućih desetak godina raspoloženje prema snimanju znatno se promijenilo. Prije svega zbog omasovljenja fonografa, unapređenja tehnologije snimanja, pronalaska načina za kopiranje tonskih zapisa, ali i zbog ideje da se tim načinom dokazuje suvremena orijentacija političara. Od 1908. svjedočimo pojavi tzv. fonografskih kampanja, političkoj promidžbi koja se znatno oslonila na snimljene političke poruke i govore. Tako osmišljene političke akcije potrajale su sve do pojave radija, krajem 1920. godine u Americi.

[23] Nakon »fonografske kampanje« 1908., u kojoj su se nadmetali Taft i Bryan, i Roosevelt je morao popustiti pred tonskim zapisima. U ponovnom pokušaju osvajanja predsjedničkog mandata 1912. snimao je govore za Edisonovu kompaniju, a potom i za Victora.

2.1.1 Fonografske kampanje

Promjene u raspoloženju prema suvremenim tehnologijama tog vremena osjetile su se najprije na lokalnim razinama. Najveći je iskorak napravio William Randolph Hearst, novinski magnat tog vremena, koji se 1906. godine natjecao za mjesto njujorškoga guvernera.

Prema članku[24] iz *New York Timesa* Hearst je u noći 29. listopada 1906. godine predstavio svojim pristašama u stožeru Nezavisne lige u New Yorku »promidžbeni film«. Treba napomenuti da je to bilo vrijeme nijemog filma i da je bilo vrlo teško uskladiti sliku s tonom s fonografa. Glede kvalitete tonskog zapisa dovoljno govori podatak da je sudionicima na promociji promidžbenog »spota« podijeljen tekst. Uz nekvalitetan zvuk bilo je i nekoliko neugodnih stanki, potrebnih za promjene cilindara na fonografu. Filmski je zapis trajao oko deset minuta, dok je prateći zvuk bio za pune četiri minute kraći.

Ovaj hrabri iskorak prema spajanju slike i zvuka nije bio dobro primljen pa je događaj u tisku nazvan »Hearstovim vodviljem«. Međutim, ne može se poreći originalnost pristupa u kombiniranju filmskog i tonskog zapisa. Iako su političke kampanje u Americi zadnjih desetljeća 19. stoljeća postavile temelje organizirane političke promidžbe koristeći sve (ondašnje) tehnike, Hearstov tehnološki iskorak nije ostavio naročit dojam.

Iako nespretno i loše napravljen, spot je upućivao na niz dodatnih mogućnosti. Ponajprije je privlačio atraktivnošću kombinacije »govornog stroja« i »pokretnih slika«, što je predstavljalo uvod u istraživanja koja su rezultirala pojavom zvučnog[25] filma. Nadalje, kampanja se mogla odvijati i bez nazočnosti kandidata, podjednako kao što je tonski zapis bilo moguće reproducirati na bilo kojem javnome mjestu, pa i na onim kamo Hearst nije mogao ili želio otići. Pojavila se i ideja da se cilindri s govorima nađu u knjižnicama, kao materijal za posudbu.

Hearstov protivnik bio je republikanac Charles Evan Hughes. Uz govore, oglase, plakate, letke i pamflete, njegova je kampanja uključila i 25

[24] Hearst canned Speech opened at Kingston, 30. listopada 1906., http://query.nytimes.com (preuzeto u lipnju 2008.).

[25] Prvi zvučni film napravljen je 1927. godine u Americi. Zvao se »The Jazz Singer« (*Pjevač jazza*). Vrijedi napomenuti kako nije progovorio, već propjevao, jer su jedino pjevačke scene imale zvuk. Ostatak filma i dalje je bio nijem.

željezničkih vagona strateški razmještenih po određenim lokacijama u gradu. Vagoni su bili opskrbljeni fonografima i nosačima zvuka sa snimljenim političkim govorima. Dodatnu atrakciju predstavljali su glazbenici i muziciranje koje se odvijalo tijekom promjena cilindara.

Originalan pristup nije imao velikog odjeka niti je osobito privukao pozornost lokalnog stanovništva. Međutim, vođa Hughesove kampanje Mayer Schoenfeld ipak je uspio pronaći pravi put do lokalnih glasača. Snimio je niz cilindara s Hughesovim političkim porukama na jeziku (dijalektu) zajednice, na čijem su području i reproducirani. Hughes je u studenom 1906. godine odnio izbornu pobjedu i postao guverner New Yorka.

Predsjednička kampanja 1908. bila je posvemašnji iskorak prema modernizaciji, oslonjena velikim dijelom na tonske zapise. Stoga je i nazvana »fonografskom« kampanjom. Bilo je to vrijeme već razvijenog načina kopiranja tonskih zapisa, pri čemu je original funkcionirao kao matrica za daljnje umnažanje. Mogućnost slušanja kandidata, osobito u udaljenim dijelovima zemlje, dala im je dotad nepoznatu notu osobnosti koju tisak nije mogao prenijeti. Ujedno, prvi su put i velike kompanije duboko ušle u kampanju jer su, reklamirajući vlastite proizvode, proizvodile i dodatan politički učinak. Tijekom te kampanje prvi je put organizirana i fonografska »debata«, što je bila novost u političkom nadmetanju.

U razdoblju od kolovoza do studenoga 1908. godine u predsjedničkoj se utrci ponovno pojavio demokrat William Jennings Bryan (1860. – 1925.) uz republikanaca Williama Howarda Tafta (1857. – 1930). Bryan je bio iskusan, njemu je to bila treća nominacija za predsjednika (natjecao se još 1896. i 1900.) Po struci je bio odvjetnik, vješt i temperamentan govornik »zapovjedna« glasa, koji je stekao nadimak »ljudskoga govornog stroja«. Još u prvoj kampanji 1896. promovirao je metodu kratkih političkih nastupa, najčešće u malim gradovima kroz niz »brzopoteznih« gostovanja (navodno je na dan znao održati i do tridesetak takvih nastupa), nazvanu *whistle-stop*[26] stil.

Iako ga stranka u proljeće 1908. još nije bila službeno nominirala, samoinicijativno se odlučio za snimanje i dogovorio ga s Edisonovom

[26] Izraz »whistle-stop« izvorno označava postaje na kojima se brzi vlakovi ne zaustavljaju. U kontekstu predizborne kampanje podrazumijevao je mala i nevažna mjesta (naselja) u koja bi političari dojurili, održali kratak govor i smjesta odjurili dalje.

kompanijom National Phonograph Co. Međutim, unatoč spremnosti na veliku avanturu s fonografom, snimanje u njegovoj kući u Lincolnu u Nebraski, u svibnju 1908., nije teklo glatko. Bryan je bio nervozan i nije mogao ostvariti snagu i uvjerljivost koju je s lakoćom postizao kad je pred sobom imao publiku.[27]

Snimio je devet dvominutnih političkih govora, od kojih su neki već bili poznati, a neki u cijelosti novi. Nakon snimanja »soba je izgledala kao nakon snježne oluje, prekrivena debelim slojem voštanih strugotina«, napisao je snimatelj Harold Vooris u članku[28] koji je objavljen u časopisu *Edison Phonograph Montly* u srpnju 1908. godine. Primjedba se odnosila na ostatke iz procesa snimanja, odnosno urezivanja zapisa na cilindre. Bryan je očito često griješio i ponavljao tekstove, pri čemu je potrošen znatan broj cilindara. Međutim, u srpnju, kad je nominacija potvrđena, Bryanovi su govori bili spremni za distribuciju. Umjesto napornog *whistle-stop* stila njegovi su govori emitirani na fonografima, čime je dobio i dragocjeno vrijeme potrebno za stvarne nastupe na važnijim lokacijama.

Prve su reakcije na prodaju snimljenih govora bile dvojake. Prema političkim karikaturama iz tiska Bryan je doživljen kao egocentrik koji uživa u vlastitu glasu. Bio je to dijelom i rezultat imidža fonografa, uređaja koji su i dalje predstavljali određen statusni simbol viših društvenih slojeva. Pretpostavlja se da su upravo stoga govorni strojevi bili atraktivni i privlačni za slušanje i gledanje svima koji ih nisu posjedovali. Deseti, a ujedno i zadnji snimljeni Bryanov govor za istu kampanju učinjen je naknadno, i to u produkciji kompanije Columbije. Bio je to u cijelosti novi tekst, namjenski pisan kao odgovor na aktivnosti protukandidata Tafta.

Sudac Taft je ulaskom u kampanju bio prisiljen slijediti protivnički primjer. Početkom kolovoza iste godine u njegovoj kući u Hot Springsu u Virginiji snimljene su i njegove političke poruke. U cijelosti nespreman za novo čudo tehnike i bez osobita oduševljenja, Taft se na početku nije mogao pridržavati dopuštene minutaže trajanja snimke. Većina već pripremljenih govora morala je biti znatno skraćena. Međutim, uskoro se toliko prilagodio novoj situaciji da je umjesto četiri, koliko je bilo predviđeno, snimio čak 12 političkih govora.

[27] Cowen, Ben: The First Sound Bites, www.sciencenews.org (preuzeto u rujnu 2008.).

[28] Ibid. Cowen, Ben: www.sciencenews.org (preuzeto u rujnu 2008.).

Snimanje je očito i dalje predstavljalo velik problem, pa čak i tako vještim i iskusnim govornicima kao što su bili Bryan i Taft. Ponajprije (1) riječ je bila o kućnoj (a potom i studijskoj) atmosferi i tišini u kojoj se snimalo. Govornici poput njih nisu bili naviknuti na takvo okruženje i (2) nedostajala im je motivacija koju su inače crpili iz reakcija publike. Morali su (3) mirno stajati (ili sjediti) kako se smjer »hvatanja« zvuka ne bi mijenjao, a time slabio i/ili pojačavao ton snimke. Gledali su (4) umjesto u lica iz publike u tamnu sredinu akustičnih »mikrofona«, smještenih neposredno pred ustima. I na samom kraju svih tih neugoda stajalo je (5) čvrsto pravilo o dužini trajanja govora. Dvije su minute bile standard koji se moralo poštovati.

Izloženi takvoj neprirodnoj i izoliranoj atmosferi bez ikakve povratne informacije govornici su gubili snagu i uvjerljivost. Srećom, postojala je mogućnost ponavljanja pa su snimke na kraju imale potrebnu interpretativnu i tonsku kvalitetu za daljnje umnožavanje.

Objavom nominacija počelo je žestoko nadmetanje tonskim zapisima. Govori su sustavno reproducirani svugdje gdje je to bilo moguće, na javnim prostorima i izbornim stožerima. Ujedno je usporedo teklo i reklamiranje takvih nosača zvuka te prodaja opreme za reprodukciju. »Bez obzira za koga glasovali, nabavite snimke obojice kandidata« sugerirala je jedna od reklama iz Edisonove tvornice. »Victor ne komentira politiku, samo nudi stajališta svih kandidata kako bi svakom glasaču pomogao u mudroj i inteligentnoj odluci«, poručivali su u Victoru. Tako su se odvijale dvije usporedne kampanje, jedna je nudila predsjedničkoga kandidata, a druga fonografe.

Koristeći aktualan politički trenutak, osobitu zanimljivost te kampanje predstavljala je i »predsjednička debata«. Početak predsjedničkih debata kakve danas poznajemo bio je šezdesetih godina 20. stoljeća i izravno je povezan s omasovljenjem televizije. Međutim, 1908. sučeljavanje kandidata još nije bilo uobičajeno. Nešto slično zabilježeno je 1858. kad je u nadmetanju za senatorsko mjesto u Illinoisu održano sedam sučeljavanja kandidata[29] (Skoko, 2005:63). Fonografska je debata također okupila publiku, ali umjesto kandidata na sceni su bili fonografi.

[29] Za senatorsku su se poziciju nadmetali Abraham Lincoln i Stephen Douglas. Od 21. kolovoza do 15. listopada navodno je održano sedam debata, pri čemu je svaka trajala tri sata.

Časopis *Edison Phonograph Monthly* od studenog 1908. godine oglasio je »prvu fonografsku debatu u povijesti«. Riječ je bila o događaju koji je 9. studenoga iste godine bio organiziran u Foster's Opera Houseu u gradu Des Moines u Iowi. Dva su fonografa bila smještena na sredinu pozornice i naizmjence su reproducirala snimljene govore obojice kandidata. U vrijeme izmjene cilindara, a da bi se na pozornici ipak nešto događalo, angažirani su vokalni izvođači te orkestar koji je pratio ukupan nastup. Takva »debata« bila je u prvome redu reklama za Edisonove fonografe i općenito nosače zvuka, a političke su poruke bile tek mamac za kupce. Slične su poteze vukli i Victor i Columbia (Bauman, Feaster, 2003:12).

Kampanja iz 1908. godine je upravo zbog nosača zvuka silno personalizirala politiku i dala joj dodatnu komunikacijsku komponentu. Snimka kandidatova glasa, intonacija, artikulacija i interpretacija političke poruke govorila je neusporedivo više od članka u tisku ili plakata. Preslušavanje snimljenih političkih poruka moglo je pridobiti i nepismene glasače, osobito u ruralnim krajevima kamo kandidati nisu stigli doći i predstaviti se.

Preko fonografa politika je, neusporedivo više nego prije, stigla u kućanstva gdje su u slušanje mogle biti uključene i žene iako u to vrijeme nisu imale pravo glasa na izborima. Međutim, to ne znači da nije bilo onih koje je politika i te kako zanimala. Borba za ženska prava počela je u drugoj polovini 19. stoljeća agresivnim sufražetskim akcijama u Engleskoj, a potom i u Americi. Unatoč tome ženska je populacija u Americi glasačko pravo čekala do 1920. godine, a Afroamerikanke i duže. Sugestivne reklamne poruke o slušanju kod kuće neizravno su pozivale na kupnju, a žene su se tako, daleko od očiju javnosti, mogle upoznati s politikom kandidata.

Reklamiranje političkih sadržaja nije jenjavalo ni nakon završetka kampanje, samo što su se poruke u oglašavanju izmijenile. Sada su nuđene unikatne snimke novog predsjednika Williama Howarda Tafta namijenjene zainteresiranim osobama i kolekcionarima.

U kampanji 1912. Edisonova je kompanija snimala samo Theodora Roosevelta zbog političkih simpatija i podrške, a Victor je snimao svu trojicu: Roosevelta, Tafta i Wilsona. Nosači zvuka znatno su unaprijeđeni, kako u materijalima tako i u dopuštenoj dužini trajanja snimke. Na cilindre se, kao i na ploče, moglo snimiti i do četiri minute materijala. Opet su krenule reklame, kako za tonske snimke tako i za »debate«.

Predsjednik je postao Woodrow Wilson (1856. – 1924.), koji je na toj poziciji, unatoč teškom moždanom udaru 1919. godine, ostao dva mandata (do 1921.). Snimio je desetak govora u trajanju od jedne do gotovo četiri minute. Wilson nije bio naročit govornik i nije volio snimanja, pa tako ni kampanja 1916. nije raspolagala spektakularnim tehničkim i tehnološkim promjenama jer je sve već bilo viđeno. Glavna je tema bila Prvi svjetski rat koji je bjesnio u Europi te prijepori o tome treba li Amerika ući u taj rat.

Originalnih dokumentarnih audiosnimki iz Prvoga svjetskog rata ima vrlo malo. Crook (1998:66-67) navodi primjere originalnih tonskih zapisa vojničkih sjećanja (nakon povratka iz Europe) te dokumentarni zapis napada artiljerije na grad Lille 9. listopada 1918. godine. Taj je tonski zapis korišten, prema istom izvoru, u promidžbene svrhe radi prikupljanja novca za rat.

Među snimljenim političkim porukama tog vremena ističe se kratak govor generala Johna Josepha Pershinga (*Black Jack*), zapovjednika američkih vojnih snaga u Europi. General Pershing je u travnju 1918. u Savezničkom stožeru u Chaumontu u Francuskoj ciljno snimio kratak govor namijenjen vojnicima i njihovim obiteljima u Americi pod nazivom »S francuskih bojišta« (*From the Battlefields of France*).[30] Bio je to ujedno i prvi tonski zapis izravno s bojišta. Izazvao je veliku pozornost javnosti i smjesta postao poznat i često reproduciran.

Kad je počela predsjednička kampanja 1920., obojica kandidata zatražila su snimanja. Prema izvještaju iz tiska[31], korištenje tih tonskih zapisa postalo je uobičajen dio kampanje. Prvi službeni radijski program KDKA u Pitsburgu ciljno se počeo emitirati kad su bili poznati izborni rezultati. Dana 2. studenoga 1920. program je počeo viješću da je novi predsjednik postao republikanac Warren Harding.

Nakon pojave radija, a osobito zbog njegova brzog širenja, govorni su zapisi postajali sve rjeđi. Kandidati su se, naime, koristili radijem kao sredstvom političke promidžbe, nastupajući izravno u eteru. Osim toga zbog brzog širenja radiofonije radijski je medij dopirao i do najudaljenijih dijelova Amerike, čime je otpala potreba snimanja političkih poruka

[30] Pershing, John J.: www.firstworldwar.com/audio/fromthebattlefields.htm (preuzeto u lipnju 2008.).

[31] Candidates Speak for Phonograph, *The New York Times*, 30. lipnja 1920. http://query.nytimes.com (preuzeto u lipnju 2008.).

dostave energije u svaku kuću. Birana se publika pri tomu počela dosađivati, dok su financijeri elektrane bili zapanjeni idejom da se energija dijeli besplatno! (Loomis, 2006:98-99).

Pomoć u vezi s osnivanjem novoga Teslina laboratorija pružio je bankar Edward Adams, osoba iz grupe banaka okupljenih pod moćnom korporacijom Johna Pierponta Morgana, jednog od najbogatijih i najutjecajnijih ljudi toga vremena. Bankar, financijer i ljubitelj umjetnosti, Morgan je bio poznat po kupnjama ili preuzimanjima tvrtki u problemima, a potom bi ih reorganizirao i »vraćao u život« (tzv. morganizacija) te prodavao.

Adams je Tesli pomogao kreditom koji nije bio samo ruka spasa, već i dobar poslovni potez za banku. Tesla je zbog elektrane na Nijagari bio vrlo popularan. Kreditom za novi laboratorij banka je u očima javnosti ispala plemenita institucija, a priskrbila je i pozornost javnosti. Unatoč novim radnim prostorima i zavidnoj memoriji Tesli je trebalo gotovo dvije godine rada da postigne nekadašnje razine istraživanja. Tijekom tog vremena stalna potreba za novcem tjerala ga je na popularne električne »predstave« u laboratoriju. Njegovim su laboratorijem prošetali neki od najimućnijih ljudi u Americi, od već spomenutog Morgana preko Rockefellera, Vanderbilta i Forda do njegova dragog prijatelja, pisca Marka Twaina.

Krajem 1897. sustav daljinskog upravljanja bio je spreman za javnu prezentaciju. Čamac dužine oko 1,5 metara plovio je »slušajući« Tesline komande. Bila je to prezentacija tehnologije teledirigiranih uređaja, preteče torpeda. Međutim, zbog pogrešno intonirane prezentacije u javnosti se pojavio zaključak kako Tesla »kontrolira umom«, što je zbunjivalo i plašilo. Upravo stoga mornarica nije pokazala osobito zanimanje za nešto što je poslije postalo moćno oružje, a Tesla je na kraju i odustao od daljnjih istraživanja teleautomatike.

Iz New Yorka je otišao u svibnju 1899. godine, pun novih planova. Prijateljskim je vezama namaknuo potreban novac kojim je u pustopoljini u blizini Colorado Springsa počeo graditi novi laboratorij. Planirao je dalje istraživati bežičnu komunikaciju, ali i bežičan prijenos energije, projekt koji je nazvao »svjetski sustav« (*World System*). Upravo iz vremena u Colorado Springsu potječe i (jedini) pedantno vođen dnevnik, radne bilješke koje je, vjerojatno poučen dotadašnjim gubicima, napokon počeo voditi o radu i izumima.

Slika 23. Tesla u laboratoriju u Colorado Springsu

Izgradio je »ispitnu stanicu« koja je u početku sličila golemom četvrtastom štaglju, a na kraju izgledala poput broda s tornjem umjesto jarbola. Stršeći iz otvorenog dijela krova, toranj se uzdizao punih 25 metara iznad zemlje, a na vrhu se izvijao još viši metalni stup. Na njegovu je vrhu bila kugla od bakrenog lima, promjera jedan metar (Cheney, 2003:195). Radionica je tako postala mjesto za izazivanje pravih električnih vatrometa, kao u vrijeme najžešćih planinskih oluja (Slika 22.). Znalo se dogoditi da i gradić Colorado Springs tijekom kojeg eksperimenta ostane bez struje.

To vrijeme obilježila su njegova otkrića stacionarnih valova pomoću kojih se Tesla uvjerio kako Zemlja ima vlastiti magnetizam koji se može koristiti kao medij za bežičan prijenos električne energije, ali i za prijenose svih vrsta signala. Slijedio je put kojim je krenuo drugi, vrlo poznati američki znanstvenik, izumitelj, političar i diplomat Benjamin Franklin. Osim elektriciteta, Tesla se bavio i frekvencijama, rezonancijom i radijskim valovima. Zamislio je golem izvor energije koji bi mogao ponuditi većinu današnjih bežičnih usluga, od povezivanja radiotelefonskih mreža,

sinkronizacije vremenskih signala, preko distribucije poruka i vijesti do prijamnika, osobnih komunikacija i drugo. Govorio je o svjetskom sustavu za prijenos obavijesti (Cheney, 2003:216). Međutim, ma koliko se s današnjeg aspekta ta zamisao činila jednostavna i izvediva, toliko je u to vrijeme bila čudna i neprihvatljiva.

Westinghouse nije bio zainteresiran za bilo kakva ulaganja u projekte koji su bili u izravnoj suprotnosti s onim na čemu je dotad zaradio silan novac. Bežična distribucija električne energije nosila je u sebi opasnost za sve dotad postignuto. Projekt ga nije zanimao i glatko je odbio financirati ga.

U potpunosti bez novca, Tesla se upustio u pisanje (naručenog) članka,[46] u kojem je trebao objasniti tzv. svjetski sustav bežičnog i besplatnog prijenosa energije u sve dijelove svijeta. Članak je ispao dug, kaotičan i nerazumljiv, filozofska rasprava o svemu i svačemu, ali ni o čemu konkretno. Jedini su užitak činile fotografije koje su ciljno snimljene kako bi se dočarali dramatični trenuci u laboratoriju. U tu je svrhu Tesla pozvao fotografa Alleya koji je znao kako treba snimiti fotografiju s čim više svjetlosnih efekata. Članak nije bio ni dobar ni informativan, a najmanje znanstven. Rasplinjavajući se u neprestanim objašnjavanjima i raspravama te vječitoj potrazi za novcem, Tesla je gubio dragocjeno vrijeme. Stekao je status ekscentričnog i znanstveno neozbiljnog autora, sanjara koji osmišljava nemoguće uređaje i bavi se nemogućim izumima.

Bilo je to vrijeme prvih Marconijevih eksperimentiranja sa slanjem radijskih signala na veće udaljenosti. Međutim, iako je Tesla očito već daleko odmaknuo u tim istraživanjima, nije još bio spreman za detaljnu objavu. Njegov je cilj bio »svjetski sustav« slanja energije, u kojem je bežična komunikacija bila tek jedan od elemenata, ali ne i ukupan projekt. Razmišljajući na globalnoj razini, Tesla nije uočavao važnost elemenata na kojima je počivao projekt »svjetskog sustava«, smatrajući ga zatvorenom cjelinom, jedinstvenim i nedjeljivim darom cijelom čovječanstvu. Vjeruje se da je odbio ponudu britanskog Lloyda za otkup *wirelessa*, koji je ta kompanija htjela isprobati na brodovima.

Njegov je rad ipak privukao pozornost utjecajnog Morgana koji je odlučio pažljivije saslušati Tesline zamisli. Nakon razgovora ponudio mu

[46] Tesla, Nikola: The Problem of Increasing Human Energy, *The Century Magazine*, New York, lipanj, 1900., www.tfcbooks.com (preuzeto u kolovozu 2008.).

je 150.000 dolara za 51 posto udjela u svim patentima utemeljenima na »svjetskom sustavu«. Bio je to vrlo mali iznos i prilično izrabljivački ugovor, no Tesla je svejedno pristao. Morgan je time Tesline izume mogao, ako ih procijeni štetnim za sebe, jednostavno zabraniti, a ako se pokažu korisnima, debelo naplatiti. Osim toga javno objavljujući novu suradnju s Teslom, odbio je i sve druge, potencijalne investitore. Ostaje nejasnim zašto je Tesla uopće pristao na tako nizak iznos na temelju kojeg je opet predao vlasništvo nad vlastitim rezultatima u tuđe ruke.

Možemo tek nagađati da mu se žurilo s početkom rada na novom projektu, gradnji tornja koji je trebao biti ishodište ukupnoga »svjetskog sustava«. Lokacija je bila Shoreham, na Long Islandu, a radovi su počeli u srpnju 1901. godine. Ondašnji poznati arhitekt Stanford White napravio je projekt za zgrade i toranj na kojem se trebala nalaziti glavna instalacija. Bio je to zahtjevan zadatak jer je građevina morala odolijevati svim vremenskim uvjetima, u svim godišnjim dobima. Toranj je ostao poznat pod dva naziva: Teslin toranj i Wardenclyffov toranj (*Wardenclyffe Tower*) prema imenu vlasnika tog zemljišta, odvjetnika i bankara Jamesa S. Wardena, koji je uza nj planirao graditi obiteljske kuće za stanovanje. Tesla je dobio na korištenje 81 hektar.

Važno je napomenuti da je u prosincu 1901. godine Marconi uspio poslati slovo »s« preko Atlantika. Svijet su preplavili hvalospjevi, a Tesla je uzaludno objašnjavao, svima koji su ga htjeli slušati, kako je Marconi upotrijebio čak 17 njegovih patenata bez dopuštenja.

U lipnju 1902. godine preselio se na Long Island u novi laboratorij. Toranj, koji je dominirao cijelim prostorom, visine oko 57 metara, još se bio gradio. Temelji su mu bili duboko u zemlji, a nosila ga je čelična konstrukcija. Na vrhu je još nedostajala kupola od bakrenog lima (Slika 24.).

Naravno, opet mu je ponestalo novca pa se obratio Morganu za pomoć. Međutim, Morgan je odbio novu posudbu, dajući Tesli do znanja kako namjerava prekinuti s financiranjem ukupnog projekta. Pokušavajući na sve načine, pa i ponovnim pisanjem članaka[47] objasniti vlastiti naum i namaknuti novac, Tesla je gubio bitku.

[47] Tesla, Nikola: The Transmission of Electrical Energy Without Wires, *Electrical World and Engineer*, 5. ožujka 1904., www.tfcbooks (preuzeto u kolovozu 2008.).

Slika 24. Teslin toranj na Long Islandu

Konačnu je odluku o povlačenju iz projekta Morgan objavio u srpnju 1904. godine. Bilo je to svojevrsno upozorenje svim drugim eventualnim investitorima. Tesla je opet došao na glas kao neobuzdan čovjek nerealnih ideja. K tomu, Američki ured za patente iste je godine priznao Marconiju patent radijskog emitiranja.

»Sumnjivom« projektu više nitko nije želio pomoći. Tesla je i dalje pokušavao obraniti svoju ideju, pišući teško razumljive traktate o besplatnoj energiji kako bi se očuvao svjetski mir.[48] Godine 1905. u svibnju istekla su i neka autorska prava na patente pa je i tu ostao bez prihoda. U kriznoj situaciji Tesla je objavio svojevrstan bilten na četiri stranice u kojemu je, između ostalog, nudio i svoje inženjerske usluge. Bio je to očajnički pokušaj zarade novca kojim bi mogao nastaviti rad na tornju. U oglasu su bili nabrojeni svi njegovi dotadašnji patenti (93), na naslovnici se nalazila slika tornja, a na zadnjoj stranici fotografija elektrane na Nijagari (Lomas,

[48] Tesla, Nikola: The Transmission of Electrical Energy Without Wires, as a Means for Furthering Peace, 7. siječnja 1905., www.tfcbooks (preuzeto u kolovozu 2008.).

2006:134). Međutim, nije imao uspjeha. Konačan krah projekta uslijedio je 1906. godine kad su obustavljeni svi radovi, a nad uređajima i strojevima provedena ovrha. Zaplijenjeni su i prodani kako bi se namirili dugovi.

Marconi je 1909. godine dobio Nobelovu nagradu za fiziku. Kandidati za istu nagradu 1915. bili su Tesla i Edison, no nisu je dobili. Često se, pa i danas, spominje tvrdnja kako je Tesla odbio primiti nagradu zato što ju je trebao dijeliti s Edisonom, »običnim pronalazačem korisnih naprava«, ali ta tvrdnja nikada nije potvrđena (O'Neill, 1956:229). Nobelovu nagradu za fiziku te su godine dobili engleski fizičari, otac i sin Bragg, za uporabu X-zraka pri utvrđivanju strukture kristala.

U razdoblju od 1912. do 1915. godine napuštena se lokacija tornja polako urušavala. Vlasnik Waldorf Astorije, hotela u kojemu je Tesla živio, raspolagao je hipotekom na zgradu i toranj. Budući da Tesla od 1915. uopće više nije mogao plaćati smještaj, George C. Boldt, vlasnik hotela, postao je i vlasnik Wardenclyffa. Konačan kraj tornja uslijedio je 4. srpnja 1917. godine kad je dinamitom dignut u zrak. Navodno je odluku o rušenju donijela američka vlada s objašnjenjem da su s njega obavljanje protuameričke špijunske aktivnosti. Naime, nekoliko mjeseci prije toga, u travnju 1917. godine, Amerika je ušla u Prvi svjetski rat.

Tešku i dobro utemeljenu konstrukciju nije bilo tako lako srušiti. Trebalo je još dinamita, pa je posao dovršen sutradan. Ipak, čini se da su razlozi rušenja tornja bili znantno prozaičniji. Pretpostavlja se da je Tesla dogovorio rušenje tornja s tvrtkom Smiley Steel Co. iz New Yorka kako bi se barem nešto moglo zaraditi prodajom njegove čelične konstrukcije (Chaney, 2003:246).

Krajem 1911. godine Tesla je pomogao graditi sličan toranj koji je njemački Telefunken počeo graditi na lokaciji West Sayville, također na Long Islandu. Radijski toranj visine 180 metara bio je namijenjen radijskoj komunikaciji s Europom, no srušen je iste 1917., opet iz bojazni ratne špijunaže i mogućnosti da postane orijentacijska točka.

Bivši projekt Wardenclyff, od kojeg je ostala samo zgrada od cigle, idućih je godina mijenjao vlasnike. Godine 1967. proglašen je zaštićenom povijesnom lokacijom, a desetak godina poslije, u srpnju 1976., ondašnja je jugoslavenska vlada dobila dozvolu za postavljanje spomen-ploče Nikoli Tesli. Današnji vlasnik ukupnog prostora kompleksa Wardenclyffa je tvrtka AGFA-Gevaert.

Tesla se, u dobi od gotovo šezdeset godina, opet našao bez ičega. Morgan je kontrolirao sve bežične patente, Westinghouse sve u vezi s izmjeničnom strujom, a mnogima je već i istekla zaštita. Osim toga bio je na glasu kao kaotična, nesustavna osoba, veliki sanjar s nemogućim idejama, sklon nepotrebnom rasipanju novca na neuspješne projekte. Njegov vlastiti idealizam, ali i kronično neposlovan duh, opet su ga doveli do siromaštva. Bez laboratorija u kojem bi eksperimentirao imao je dovoljno vremena za pisanje, kako vlastitih članaka i bilješki, tako i čestih odgovora na tuđe tekstove. Bio je osamljen, bez obitelji i s vrlo malo prijatelja.

Još 1915. godine podigao je tužbu protiv Marconija, tvrdeći da je bez ikakvih dozvola iskoristio njegove patente za bežični prijenos signala. Nažalost, nije imao dovoljno novca za ažuriranje procesa koji se razvukao na gotovo 30 godina. Tijekom tih godina, dok je Marconi razvijao svoje carstvo i uživao golemu popularnost, Tesla se gubio. Vrijeme je učinilo svoje i uvriježilo se mišljenje kako je Marconi »otac radija«. Međutim, u lipnju 1944. godine nepravda je dijelom ispravljena jer je sudskom odlukom čak 15 Marconijevih radijskih »patenata« proglašeno »nedovoljno istraženima«. Bilo je to posthumno priznanje Nikoli Tesli, ali i više nego zakašnjelo da bi iole jače utjecalo na rašireno mišljenje da je Marconi prvi i jedini izumitelj radija.

Razočaran, ozbiljno narušena mentalna zdravlja, Tesla je 1916. godine objavio osobni bankrot zbog nemogućnosti plaćanja poreza u visini od 933 dolara. Teslina je novčana situacija postala javna 18. ožujka 1916. godine kad je *New York Times* objavio da je »gospodin Tesla pod zakletvom izjavio da nema novca i da živi na dug«. (u Filipović, 2006:98). Bilo je to u vrijeme kad je Edison postao voditelj istraživačkog odjela američkog Ministarstva obrane, a Teslini patenti donosili golemu dobit osobama i tvrtkama kao što su Marconi, Westinghous i GE.

Pa ipak, struka je i te kako bila svjesna Teslinih postignuća. Bilo je sramotno što je od izuma autor imao najmanje koristi. Američki institut elektroinženjera (IEEE) predložio je Teslu za svoju najvišu nagradu koja je nosila ime »Thomas Alva Edison«. Tesla je očekivano odbio nagradu, ali nakon brojnih nagovaranja ipak ju je pristao primiti, vjerojatno stoga što se sastojala od novčanog dijela. Isto je udruženje poslije utemeljilo i nagradu »Nikola Tesla« za posebna znanstvena postignuća. Skromnu je novčanu potporu, od oko 125 dolara mjesečno, dobivao od tvrtke Westinghouse,

koja se bojala lošeg publiciteta, a navodno je dobivao i skroman iznos od jugoslavenske vlade.

Teslino se zdravlje nakon završetka Prvoga svjetskog rata još više narušilo. Niz živčanih slomova rezultirao je brojnim neurozama, fobijama i općenito čudaštvom. Pozornost javnosti privlačio je s vremena na vrijeme, ovisno o tomu koliko je senzacionalistička bila tvrdnja upućena novinarima. Govorio je i o »zrakama smrti« kao novom oružju, međuplanetarnom komuniciranju, vibracijama koje uništavaju zgrade, telegeodinamici kojom se otkrivaju minerali i sličnim »izumima« koji s današnjeg aspekta nisu senzacionalistički. Unatoč tomu način njihove prezentacije u javnosti, vjerodostojnost izumitelja i općenito sadržaj »otkrića« bili su dovoljno znanstveno upitni da bi se njima uopće netko ozbiljnije bavio.

Tesli su Columbia College i Yale University dodijelili još 1894. godine počasni doktorat (godinu dana nakon promocije izmjeničnog sustava na izložbi u Chicagu). Godine 1926. dodijeljen mu je i počasni doktorat Sveučilišta u Zagrebu.

Početkom 1928. godine Tesli je odobren (bio je to ujedno i njegov zadnji) patent za letjelicu koja je mogla slijetati i uzlijetati okomito. Iako nakon patentiranja nije pronašla praktičnu primjenu, posebno u vojsci, ostaje činjenica da je čak i u poodmakloj dobi Tesla bio kreativac.

O Teslinu ugledu svjedoči i njegova fotografija na naslovnici uglednoga američkog magazina *Time* od 20. srpnja 1931. godine. Teslin život i rad bili su vodeća priča tog broja.

Tesla je umro od zatajenja srca, osamljen, 7. siječnja 1943. godine u hotelu New Yorker u New Yorku u 87. godini. Jedino društvo zadnjih godina života bili su mu golubovi. Nikad se nije ženio niti je privukao pozornost ljubavnom vezom. Govorio je čak sedam jezika.

Nakon objave smrti, iako je bio američki državljanin od 1891. godine, FBI je u hotelsku sobu poslao službenike Odjela za strance sa zadatkom da preuzmu sve što je ostalo u njoj. Na temelju službenog naloga otvoren je i njegov hotelski sef. Smatra se, iako nikad nije dokazano, da je potkraj života Tesla radio na nekoj vrsti novog oružja. I danas se spekulira s tvrdnjom da je dio Teslinih bilješki ipak ostao u američkim arhivama. Ostatak stvari predan je njegovu nećaku koji ih je darovao Teslinu muzeju u Beogradu. Tamo se nalazi i urna s Teslinim posmrtnim ostacima.

Tesla posthumno uživa ugled i poštovanje u svjetskim relacijama, o čemu svjedoče brojne zaklade, udruženja, spomenici, spomen-ploče, ulice, trgovi te obljetničke proslave i knjige. Iza sebe je ostavio 221 patent, od toga 113 prijavljenih u Americi, 73 članka u različitim časopisima te velik broj (približno 40.000) stranica brojnih zabilježbi i nacrta.

Ujedno, Tesla je najmlađi od 14 uglednih znanstvenika, čijim su prezimenima nazvane fizikalne jedinice. Tako se našao u društvu velikana poput Newtona, Pascala, Ohma, Volte, Ampera, Joula, Watta i drugih svjetskih umova. Tesla je izuzetno dobro zastupljen i u virtualnom svijetu pa se na internetu mogu pronaći tisuće i tisuće stranica posvećenih upravo njemu, njegovu životu i radu.

Drugi vrlo važan čovjek za afirmaciju i unapređenje bežične komunikacije bio je Talijan Guglielmo Marconi. Potpuno različit od Tesle, kako po znanju tako i po praktičnom duhu kojim je pristupao svojim zamislima, Marconi nije u životu ništa propustio, počevši od popularnosti i velikih zarada još u dobi od nepunih trideset godina preko Nobelove nagrade do glamuroznog načina života.

1.2. Marchese Guglielmo Marconi

Marchese Guglielmo Marconi (1874. – 1937.) rođen je u Bologni. Majka Annie bila je Irkinja, a otac Giuseppe Talijan. Odrastao je na obiteljskom imanju poznatom pod imenom Villa Griffone, na brdu iznad sela Pontecchio, oko 17 km udaljenog od Bologne.

Otac mu je bio ugledan i imućan zemljoposjednik koji se najviše bavio imanjem i vinogradima, dok je majka, znatno mlađa od oca, bila nemirna duha i sklona putovanjima. Mladi je Guglielmo prvi put otputovao s majkom u Englesku u posjet rođacima kad je imao svega tri godine, a otad je uz talijanski redovito učio i engleski jezik.

Često su putovali i na jug Italije, u Leghorno, lučki grad na zapadnoj obali gdje je živjela majčina sestra. Guglielmo je zavolio more i cijelog života ostao vezan uza nj. Podjednako tako zanimale su ga i knjige iz bogate očeve knjižnice, naročito sadržaji iz mehanike ili prikazi nekih eksperimenata s elektricitetom. Uskoro je i sam počeo provoditi istraživanja. Među idejama bilo je i »hvatanje« elektriciteta iz olujnih oblaka kako bi

se pokrenulo zvonce na ulaznim kućnim vratima. Vjeruje se da je jednog olujnog dana zvonce doista i zazvonilo.

Slika 25. Marchese G. Marconi

Otac nije bio zadovoljan njegovim interesima. Većinu je eksperimenata doživljavao kao pravo gubljenje vremena, a situacija se znatno pogoršala kad je Guglielmu odbijen upis na Mornaričku akademiju zbog nedovoljnih kvalifikacija (Birch, 2001:14-16). Odbijanje je pogodilo i Guglielma zato što je odgajan u uvjerenju da će biti mornarički časnik. Jedini oslonac razočaranog dječaka bila je majka, uz čiju je potporu nastavio eksperimentirati. Umjesto u mornaricu 1887. godine upisao se na Tehnički institut u Leghorneu. Bila je to, prema mišljenju i oca i sina, jadna alternativa mogućoj mornaričkoj karijeri, ali, kako se poslije pokazalo, pravo mjesto za učenje.

Guglielmo je ušao u svijet koji ga je u potpunosti zaokupio. Upoznao se s radom Alessandra Volte,[49] ali i s mnogim drugim postignućima na području elektromagnetizma. Najviše su ga zanimali radovi znanstvenika poput Franklina, Maxwella, Lodgea i drugih. Unatoč očevu nezadovoljstvu i nerazumijevanju majka mu je uspjela priskrbiti privatne lekcije izvan škole.

Naime, u neposrednoj blizini Ville Grifone stanovao je uvaženi fizičar, profesor Augusto Righi, koji mu je dopustio da se koristi laboratorijem i omogućio ulaz u sveučilišnu knjižnicu. Marconi nije gubio vrijeme i nastavio je čitati i proučavati sve što je bilo u vezi s elektricitetom i elektromagnetizmom. Telegraf je već bio uobičajeno sredstvo komunikacije, a znanstveni je svijet dobio spoznaje o Hertzovim valovima. Stoga je Marconi odlučio pokušati izvesti neke eksperimente, i to na tavanu u Villi Grifone, koji je postao njegov laboratorij.

[49] Volta je 1800. godine, a na tragu originalne zamisli Luigia Galvanija iz 1786. godine, osmislio prve baterije s električnim punjenjem.

Nakon brojnih pogrešaka i preinaka Marconi je u jesen 1895. godine uspio poslati jasan Morseov signal s tavana do prizemlja. Nakon toga odlučio je eksperimentirati na većim udaljenostima. Signal je »putovao« bez gubljenja snage. Marconijeva je obitelj poslala prvo pismo, informaciju o postignutom uspjehu, talijanskoj upravi telegrafa koja nije bila zainteresirana. Razočarani, ali ne i obeshrabreni, potražili su pomoć majčine rodbine u Engleskoj koja je uspjela dogovoriti sastanak s Williamom Preeceom, šefom inženjera u Britanskoj pošti (*General Post Office*).

Sir William Henry Preece bio je jedan od prvih telegrafskih inženjera koji se bavio problemima i izazovima bežične komunikacije. Zainteresirao ga je Marconijev rad, a nakon uspješne prezentacije odlučio se na javni prikaz. Dana 27. srpnja 1896. godine signal je emitiran s krova glavne pošte u Londonu prema zgradi na oko dva kilometra udaljenosti. Morseovo se slovo čulo bez ikakvih problema. Taj se dan smatra i službenim početkom bežične komunikacije. Potvrda o patentu stigla je početkom ožujka 1897. godine.

Uslijedila su brojna negodovanja znanstvene zajednice koja je smatrala da je Marconi vješto iskoristio tuđe rezultate. Dodjelu patenta smatrali su nepravednom i sa znanstvenog aspekta neutemeljenom. Naime, u to su se vrijeme istim istraživanjima bavila mnoga, neusporedivo uglednija imena poput Aleksandra Popova u Rusiji, Edouarda Branlyja u Francuskoj, pa i samog Augusta Righija u Italiji. Mnogi su smatrali da je Marconijev uspjeh bio u tomu što je na drugi način izveo ono što je već izvedeno (Briggs, Burke, 2005:124). Osim toga povijest bilježi i da je krajem te iste 1897. godine francuski izumitelj i konstruktor uređaja za znanstvene eksperimente Eugène Ducretet izveo prvo »emitiranje« s Eiffelovoa tornja u Parizu. Bežičnim je telegrafom (*la Telegraphie sans fil*) s najviše platforme tornja emitirao prve kodirane poruke. Ovom se napomenom ne kani omalovažiti Marconijev uspjeh, već samo napomenuti kako nije bio jedini, a kamoli da je »otac radija« kao što ga mnogi tituliraju.

Za razliku od drugih istraživača, Marconi je bio mlad i ambiciozan čovjek, inovator u praktičnom smislu, koji nije htio gubiti vrijeme na laboratorijske eksperimente (Hong, 2001:75-80, Garatt, 1994.). Nakon uspjeha u Londonu osnovao je kompaniju za promicanje bežične komunikacije Wireless Telegraph and Signal Co. Namjeravao je komercijalizirati svoja

postignuća. Okupio je ekipu vrsnih stručnjaka koji su radili na daljnjem unapređenju bežične komunikacije.

Talijanska je vlada shvatila da je pogriješila. Uputila mu je poziv da predstavi svoja istraživanja odgovornim osobama talijanske mornarice. Bežična se komunikacija nesmetano odvijala, signali su putovali i onda kad se brod već gubio iz vidokruga. Marconijev je signal uskoro putovao deset, a nepunih mjesec dana poslije dvadeset kilometara. Dana 27. ožujka 1899. godine bežični je signal premostio kanal La Manch.[50] Ništa ga nije moglo zadržati. Trebalo ga je samo »produžiti«.

Amerikanci su također pokazali veliko zanimanje. Marconi je u dobi od 25 godina otputovao u Ameriku i tamo predstavio *wireless*. Godine 1899. otvorio je Marconi Wireless Telegraph Co. u Americi, a nedugo potom i tvrtke u Parizu, Rimu i Bruxellesu.

Sljedeći pravi izazov bio je Atlanski ocean. Unatoč skepticizmu, naročito u znanstvenim krugovima, Marconi se nije dao omesti u svojoj namjeri. Odredio je lokacije na kojima će sagraditi stanice za emitiranje i primanje signala. U Engleskoj je odabrana obala u mjestu Poldhu na obali Cornwalla, a u Americi Cape Cod u Massachusettsu. Među njima je bilo oko 3000 kilometara udaljenosti. Radovi su dovršeni u rujnu 1901. godine. Novi i moćni odašiljač s posebno dorađenom i pojačanom antenom na dvadeset drvenih jarbola visine od 60 metara bili su temeljna oprema za velik pothvat. Nažalost, sredinom rujna oluja je poharala Poldhu i gotovo razorila stanicu. Potom se u studenom prevrnula antena na Cape Codu pa je Marconi donio odluku da se dio opreme za primanje signala premjesti na Newfoundland (dio Velike Britanije), točku koja je bila nešto bliža Europi.

Početkom prosinca 1901. godine sve je bilo spremno za eksperiment. Marconi je sa svojim asistentima bio na točki primanja signala, u Newfoundlandu. Jak vjetar prvog je dana donio neuspjeh i uzrokovao štetu na uređajima. Ipak, sljedećeg dana Marconi je čuo signal, Morseovo slovo »S«. Bio je to golem uspjeh. Iako je premostio Atlantik, nije bio zadovoljan jer je signal predugo putovao. Razlog je bio u ionosferi, o kojoj Marconi nije ništa znao.

[50] Marconi's Life, www.marconicalling.com (preuzeto u kolovozu 2008.).

Mediji su s oduševljenjem prihvatili priču o mladom izumitelju. Njegovo je ime postalo slavno, a svaki se novi pothvat pratio s velikim zanimanjem.

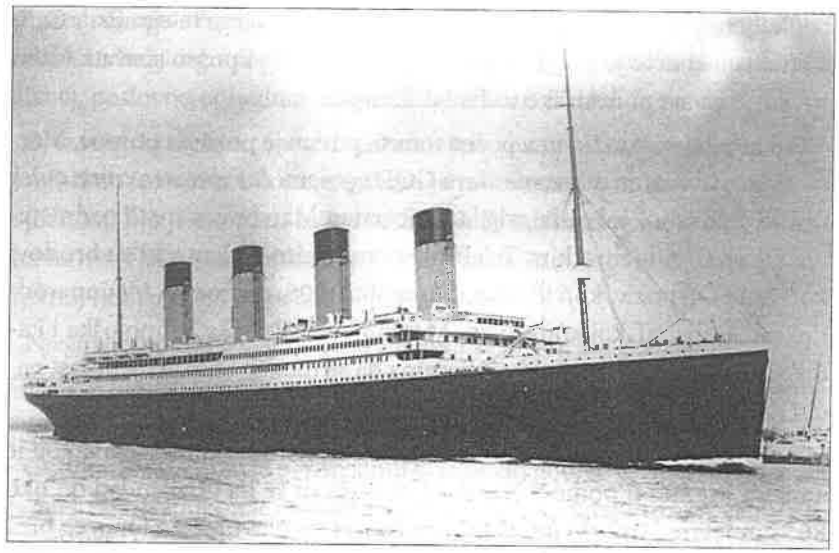
Marconi je do 1903. godine izgradio još niz stanica i opremio brojne brodove. Klasična je žičana telegrafija trpjela brojne kritike ponajprije zbog stalnog zagušenja linija. Naime, potreba za sve bržom komunikacijom stalno je rasla, a postojeća je infrastruktura nije mogla pratiti. Visoke cijene za loše usluge, ali i tvrdoglavo odbijanje uprava telegrafskih kompanija da se okrenu novim tehnologijama vodile su prema sve većem interesu za Marconijev bežični sustav.

Daljnji su eksperimenti tražili velika financijska ulaganja. Pravog je partnera našao u mornarici. Američki, britanski i talijanski brodovi bili su opremljeni uređajima za bežičnu komunikaciju. Uglednici su se sve češće koristili uslugama bežičnog slanja poruka, a mnogi od njih su uredno plaćali takve usluge. Iznosi nisu bili visoki, ali jasno su ukazivali na moguću komercijalnu iskoristivost. Bio je to izazov za sve nacionalne pošte, a u ovom slučaju osobito za britansku, jer se zadiralo u monopol koji je dotad imala nad telegrafijom. U kolovozu 1904. godine Velika Britanija je usvojila Zakon o bežičnoj telegrafiji. Cilj mu je bio uvesti red u bežičnu i žičanu komunikaciju.

Marconi je postao ugledan i cijenjen član londonskoga visokog društva. Odličnih manira i ponašanja, ugodne vanjštine, a k tomu vrlo popularan, imućan i neoženjen, bio je rado viđen gost svih značajnijih društvenih događanja. Godine 1905. oženio se pripadnicom irske aristokracije, vrlo imućnom Beatricom O'Brien. Idućih godina obitelj se povećala za dvije kćeri i sina.

Važnost bežične komunikacije potvrdila se osim u vojnim krugovima i u putničkom prometu. Zbog guste magle sudar parobroda Republica s putničkim parobrodom Florida u siječnju 1909. mogao je završiti tragično. Zbog prisebnosti telegrafista s Republice, koji je s pomoću Marconijeve opreme uspješno poslao signal za pomoć, dozvan je obližnji putnički brod Baltic te su svi putnici spašeni.

Unatoč brojnim prigovorima struke, pa i ozbiljnim kritikama koje su ugledni znanstvenici upućivali Marconiju, iste je godine dobio Nobelovu nagradu. Dijelio ju je s njemačkim fizičarom Carlom Ferdinandom Braunom jer je procijenjeno da su odvojeno, ali istovremeno napravili goleme pomake u bežičnoj telegrafiji.



Slika 25. Titanic

Pravo i konačno priznanje važnosti radiokomunikacije stiglo je s tragedijom »nepotopivog« Titanica, do tada najluksuznijega izgrađenog broda.

Potonuo je u noći 14. travnja 1912. godine nakon udarca u ledenu santu, noseći u smrt 1500 putnika i članova posade. Radiotelegrafska oprema na Titanicu bila je najmodernija. Komunikacija se mogla uspostaviti na udaljenosti od oko 450 km danju i do 2500 km noću. Modernoj radiotelegrafskoj sobi ipak je nedostajao važan element: nije imala izravnu vezu s kapetanskim mostom, što je na kraju dovelo do toga da poruke upozorenja s drugih brodova o ledenjacima u moru nisu ni stigle do kapetana.

Naime, tijekom plovidbe te kobne večeri telegrafisti John Phillips i Harold Bride zaprimili su niz poruka s drugih brodova u kojima je Titanic upozoren na ledene sante. Međutim, bili su okupirani slanjem privatnih poruka koje su oduševljeni putnici slali prijateljima i rodbini na kopnu. Baveći se »reklamiranjem« broda, što je bilo od izuzetne važnosti za daljnju komercijalnu plovidbu, telegrafisti su bili umorni i opterećeni neprekidnim tipkanjem poruka.

Vjerojatno je stoga Phillips u jednom trenutku drsko prekinuo komunikaciju s kolegom telegrafistom s broda Californian s obrazloženjem da mu ometa vezu. Poruka koju je upravo primio glasila je: »Blokirani smo

i opkoljeni poljem leda-stop-Californian.« Srditi kolega telegrafist s Californiana isključio je potom radiotelegrafski uređaj i pošao spavati. Nalazili su se na svega nekoliko milja od Titanica.

Kad je brod nakon udarca počeo tonuti, poslan je poziv za pomoć, Morseovim znakovima otkucana slova CQD (*general call disaster, come quick disaster*). Kratica je predstavljala svojevrstan Marconijev inat i nadmetanje s rastućim njemačkim Telefunkenom. Naime, njemački su brodovi koristili SOS poziv, koji je ušao u uporabu 1906. godine na Međunarodnoj radiotelegrafskoj konvenciji. Marconijeva tehnička, tehnološka i kadrovska premoć bila je toliko utjecajna da se mogao i na taj djetinjast način nadmetati s konkurencijom.

Poslani signal za pomoć čuo je radiotelegrafist s broda Carpatia koji je smjesta krenuo u pomoć. Nažalost, nalazili su se na udaljenosti od oko 80 kilometara i trebalo mu je više od četiri sata plovidbe do tonućeg broda. Pa ipak, spašeno je 705 putnika, odnosno oni koji su bili u čamcima za spašavanje. Spašenih je moglo biti i više, ali na Titanicu nije bilo dovoljno brodova za spašavanje.

Marconijeva je kompanija nakon tragedije sastavila opširan izvještaj u kojemu je sadržana potpuna radiokomunikacija Titanica i svih brodova koji su u nekom trenutku poslali ili primili neku od poruka. Na temelju upravo tih poruka rekonstruiran je događaj i njegov tijek, od udarca u ledeni brijeg (23.40 sati), prve poruke CQD (00.15 sati) do nestanka struje u telegrafskoj sobi (oko 2.17 sati). Carpatia je stigla u 4.15 sati. Ta je tragedija konačno potvrdila važnost radiotelegrafije. Uslijedio je niz važnih dogovora na svjetskoj razini o obvezama u sigurnoj plovidbi. Brodovi su ubuduće morali imati svu prateću opremu za spašavanje te aktivnu brodsku radiotelegrafsku službu s najmanje tri operatera po brodu tijekom 24 sata.[51]

Marconijevoj popularnosti nije zasmetao ni skandal s dionicama 1913. godine. Riječ je bila o ugovoru za gradnju 18 radiotelegrafskih releja koji je Marconi sklopio s britanskom vladom. Cijena dionica njegove tvrtke dramatično je nakon toga porasla. Skandal je počeo onog trenutka kad je ondašnji premijer David Lloyd George prozvan zbog kupnje tih dionica jer je izravno bio upoznat s očekivanim poslovnim dogovorom. U skandal su dodatno bila upletena još neka ugledna imena iz visoke politike, koja su bila u nekoj

[51] Titanic Tragedy, www.marconiusa.org (preuzeto u kolovozu 2008.).

posrednoj vezi s Marconijem. U rujnu iste godine Marconi je u prometnoj nesreći u Italiji izgubio desno oko. Čim je prizdravio, vratio se istom načinu života, poslovno opsjednut unapređenjem transatlantskog servisa.

Prvi svjetski rat Marconi je dočekao je kao zastupnik u talijanskom Senatu. Stekao je i status oficira, ali ubrzo je promaknut u mornaričkog zapovjednika. Bio je zadužen za sve vrste vojnih komunikacija, a osobito one na moru. Nakon završetka rata bio je član talijanskog izaslanstva na mirovnoj konferenciji u Parizu.

Njegove su političke aktivnosti tih godina dovele do gubitka američkog tržišta u području bežičnih komunikacija i radioopreme. Tako važan resurs jednostavno je bilo suviše riskantno ostaviti u rukama stranca.

Godine 1919. kupio je parnu jahtu dužine od gotovo 67 metara i nazvao je Elettra.[52] Napokon je mogao boraviti na moru i baviti se eksperimentima. Ujedno mu je Elettra pružala slobodu od obiteljskih obveza. Bio je to dom prema njegovu ukusu, koji je ubrzo postao silno privlačan za mnoge ugledne i poznate osobe onog vremena, kako zbog luksuza tako i zbog bogatoga društvenog života.

Međutim, na temelju spoznaja o novim mogućnostima *wirelessa*, a to je bilo emitiranje glazbe i govora (umjesto Morseovih kodova), Marconi se upustio u nova eksperimentiranja. Za svoje je pokuse izabrao Englesku u kojoj su 1920. godine u mjestu Writtle obavljena prva pokusna emitiranja. Slijedom događaja, o kojima će biti više riječi u sljedećem dijelu knjige, inicirao je 1922. okupljanje investitora u prvi službeni radijski program na Otoku. Dozvola za emitiranje izdana je u studenom 1922. godine kad je počela s radom privatna kompanija pod nazivom British Broadcasting Company ili BBC. Pet godina poslije, istekom koncesije i promjenom vlasničkog statusa, BBC je prešao pod okrilje državnog aparata. Marconi se povukao na Elettru, a iste se godine ponovno oženio pripadnicom talijanske aristokracije. Vjenčani kum bio mu je Benito Mussolini.

Zdravlje mu se tridesetih godina znatno pogoršalo. Patio je od ozbiljne bolesti krvožilnog sustava te se odlučio za mirniji način života, ponovno u Villi Griffone. Umro je u Rimu 20. srpnja 1937. u dobi od 63 godine. Sve svjetske radijske postaje odale su mu počast sa dvije minute tišine.

[52] O Elettri više u Dodatku 1. na kraju knjige.

II. DIO

RADIO

UVODNE NAPOMENE

I DANAS su aktualne rasprave o stvarnom izumitelju radija. Odgovor na to pitanje nije ni lak ni jednostavan. Današnji radijski medij produkt je rada brojnih manje ili više poznatih ljudi koji su u isto vrijeme na različitim mjestima istraživali mogućnosti koje im je pružilo otkriće bežične komunikacije. Radijski medij, jednostavno rečeno, nema izumitelja i od samih je početaka zapravo bio pravi međunarodni izum, »vlasništvo« brojnih znanstvenika, istraživača i zaljubljenika radioamaterizma.

Trivijalni će pristupi najčešće spomenuti Marconijevo ime, što nije točno. Marconi je bio samo jedan od mnogih koji su se bavili istraživanjem bežične komunikacije i koji je prije drugih istraživača proveo eksperimente koji su ga proslavili. Međutim, od slanja Morseovih slova eterom do prvoga masovnog medija trebao je biti ispunjen niz dodatnih uvjeta, bilo tehničkih, tehnoloških, sadržajnih ili pravnih. Nazvati Marconija »ocem radija« netočno je i nepošteno prema mnogim izumiteljima koji su svojim istraživačkim radom pridonijeli nastanku masovnog medija.

Put prema radijskom mediju počeo je istraživanjem elektromagnetizma, nastavio se izumima telegrafije i telefonije, a na kraju doveo do spoznaja o načinu slanja signala zrakom. Trenutkom kad je Marconijev eksperiment na Atlantiku dokazao kako signal može putovati od Europe do Amerike, otvoren je novi komunikacijski kanal, čiju su daljnju iskoristivost polagano otkrivali brojni drugi istraživači. Marconi se nikada nije bavio radijem kao masovnim medijem niti ga je to zanimalo. Njegov ukupni rad, osobito u uspostavi engleske i talijanske radiofonije, bio je izrazito tehničkog i tehnološkoga karaktera koji mu je uostalom nosio i najveću financijsku korist.

Prvih dvadesetak godina 20. stoljeća obiluje brojnim manjim unapređenjima radijske tehnike što su vodili prema radijskom mediju. Teško je biti precizan u rekonstrukciji zbivanja tih godina u uporabi bežične

komunikacije i pri tomu ne izostaviti poneki datum ili osobu. Bežična je komunikacija bila izum od svjetske važnosti, a objavljeni rezultati, kroz stručnu ili popularnu literaturu i tiskovine, bili su dostupni svima koje su ti eksperimenti zanimali.

Međutim, za uspostavu prvoga elektroničkog medija bilo je potrebno puno više od tehnologije, o čemu će biti više govora u sljedećim poglavljima. Bez obzira na sve početne manjkavosti, radijski je medij vrlo brzo napredovao ulazeći u sve strukture, obraćajući se svim članovima društva. Objedinjavao je niz svakovrsnih znanja i struka, tehničkih i tehnoloških te kreativnih i umjetničkih, pri čemu se sustavno bogatio novim sadržajima. Provocirao je širinom, dostupnošću i nezaustavljivošću kao što je to krajem 20. stoljeća učinio megamedij internet.

Različitosti u vlasničkim odnosima i načinima financiranja izravno su utjecale na nastanak dviju vrsta radiofonijskih modela. Američki se model temeljio na privatnim tvrtkama koje su interes našle u oglašavanju i zabavnim sadržajima, pozicionirajući radio kao izrazito komercijalan. Europski model nakon prvih godina emitiranja razvijao se kao javni servis kako bi zaštito i promovirao javni interes.

Tridesetih godina 20. stoljeća radijski je medij i u Europi i u Americi doživio snažnu politizaciju. Američki ga je predsjednik Franklin Delano Roosevelt toliko koristio da je stekao naziv »radijskog predsjednika«. Stoga mu je i posvećeno posebno poglavlje.

U Europi su u to vrijeme stasali fašistički i nacistički režimi, pa je radio iskorišten za promidžbu takve politike. Razdoblje Drugoga svjetskog rata dodatno je, u izrazito teškim uvjetima, afirmiralo medij koji se unatoč ratnom kaosu i razaranjima nije dao zaustaviti u emitiranju. Međutim, u to je vrijeme stasala i crna radijska propaganda i tajne radijske postaje, pri čemu je medij postao ključan čimbenik svakovrsne manipulacije informacijama.

Pojavom televizije pedesetih godina 20. stoljeća dobio je snažnu konkurenciju i njegovo je »zlatno doba« prošlo. Međutim, nova je tranzistorska tehnologija radijski prijamnik smanjila na veličinu džepa, a diskografska mu je industrija dala sadržaje koji su snažno privukli mladu i novu publiku. Uslijedila je nova faza razvoja koja je u Americi pronašla svoje mjesto u lokalnoj radiofoniji. Europske su zemlje bile opterećene hipotekom ratne uloge radijskog medija i nisu bile sklone dopustiti radiofoniji slobodan

razvoj. Strogost u pravilima emitiranja pogodovala je početku rada postaja poznatih kao radiopirati. U vodama oko Velike Britanije bila je šezdesetih godina okupljena najveća flota takvih radiobrodova.

Višegodišnje rasprave o daljnjem razvoju medija u Europi završile su otvaranjem medijskih prostora i komercijalnim radijskim programima. Tim je postupkom ukinut monopolizam državnih i/ili javnih servisa, a većina nacionalnih radiofonija znatno je obogatila svoju ponudu programa. Devedesetih godina 20. stoljeća u svim je europskim zemljama dualizam vlasničkih odnosa nad postajama postao uobičajen.

U kontekstu toga dugogodišnjeg slijeda razvoja radiofonije posebna je pozornost dana Radio Zagrebu, prvoj radijskoj postaji u Hrvatskoj. Od prve pojave u eteru 1926. godine do danas ta je postaja preživjela sve promjene koje su se događale na ovom prostoru, od uspostave i raspada nekoliko država preko izmjene vlasništva, ratnih nedaća te do komercijalne konkurencije. Danas je u sustavu Hrvatske radiotelevizije, jedinoga javnog servisa u Republici Hrvatskoj.

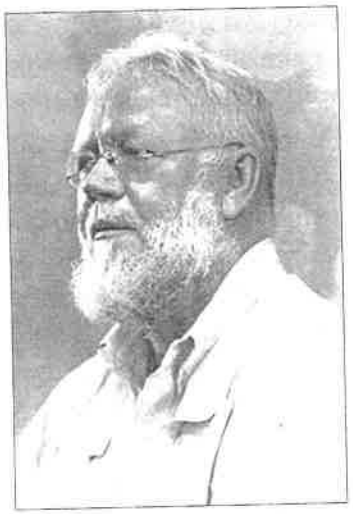
Digitalizacija je radiju priskrbila status »starog« ili »klasičnog« medija i teško je reći kakav će biti ishod te tehnološke revolucije. Zasad, na početku 21. stoljeća, radijski se medij uspješno prilagođava promjenama, ponovno poprimajući nove oblike poput internetskog radija ili radija na poziv. Nova mu tehnologija odgovara jer mu nosi, između ostalog, dodatno omasovljenje podjednako kao što su mu digitalni nosači zvuka dali novu audiokvalitetu.

Međutim, nema dvojbe da će radijski medij podjednako kao i njegovi sadržaji ponovno doživjeti promjene. Konvergencija je neizbježna i već sad prisutna. Sve procjene o daljnjem razvoju radiofonije nemaju ovog trenutka potrebno znanstveno utemeljenje i svode se na osobna razmišljanja i pretpostavke. Jedna od najaktualnijih tema odnosi se na budućnost javnih servisa i njihove posebne statuse u većini europskih država.

1. POČECI RADIOFONIJE U SVIJETU

Bežična je komunikacija uz osnovne namjene, vojnu i pomorsku, početkom 20. stoljeća dobila i treću. Radijski je medij bio uspješno izveden eksperiment, pravo iznenađenje za dotadašnje korisnike bežične komunikacije. Bio je to nedvojbeno najpopularniji dio radijske povijesti, napisao je James Gutherie Harbord, prvi predsjednik institucije Radio Corporation

of America (1929:57-63). Doista i jest, jer nakon što su se radioamateri nakon Prvoga svjetskog rata izborili za ponovno pravo korištenja *wirelessa*, radijski je medij osmišljen u nepunu godinu dana.



Slika 27. Reginald A. Fessenden

Tomu je ipak prethodio proces od dvadesetak godina. Marconijeva se uloga, podjednako kao i Teslina, zaustavila na tehnologiji bežične komunikacije i unapređenju njezine kvalitete. Svi sadržaji koji su emitirani tijekom tih eksperimentiranja, poput Morseovih kodova ili pjevačkog nastupa operne dive Nellie Melba u svibnju 1920. godine, za njih su predstavljali tek provjeru mogućnosti komunikacijskoga kanala. Stvarne sadržaje zbog kojih je radio postao masovan medij osmislili su tijekom godina mnogi drugi ljudi od kojih povijest bilježi svega nekolicinu.

Međutim, da bi se ljudski glas uopće mogao čuti u eteru, bila su potrebna dodatna unapređenja opreme za slanje i primanje signala.

Kanadski izumitelj (Slika 27.). Reginald Aubrey Fessenden (1866. – 1932.) bio je talentirani matematičar koji je na temelju stipendije dobio mogućnost da radi u Edisonovu laboratoriju u West Orangeu. Međutim, snažno privučen prvim spoznajama o mogućnostima bežične komunikacije svoja je istraživanja usmjerio prema daljnjim tehničkim, ali i sadržajnim mogućnostima.

Dovršetkom školovanja, kao vrstan teoretičar i praktičar, postao je profesor na Sveučilištu u Pittsburghu. Brojni eksperimenti doveli su do prvog emitiranja glazbe i govora u povijesti bežične komunikacije.

Na samu Badnju večer, 1906. godine, Fesseden je iz malene radiotelegrafske postaje izgrađene u selu Brant Rock u pokrajini Plymouth u Massachusettsu uspio u eter poslati instrumentalnu verziju pjesme »Sveta noć« (s fonografa), čitajući pritom kratke biblijske poruke. Program su čuli tek rijetki radiotelegrafisti s brodova u blizini, ali taj je mali eksperiment snažno utjecao na daljnji razvoj bežične komunikacije. Bilo je jasno kako radijski signali mogu nositi i puno više od Morseovih znakova.

Nemali broj tekstova i danas Fessendenovo emitiranje spominje kao »prvi radijski program«, što nije točno. Za stjecanje statusa radijskog programa bilo je potrebno puno više od onog što je Fesseden učinio. Međutim, bilo bi nekorektno zanijekati njegov golemi doprinos. Emitiranje iz Brant Rocka predstavljalo je prvi eterski glazbeni i govorni sadržaj na svijetu i označilo početak nove ere istraživanja.

Fesseden je stjecajem poslovnih neprilika napustio daljnje eksperimente. Sporeći se zbog patentnih prava s kompanijom koja je financirala dotadašnje pothvate u eteru, okrenuo se drugim izazovima poput sonara i tomu sličnih uređaja za detekciju. Većina njegovih najvažnijih patenata s područja bežične komunikacije, unatoč brojnim tužbama, završila je na kraju kod Westinghousa.

Radijska odašiljanja govora i glazbe nakon Fessedena, a prije studenoga 1920. godine, koje je svjetska radiofonska povijest zabilježila, bila su na izrazito eksperimentalnoj osnovi. U tom se kontekstu spominje i emitiranje koje je izveo Charles (Doc) Herrold u San Joseu 1912. te emitiranja koja je izveo Lee De Forest u razdoblju od 1916. do 1918. godine u New Yorku. Navodno je njegovo emitiranje glazbe grubo ušutkano dolaskom inspekcije koja ga je oštro prekorila zbog toga što eter nije mjesto za zabavu. Treba podsjetiti da je to bilo vrijeme Prvoga svjetskog rata.

Pitanje prvoga radijskog programa na svijetu i danas izaziva rasprave. Većina istraživača radijskog medija, brojni ugledni znanstvenici i teoretičari, čiji su radovi korišteni kao izvori za ovu knjigu, i dalje oprezno govore o »najstarijem radiju na svijetu«. Nesklad u raspravama izazvan je kriterijima koje bi taj prvi radijski program morao objedinjavati da bi uopće stekao pravo na laskavi status.

Skloni smo prihvatiti precizna objašnjenja Baudina i Kittrossa (2001:63). Riječ je o pet kriterija koji moraju biti istodobno ispunjeni, a to su (a) upotreba radiovalova radi (b) emitiranja nekodiranoga govora i glazbe, imajući pritom (c) kontinuitet i raspored emitiranja (d) namijenjenog javnosti na (e) temelju dozvole organa državne uprave.

Većina povjesničara radiofonije slaže se s tvrdnjom da je KDKA, američka radijska postaja u Pittsuburgu, prva ispunila sve postavljene kriterije. Dana 2. studenoga 1920. godine počela je emitirati stalni radijski program koji se sastojao od govora i glazbe. Program je bio namijenjen javnosti,

oslanjao se na programsku shemu, održao je kontinuitet emitiranja, a raspolagao je i dozvolom koju je izdalo Ministarstvo trgovine. Iako je radiopostaja KDKA utemeljena ponajprije zbog komercijalnih razloga kako bi promovirala radijsku opremu i potaknula njezinu prodaju (Albarran, Pitts, 2001:22), ostaje nepobitna činjenica da je prva počela s javnim, kontinuiranim i licenciranim *broadcastingom*.

Europska je radiofonija stasavala sporije, ponajprije zbog Prvoga svjetskog rata, ali ni poraće nije bilo povoljno za razvoj radiofonije. Ipak, u razdoblju od 1922. do 1926. godine većina europskih država započela je emitirati prve radijske programe. Apsolutni odmak od američkog modela emitiranja iskazan je (a) snažnom ulogom državne uprave u dodjeli dozvola za emitiranje, (b) uvođenjem pretplate i zabranom reklamnih sadržaja (u većini država) te (c) međunarodnim dogovorom o korištenju frekvencija. Prvi međunarodni sporazum o podjeli i korištenju frekvencijskog spektra postignut je u lipnju 1926. godine u Ženevi.

Teško je sa sigurnošću ustvrditi koja je zemlja počela s prvim kontinuiranim i licenciranim radijskim programom u Europi. Briggs i Burke (2005:132) smatraju da je to Nizozemska, navodeći da je u studenom 1919. počela s emitiranjem postaja PCGE u Den Haagu iako taj podatak ne nalazimo kod drugih autora.

Marconijevi su eksperimenti s emitiranjem glazbe i govora počeli 1920. godine. Slijed uspostave britanske radiofonije vodio je preko postaja 2MT u Writtlu i 2LO u Londonu, pa sve do početka rada British Broadcasting Company (BBC) u studenom 1922. godine.

Francuska je radiofonija započela također s privatnom postajom Radiola krajem 1922. godine. Nekoliko mjeseci poslije preimenovana je u Radio Pariz. Ostala je u privatnim rukama do 1934. kad je podržavljena. Slijedile su je postaje Radio Toulouse i Radio Lyon.

Njemačka je radiofonija započela s Radio Berlinom krajem listopada 1923. godine. Slijedio je Radio Leipzig koji je počeo emitirati program u ožujku 1924. godine. Prvi radijski programi u Danskoj, Finskoj i Švedskoj počeli su 1922., 1923. i 1924. godine.

Španjolska je radiofonija počela u Madridu, u rujnu 1923., kad je Radio Ibérica ustalio dnevno emitiranje. Slijedile su postaje u Barceloni i Sevilli,

a točno godinu poslije, u rujnu 1924. godine, u Madridu je počeo emitirati i Radio España. Prvi radio na državnoj razini, Radio Nacional de España, počeo je s radom u siječnju 1937., što je ujedno i početak javnoga radijskog servisa u Španjolskoj.

Osnovna pitanja koja su se nametala u prvim godinama radijskog medija bila su: (a) čemu bi uopće trebali služiti radijski programi, (b) kojoj se publici zapravo obraćaju i (c) tko treba platiti emitiranje?

Odgovori na ta pitanja nisu jednostavni zbog razlika između američke i europske radiofonije koja se podjednako kao telegrafija i telefonija razlikovala ponajprije u vlasničkim odnosima. Amerika je svoje komunikacijske resurse predala u privatne ruke pa su žičane komunikacije (telegrafija i telefonija) razvijane u kompanijama koje nisu bile državno vlasništvo. Unatoč nastojanjima vojske i mornarice da *wireless* zadrže za sebe i time spriječe ulazak privatnoga kapitala u to tehnološko čudo, na kraju se bežična komunikacija ipak našla na tržištu. Bio je to očekivan slijed zbivanja i rezultat snažnog pritiska najjačih proizvođača radijske opreme i trgovaca, preciznije, nekolicine monopolista poput AT&T, General Electrica i Westinghousea, a uskoro i novoutemeljenog RCA. Potpuno nespremna za ekspanziju radijskog medija koja se dogodila u roku od nekoliko godina američka radiofonija našla se u frekvencijskom kaosu.

Europski je model sasvim drukčiji. Iako se činilo kako razloga za uvođenje privatnoga kapitala u podizanje radiofonskog sustava nema (Smulyan, 1994:20), upravo su privatni investicijski pothvati započeli većinu europskih nacionalnih radiofonija. Prva su emitiranja, podjednako kao i svi troškovi vezani uz početak rada radijskih postaja, bila prepuštena privatnoj inicijativi, ali uz potpuni oprez jer su državne vlasti zadržale nadzor i dodjelu dozvola za emitiranje. Uspješnost i utjecaj radijskog medija ubrzo je opravdao njihovu opreznost. Zaključno, radiofonija je bila toliko moćan i važan resurs da su do sredine tridesetih godina 20. stoljeća svi prvi radijski programi jednostavno podržavljeni, a novi su se najčešće uspostavljali pod njihovim okriljem.

Različitost američkog i europskog modela objašnjava se, između ostalog, (a) veličinom državnog teritorija, (b) distribucijom populacije i (c) jezičnom homogenošću. Golemi je američki teritorij bio prevelik zalogaj za državnu intervenciju u *wirelessu*, što nije bio slučaj s europskim državama.

Znatno manji državni teritoriji, koncentriranost populacije na određenim područjima, šarolikost jezika i narječja, a osobito gorko ratno iskustvo, nametnuli su stroge kriterije. Tomu treba dodati ne manje važnu (d) procjenu mogućeg utjecaja radijskog medija (Mundy, 1982:279).

U kontekstu već podržavljene telegrafije i telefonije bilo je teško očekivati da bi europske države dopustile drukčiju regulaciju bežične komunikacije. Ulazak privatnoga kapitala u prve radijske postaje pokazao se tek kao predah potreban za gospodarsku i političku konsolidaciju i nije dugo trajao. Do sredine tridesetih godina podržavljena je većina europskih radiofonija. Uvedena je pretplata,[53] a reklamni su sadržaji zabranjeni ili ograničeni. Austrijske su postaje bile u privatnim rukama, ali država je imala kontrolni paket dionica u strukovnom udruženju (*broadcaster club*). Italija je privatnim investitorima omogućila monopol, ali država je zauzvrat tražila apsolutnu kontrolu i utjecaj na programske sadržaje. Francuska je imala dvojako vlasništvo jer se dio postaja nalazio u državnom, a dio u privatnom vlasništvu, dok je španjolska radiofonija bila u cijelosti privatna. Njemačka, Belgija, Danska, Velika Britanija i Švedska osnovale su javne državne servise (Cantrill, Allport, 1935:37).

Radijski su prijamnici, zahvaljujući bogatoj ponudi koja je obarala cijene, postali uobičajeni u mnogim kućanstvima. Slušanje programa postalo je omiljena kućna zabava, i to u večernjim satima kad se obitelj okupljala oko prijamnika, vrlo slično kao što se to u drugoj polovini 20. stoljeća događalo s televizijom. Ovisno o obiteljskim prilikama i novčanim mogućnostima, radijski su prijamnici imali središnja mjesta u dnevnim sobama ili kuhinjama, postajući sastavni dio života u Americi i Europi tridesetih godina.

Prema istom izvoru svaki sedmi stanovnik Amerike imao je 1932. radijski prijamnik. U Europi je prednjačila Danska gdje je zabilježen isti podatak. Slijedile su Engleska i Švedska (svaki deseti stanovnik), Austrija (svaki četrnaesti), Njemačka (svaki šesnaesti), Francuska (svaki dvadeseti stanovnik) itd. (Ibid. str. 338).

Glavninu većine emitiranih programa činila je ponuda mješovitih sadržaja. Dominirala je glazba, a od informativnih najvažniji su bili financijski,

[53] Početni se model financiranja temeljio na postotku koji se izdvajao iz cijene svakoga prodanog prijamnika. Ubrzo je napušten, ponajprije zbog kućne izrade prijamnika, odnosno pretvoren u pretplatnički odnos.

sportski i vremenski izvještaji. Posebnost je činila »igrana« radijska produkcija koja se temeljila na adaptacijama poznatih drama i romana, a uskoro na potpuno novim tekstovima, namjenski pisanim za izvođenje na radiju. Programski se sadržaj zapravo najbrže razvijao, šireći se prema komedijama, trilerima, skečevima, radioigrama, emisijama za djecu, »sapunicama« i bogato produciranim zabavnim programima. Radijsko se novinarstvo razvijalo znatno sporije i rani su se radijski programi oslanjali uglavnom na vijesti već objavljene u tisku. Takav je način rada ubrzo doveo radijske, novinske, a osobito agencijske kuće u ozbiljne rasprave, pa i otvorene sukobe.

Svladavajući radijska pravila, a osobito usavršavajući produkciju, američka i engleska radiofonija ubrzo su se razišle u programskih usmjerenjima. Najoštriju razliku činili su komercijalni sadržaji koji su ubrzo preplavili Ameriku, dok je većina europskih država zabranila oglašavanje na radiju. Unatoč slušanosti ideja javnog servisa u Americi nije zaživjela, dok je u Europi, ponajprije zbog snažnog utjecaja BBC-a, uhvatila čvrst korijen i u mnogočemu odredila ukupan razvoj nacionalnih radiofonija.

1.1. Rana američka radiofonija

Američka se radiofonija razvijala u okrilju specifičnih društvenih i gospodarskih uvjeta koji su vladali Amerikom nakon završetka Prvoga svjetskog rata. Radijski je medij bio tek jedna od mnogih promjena koje su se snažno počele događati početkom dvadesetih godina 20. stoljeća. Postratovsko je vrijeme, nakon kratke recesije, vodilo u razdoblje gospodarske ekspanzije, liberalnoga kapitalizma i povećane potrošnje. Zahuktavalo se razdoblje poznato pod nazivom »lude dvadesete« (*Roaring Twenties*), koje su donijele promjene u svim aspektima američkog društva.

Odmah nakon završetka Prvoga svjetskog rata Marconi je shvatio da se njegovo poslovanje u Americi više neće tako lako razvijati. Američka vojska i mornarica, dojučerašnji glavni poslovni partneri, nisu više bile raspoložene za nastavak suradnje. S jedne strane zbog Marconijeva sudjelovanja u politici, a s druge strane, unatoč talijanskoj neutralnosti, pa i u ulasku u rat na strani Antante, činjenica jest da je Italija bila dio Trojnog pakta, vojnog saveza s Njemačkom i Austro-Ugarskom. To nisu bili

preduvjeti za suradnju na tako važnom području kao što je bio razvoj američkog *wirelessa*.

Slika 28. David Sarnoff

Podjednako tako, unatoč snažnom opiranju vojske i mornarice, bilo je jasno kako *wireless* ne može više ostati njihovo ekskluzivno pravo. Naime, od ulaska Amerike u rat bežična je komunikacija postala pravo vojske i mornarice, a svako je neovlašteno korištenje bilo strogo zabranjeno. Završetkom rata obje su se sile opirale »povratku« bežične komunikacije civilnoj svrsi. Međutim, pritisci moćnih kompanija, proizvođača radijske opreme, potpomognuti (iako ne dogovorno) brojnim radioamaterskim udrugama, natjerali su državne vlasti na povrat statusa koji je *wireless* imao uoči rata.

Osnivanje Radio Corporation of America (RCA) potaknula je 1919. država u dogovoru s kompanijom General Electric (GE). Tvrtka je zamišljena kao rješenje radi preuzimanja ukupnih Marconijevih poslova s vojskom i mornaricom, a opet tržišno pozicionirana i orijentirana na zaradu i daljnji razvoj radijske opreme.

Tvrtku je dugo godina uspješno vodio ambiciozni David Sarnoff (1891. – 1971.), sin ruskih emigranata koji su oko 1900. stigli u New York (Slika 28.). Iako se u mladosti školovao za rabina, što se činilo odabirom sigurne i zbrinute budućnosti, mladi je Sarnoff već u dobi od petnaestak godina morao preuzeti brigu o obitelji.

U potrazi za poslom dospio je u kompaniju Marconi Wireless Telegraph u kojoj je svladao vještinu radiotelegrafije, godinama sustavno unapređujući manjkavo obrazovanje. Svojim je nadređenima još 1915. predstavio ideju »radijske glazbene kutije« (*radio music-box*), uređaja koji bi mogao, bez žica, dovesti govorne i glazbene sadržaje u svaku kuću. Dopis s prijedlogom uputio je E. J. Nallyju, potpredsjedniku kompanije, objašnjavajući mu funkciju »kutije«, ali i upozoravajući na moguće zarade na temelju takve inovacije.

Nally je prijedlog ocijenio neozbiljnim i nedostojnim ozbiljne kompanije kao što je Marconi Wireless te ga je odbacio. Nije razumio ni tko bi, uostalom, plaćao takvu uslugu. Moment zarade nisu razumjeli ni drugi. Tko bi htio nešto platiti za uslugu koja je poslana u zrak, nikom izravno? Treba podsjetiti da je to bilo svega tri godine nakon Titanicove tragedije i odmah nakon početka Prvoga svjetskog rata u Europi. Bežična je komunikacija smatrana izrazito ozbiljnim načinom komunikacije, usmjerenom na predaju kratkih poruka. Sarnoff je na neko vrijeme odustao, ali ne i zaboravio ideju o radijskom prijamniku. Daljnji razvoj situacije potvrdio je njegova rana razmišljanja.

Slika 29. Frank Conrad

Prodajom kompanije General Electricu Marconi se zauvijek povukao s američkog tržišta, a GE je postao jedan od osnivača RCA, tržišnog diva koji je snažno obilježio sljedećih četrdesetak godina razvoja radija, televizije i filmske industrije u Americi. Međutim, na samom početku konkurencija je otišla korak ispred. Westinghouse Electric prva je američka tvrtka koja je utemeljila i pustila u rad radijsku postaju pod oznakom KDKA.

Bila je to stara i ugledna kompanija, čiji je osnivač bio George Westinghouse (1846. – 1914.). Dobro obrazovan i sklon istraživanjima, Westinghouse je u dobi od četrdesetak godina utemeljio uspješnu tvrtku koja se bavila istraživanjima električne struje. Upravo je zbog njegove potpore Teslin patent izmjenične struje pobijedio u »ratu struja«, a elektrana na Nijagari izgrađena 1896. učinila je poznatom diljem svijeta. Westinghouse je napustio tvrtku oko 1910., a nedugo potom je i umro. Za Prvoga svjetskog rata tvrtka je s američkom vladom imala ugovoren unosan posao proizvodnje i održavanja radijske opreme. Međutim, završetkom rata, a naročito nakon osnivanja RCA, mnogi su poslovi izgubljeni i počeli su ozbiljni poslovni problemi.

Za Westinghouse je od svoje šesnaeste godine radio i Frank Conrad (1874. – 1941.), samouki mehaničar, bez formalne naobrazbe, ali uspješan i

kreativan (Slika 29.). Početkom novog stoljeća, na tragu već učinjenih istraživanja, Conrada je počela zanimati bežična komunikacija. Konstrukcija jednostavnog prijamnika namijenjenoga kućnoj zabavi u slobodno vrijeme vodila je u sve ozbiljnija istraživanja i sve strastvenije bavljenje radioamaterizmom. Radionicu je smjestio u garažu u Wilkinsburgu (predgrađe Pittsburgha), a 1. srpnja 1916. godine dobio je dozvolu za emitiranje. Tijekom rata dobio je od vojske posebnu dozvolu za isprobavanje nove radijske opreme i bio jedan od rijetkih radioamatera koji je smio emitirati u eteru.

Završetkom Prvoga svjetskog rata vratio se svojem hobiju. Koristeći ondašnju modernu opremu, vakuumske cijevi i mikrofon, u eter je počeo emitirati govor i glazbu. Povratne su informacije bile ohrabrujuće. Kolege, radioamateri, iznenađeni i oduševljeni, hvalili su njegov »program« i tražili još glazbe.

Način Conradova »emitiranja« bio je daleko od bilo kakve osobito napredne tehnologije. Conrad je jednostavno smjestio fonograf ispred mikrofona i pokrenuo cilindar s glazbom. Isto je učinio i kad je prešao na gramofone s pločama. Emitirao je u noćnim satima, srijedom i subotom, u trajanju do dva sata. Najčešće je to bila glazba, ali i govorni sadržaji poput sportskih rezultata. Popularnost koju je »program« stekao rezultirala je dogovorom s lokalnom prodavaonicom ploča o posudbi novih snimki, a zauzvrat ju je Conrad »reklamirao«. Glasove su mu povremeno »posuđivala« dvojica sinova.

Osmislio je i novu riječ za svoj hobi. Skovao je izraz »broadcast«, pri čemu je riječ »broad« značila širinu i prostranost, a »cast« je označavao dobačaj, izbačaj. U slobodnom prijevodu Conrad je vjerojatno želio naglasiti kako sadržaj koji šalje nije namijenjen nikomu osobito, nije ni na koji način usmjeren, nego je poslan u eter prema svima koji ga u tom trenutku žele ili mogu slušati.

U lokalnim je novinama 2. svibnja 1920. godine Conrad čak objavio i oglas koji je najavljivao subotnji klavirski koncert na frekvenciji »broadcasta 8XK«. Klavirist je trebao biti jedan od Conradovih sinova, a oglas je nudio i tehničko objašnjenje kako je moguće poslušati klavirsku izvedbu. Radijski su prijamnici toga vremena bili jednostavni tzv. kristalni setovi sa slušalicama, namijenjeni najčešće hobistima (Slika 30.). Novi sadržaj,

Slika 30. Kristalni detektor (oko 1920.)

broadcast 8XK, privukao je pozornost stanovnika na području na kojem se čuo, pa čak i utjecao na trgovce koji su upravo na temelju Conradova »programa« oglašavali prodaju opreme za slušanje.

Reklamu je vidio i jedan od izvršnih direktora kompanije Westinghouse Harry P. Davis, inače Conradov nadređeni, koji je bio dobro upoznat s njegovim »garažnim« hobijem. Zainteresirala ga je mogućnost prodaje radijske opreme (čime se kompanija i bavila). Naime, unatoč popularnosti radijska je komunikacija ipak bila rezervirana za znalce i nije imala dimenziju masovnosti. Upravo je stoga oglas koji je pozivao na kupnju radijske opreme upućivao na nešto potpuno novo, namijenjeno svima, a ne samo zaljubljenicima radioamaterizma. Davis je već sutradan okupio suradnike i predložio im ideju o osnivanju prave radijske postaje. Obrazložio je to riječima kako će se ljudi naviknuti na slušanje radija podjednako kao što su naviknuti čitati novine (Baudino, Kittross, 1977:66).

S obzirom na poslovne neprilike u kojima se Westinghouse nalazio, prijedlog se činio dobrom poslovnom strategijom. *Broadcast* je trebao biti mamac za kupnju radijske opreme. Uprava Westinghousea je već sredinom

listopada 1920. godine zatražila službenu dozvolu za emitiranje. Zahtjev je upućen Odjelu za radio pri Ministarstvu trgovine, a pozitivan odgovor stigao je 27. listopada, doduše, usmeno. Upravo zbog prekratkog vremena do dana početka emitiranja, a za slučaj da dozvola ne stigne na vrijeme, Ministarstvo im je dodijelilo rezervnu oznaku 8ZZ pod kojom su trebali emitirati prvih dana. Počelo je užurbano opremanje »studija«, i to na krovu Westinghouseove zgrade u Pittsburghu, uz stovatni odašiljač.

Dana 2. studenog iste godine u 18.00 sati počela je s radom postaja oznake KDKA, a, kako je spomenuto, taj se dan uzima (neslužbeno) kao početak svjetske radiofonije. Oznaka KDKA nije kratica niti bilo kakav ciljni naziv, nego jednostavno sljedeća oznaka na popisu identifikacijskih oznaka radioamaterskih stanica. Popis je vodilo Ministarstvo trgovine koje je ujedno bilo i glavno izvršno tijelo za dodjelu dozvola.

Radiopostaja KDKA započela je emitiranje objavom rezultata upravo završenih izbora za novoga američkog predsjednika. Pobjednik je bio republikanac Warren G. Harding, a dojava rezultata stigla je iz redakcije *Pittsburgh Posta*, lokalnih dnevnih novina.

Emitiranje je vodila grupica entuzijasta,[54] pri čemu su se dijelom brinuli o tehničkoj strani emitiranja i vezama s novinama *Pittsburgh Post*, a dijelom o govornom dijelu programa. Za prvog emitiranja često je ponavljana molba[55] svim slušateljima da potvrde primitak signala. Naime, ekipa okupljena oko KDKA nije imala drugih mogućnosti da provjeri radijski domet te kvalitetu signala. Potvrde su dobili od oko tisuću ljudi i bio je to uspješan početak.

Originalnih tonskih zapisa o tome nema. Sve eventualne tvrdnje o njihovu postojanju vjerojatno su rezultat vješte rekonstrukcije učinjene godinama poslije ili posljedica zabune o podrijetlu tonske snimke (nije snimljeno s radija već u tonskom studiju).

Treba napomenuti kako postoje i drukčije verzije osnivanja KDKA. Prema priči, bila je to zapravo Conradova ideja i prijedlog koji je uputio upravi

[54] It All Started at Pittsburgh. U prvom su emitiranju sudjelovali Donald Little, John Frazier, William Thomas i Leo Rosenberg. www.kdkaradio.com (preuzeto u rujnu 2008.).

[55] Westinghouse Radio Station, 1920: »Will anyone hearing this broadcast please communicate with us, as we are anxious to know how far the broadcast is reaching and how it is being received.«, www.ieeeghn.org (preuzeto u rujnu 2008.).

Westinghousa. Naime, htio je ojačati radijski signal, nabaviti bolju opremu i poboljšati profesionalni rad. Inače, sam Conrad nije bio na tome prvom emitiranju. Bio je u svojoj garaži uz opremu, spreman preuzeti i nastaviti emitirati program ako bi se što dogodilo sa signalom KDKA.

Daljnje se emitiranje svodilo na svega sat vremena na dan, od 20.30 do 21.30 sati, ali je i taj skromni početak privukao pozornost javnosti i postavio temelje za daljnji razvoj radijskog programa (Baudino, Kittross, 1977:67). Improvizirani se studio idućih šest mjeseci nalazio na krovu zgrade. Program nije bio osobit i svodio se na emitiranje glazbe te čitanje naslova iz novina. Zbog smještaja na vrhu zgrade često je bio ometan vanjskim zvukovima. Zvižduk lokomotive, nezvani, ali čest »gost« u programu KDKA, kasnijih je godina, kad je studio premješten s krova, uzet kao prepoznatljivi audiosimbol postaje KDKA. Kvaliteta zvuka i dalje je bila na amaterskoj razini podjednako kao i kvaliteta prijamnog signala. Ipak, tijekom te godine dana postalo je jasno kako radijski program ima snažnu perspektivu i obećava dobru zaradu.

Westinghouse je odmah počeo proizvoditi novu liniju komercijalnoga kristalnog detektora, najranijega radijskog prijamnika Aeriole Jr. (Slika 30.). Riječ je bila o istoj tehnologiji (kristalnom setu) koja je imala bolja dizajnerska rješenja. Program se i dalje slušao slušalicama, što je predstavljalo ozbiljno ograničenje u popularizaciji radijskog medija. Uskoro je uslijedila i linija Aeriole Sr., a Ameriku je zahvatila »radijska groznica«. Međutim, Aeriola je uskoro dobila ozbiljnu konkurenciju u Radioli, liniji koju je 1921. godine proizvela RCA.

Unatoč lošem zvuku, slušalicama i visokoj cijeni[56] (oko 60 dolara u prosjeku) ti su detektori zvuka postali sastavni dio atmosfere dvadesetih godina u Americi kad je gospodarstvo doživjelo snažan uzlet, a masovna proizvodnja našla uporište u nerealnoj potrošnji. Međutim, bili su i dovoljno jednostavni u tehnologiji pa su mnogi i sami izrađivali detektore zvuka.

Dok su se proizvođači nadmetali u cijenama, mladi je Edwin Armstrong osmislio vakuumsku cijev koja je uskoro zamijenila kristal. Uskoro su detektori zaboravljeni, a počela je masovna proizvodnja radijskih prijamnika, s izdvojenim ili ugrađenim zvučnikom.

[56] Silverstein, Barrett A.: Radio Begins, www.ncmuseumofhistory.org, (preuzeto u srpnju, 2008.). Autor navodi kako bi u današnje vrijeme to bilo slično iznosu od oko šest stotina dolara.

Nakon velikog uspjeha KDKA Conrad je unaprijeđen i otad pa sve do odlaska u mirovinu vodio je inženjere Westinghousea. Za ukupnoga radnog vijeka koji je u cijelosti proveo u istoj tvrtki Conrad je patentirao oko dvije stotine različitih unapređenja postojećih ili u cijelosti novih, uglavnom mehaničkih i električnih, strojeva i aparata. Sveučilište u Pittsburghu 1928. godine dodijelilo mu je počasni doktorat, a uslijedila su i druga svjetski ugledna strukovna priznanja. Živio je mirnim obiteljskim životom, sa suprugom i troje djece. Nakon umirovljenja ubrzo je umro od srčanog udara, tijekom putovanja na Floridu, u prosincu 1941. godine.

U Americi je 1923. emitiralo oko šest stotina radijskih postaja.[57] Najčešće su bile u vlasništvu upravo proizvođača radijske i druge električne opreme kao što su General Electric, Radio Corporation of America i Westinghouse. Prema podacima za svibanj 1924. čak 64 posto svih radijskih postaja u Americi bilo je u njihovu vlasništvu, a »veliku trojku« snažno je podupirao moćni AT&T (Mundy, 1982:289).

Naime, iako se na početku činilo kako radio baš i nema tržišni potencijal i da predstavlja tek vrstu besplatne zabave, kako za publiku tako i za onog tko emitira, vrlo se brzo pokazalo sasvim suprotno. Radijski je medij imao silno velik poslovni potencijal, što je bio dovoljan mamac za najjače korporacije da se ozbiljno posvete mladom mediju. Izvan velikih sustava ostali su entuzijasti i zaljubljenici bežične tehnologije koji su postali pioniri ideje kako radio treba služiti na opću dobrobit i u interesu zajednice za koju je emitirao.

Međutim, ubrzani razvoj radiofonije u Americi rezultirao je ozbiljnim problemima u kvaliteti signala i čujnosti većine programa. Među postajama je uslijedilo nemilosrdno nadmetanje u snazi odašiljača, stalni upadi u tuđe frekvencije, kronične smetnje u prijamima i apsolutna bezobzirnost velikih prema manjim postajama. U konačnici, gotovo u svega nekoliko godina nastao je opći radiofonijski kaos i sve nezadovoljniji slušatelji. Međutim, možda i važnije za daljnji razvoj američkoga komercijalnog radija bili su prigovori oglašivača koji su na programima reklamirali svoje usluge ili proizvode. Izostanak svih kriterija, a kamoli pravila u tehničkom smislu, dovelo je do sve glasnijih kritika. Uvođenje reda tražili su

[57] Silverstein, Barrett A.: www.ncmuseumofhistory.org (preuzeto u srpnju,2008.).

i najveći i najutjecajniji proizvođači, trgovci i vlasnici postaja. Svim sudionicima radijskog biznisa postalo je jasno kako im, ako žele i dalje zarađivati, trebaju čvrsta pravila za emitiranje.

Komentator tjednika *Radio Broadcast* opisao je situaciju sljedećim riječima: »Ako imate nešto reći, prošećite se do najbliže radijske postaje i kupite vrijeme. (...) Sloboda govora ne podrazumijeva slobodu da svatko tko se želi predstaviti radijskim slušateljima ima pravo na vlastiti mikrofon. (...) Radijski valovi ne mogu biti slobodni za svakog. Neograničavanje načina korištenja vodi radio u destruktivnost.« (Goodman, 1998/99:99).

Ministarstvo trgovine je prvim radijskim zakonom 1912. godine (*Radio Act*) dobilo nadležnost nad izdavanjem dozvola za radioamaterske stanice. U nedostatku boljeg rješenja, gotovo po inerciji, dobilo je nadležnost i nad radijskim medijem. Smjesta se našlo suočeno s poplavom zahtjeva za dodjelu dozvola za emitiranje, a zakon iz 1912. bio je potpuno beskoristan. Ondašnji ministar trgovine, od 1921. godine, bio je Herbert Clark Hoover (1874. – 1964.). Postao je ministar u vrijeme predsjednika Hardinga i zadržao se na toj poziciji sve do 1929. kad je izabran za američkog predsjednika.

Ministarstvo nije imalo pravnih osnova da odbije zahtjev za dodjelu frekvencija, a kamoli da ga oduzme. Proces dobivanja dozvola za emitiranje sveden je na »slanje razglednice u Ministarstvo trgovine Herbertu Hooveru (...) Do 1926. godine radio je u Americi obuhvaćao 15.111 radioamaterskih stanica, 1902 brodske stanice, 553 zemaljske stanice i 536 radijskih postaja.« (Ibid. str. 93).

Hoover je krajem veljače 1922. sazvao Prvu radijsku konferenciju. Pozvao je tridesetak predstavnika iz svih aspekata radijskog posla, iz oba sektora, privatnog i državnog. Želio ih je potaknuti na suradnju koja je trebala uvesti red u društvenu i gospodarsku ulogu radija u američkom društvu. Zalažući se za javni interes kao primarni cilj svakoga *broadcastinga*, želio je potaknuti raspravu o obuzdavanju reklamnih sadržaja, neumjerenom rastu broja radijskih postaja te kroničnim tehnološkim problemima u emitiranju (Benjamin, 1998:222).

Konferencija nije bila naročito uspješna. Ministarstvo trgovine predloženo je kao institucija koja bi i dalje vodila brigu o razvoju radija, što mnogima nije bilo po volji. U prvom redu takvom odlukom ministar trgovine

stekao bi silnu moć na području cijele države. Jedino uspješno na toj konferenciji bio je Hooverov privatni kontakt s uglednicima radijske industrije i početak formiranja »saveza« za velike promjene u radiofoniji. Međutim, taj je »savez« rezultirao snažnim utjecajem krupnoga kapitala u sferu donošenja zakona. Naime, velikim je korporacijama odgovarala komercijalna uloga radija jer su njihove zarade sustavno rasle, a svaka ideja o eventualnoj nekomercijalnoj i društveno odgovornoj ulozi medija u društvu činila se poput rasipanja novca.

U iduće tri godine uslijedila su još tri slična okupljanja. Američka je radiofonija već bila u kaosu. Bez ikakvih pravila, oslanjajući se na slobodu govora i sve aktivnije oglašivače, radio se razvijao izvan svake pravne regulative. Prijedlog prvog zakona već je bio poslan u Kongres, ali ne i raspravljen, a kamoli usvojen. Četvrta je konferencija održana u studenom 1925. i bila je najbrojnija od svih. Gotovo pet stotina predstavnika državnog i privatnog sektora raspravljalo je o zakonskoj regulaciji emitiranja, podjeli frekvencijskog plana, definiranju kriterija javnog interesa i budućem ustrojstvu regulatornog i nadzornog tijela.

Bilo je vrlo teško sastaviti zakon koji je morao gledati u budućnost, a nije se znalo niti moglo procijeniti kojim će smjerom krenuti tehnički i tehnološki razvoj radija. Bilo je to vrijeme postaja AM[58] i uvođenja električnog umjesto akustičnog (mehaničkog) snimanja. Međutim, već tad je bilo jasno kako postojeće tehničke i tehnološke mogućnosti nisu kraj radijskih mogućnosti te opreme za snimanje i reprodukciju.

Novi radijski zakon (*Federal Radio Act*) stupio je na snagu u veljači 1927. godine. Radio je proklamativno morao postati medij koji promovira javni interes, služeći zajednici na pogodan i koristan način (*public interest, convenience and necessity*). Sloboda govora, koju su favorizirali svi sudionici rasprave, ali s različitim tumačenjima, ograničena je zabranom korištenja svake opscenosti, nepristojnosti i vulgarnih izraza u radijskoj komunikaciji. Sve drugo vezano uz tumačenje pojma »sloboda govora« prepušteno je novom regulatornom tijelu za radio, Saveznoj komisiji za radio (*Federal Radio Commission, FRC*). Procjena granica »slobode govora« u eteru

[58] Radijske valove dijelimo s obzirom na način prijenosa informacije na AM i FM valove. AM je kratica od izraza »amplitude modulation« ili amplitudne modulacije. FM je »frequency modulation« ili frekvencijska modulacija.

tako je u cijelosti prebačena na FRC, podjednako kao što je samo FRC bio ovlašten za izdavanje novih dozvola, ukidanje postojećih i provođenje ukupnog nadzora nad radijskim sadržajima američkog etera. Godine 1934. isto je tijelo preimenovano u Saveznu komisiju za komunikacije (*Federal Communications Commission, FCC*) koja i danas radi taj posao.

Činilo se da će novi zakon uvesti red u američku radiofoniju. FCR je smjesta reducirao broj postaja, pa je tako od 681 radija koji su emitirali 1927. u dvije godine broj smanjen na 606. Međutim, sve je to išlo na ruku komercijalno orijentiranim korporacijama koje su toliko osnažile da više nitko nije ni spominjao eventualnu drukčiju ulogu radijskog medija u američkom društvu.

Kraj dvadesetih godina donio je i prve radijske mreže. Okrupnjavanje je bilo sljedeći logičan potez velikih tvrtki, povezanih zajedničkim interesom. Zahvaljujući telefonskim linijama i ulasku kompanije AT&T u radijski biznis program je imao nacionalnu važnost i čujnost jer se prenosio »od obale do obale«. Tzv. telefonska grupa osnovana je ranih dvadesetih godina i obuhvaćala je najveće radijske postaje u Americi, u vlasništvu (ili suvlasništvu) tvrtki kao što su AT&T, GE, RCA i Westinghouse. AT&T je ponudio, pod komercijalnim uvjetima, »dalekovodnu« telefonsku liniju koja je omogućavala razmjenu sadržaja i reklama. Ambiciozan je plan naišao na silne prigovore drugih manjih tvrtki, ponajprije zbog očite monopolizacije perspektivnog tržišta komunikacija (telegraf, telefon, radio), ali se nije zaustavio.

Prva radijska mreža bila je National Broadcasting Company (NBC), a utemeljena je u rujnu 1926. godine. Utemeljile su je General Electric, Westinghouse i RCA. Sljedeća mreža osnovana je 1928. pod nazivom Columbia Broadcasting System (CBS). Utemeljio ju je trgovac duhanskim proizvodima William Paley, kupivši već osnovanu, ali ne i uspješnu radijsku mrežu kompanije Columbia. Treća snažna američka mreža bila je Mutual Broadcasting System (MBS) utemeljena u rujnu 1934. godine.

Komercijalni su *broadcasteri* postali sila s kojom se rijetko koji javni djelatnik ili političar htio sukobiti. Teza kako je komercijalno emitiranje demokratsko i izrazito američko nije se više dovodila u pitanje i postala je dio političke kulture (McChesney, u Sakolsky i Dunifer, 2001:19-20).

Međutim, okrupnjavanje je ipak moralo biti zaustavljeno, i to sudskim odlukama. Postupak je tridesetih godina pokrenulo američko Ministarstvo

pravosuđa i NBC je krajem tridesetih godina podijeljen na dvije mreže, plavu (NBC *Blue Network*) i crvenu (NBC *Red Network*). Plava je mreža poslije prodana i iz nje će se 1946. godine razviti American Broadcasting Company (ABC).

Vrijeme koje je uslijedilo, utemeljeno na novom zakonu i pravilima emitiranja, FCC-u i velikim mrežama, uvelo je američku radiofoniju u najplodnije razdoblje emitiranja. Radijski je medij postao snažan i utjecajan, sadržaji sve brojniji, a zarade su neprekidno rasle. Nastupilo je »zlatno doba radija« u Americi.

Sasvim drukčiji razvoj rane faze radiofonije nalazimo u Europi. Velika Britanija prednjačila je u uspostavi, organizaciji i načinu promišljanja radijskog razvoja. Upravo je stoga sljedeće poglavlje posvećeno britanskoj radiofoniji kao primjeru razvoja radijskog medija u Europi.

1.2. Rana britanska radiofonija

Radijski se medij u Europi znatno sporije razvijao. Bilo je to vrijeme poraća kad se ratom iscrpljena Europa još oporavljala, pri čemu radiofonija nije imala prioritet. Općenito, njezin je razvoj bio prepušten privatnoj inicijativi iako je ukupna bežična komunikacija, na temelju ratnog iskustva, bila u državnim rukama, podjednako kao i telegrafija i telefonija.

Podsjetimo se, telegrafija je u Velikoj Britaniji podržavljena 1868. godine kad je iz privatnih ruku na temelju zakonskih odredbi (*Telegraph Act*) prešla pod izravnu ingerenciju Britanske pošte (*General Post Office*), odnosno države. Isti je model primijenjen i na telefoniju 1912. godine kad je nekoliko privatnih telefonskih kompanija bilo prisiljeno odstupiti u korist državnoga telefonskog monopola. Pojavom bežične komunikacije, osobito zbog silne zainteresiranosti ratne i civilne mornarice, uslijedio je još jedan državni monopol. Država je tako kontrolirala sve električne (žičane) i bežične komunikacijske kanale. Daljnjim razvojem u smjeru masovnog medija, bez obzira na privatni kapital, država je opet imala zadnju riječ jer je jedino Pošta mogla dati dozvolu za emitiranje.

Britanska se radiofonija razvijala znatno opreznije od američke. Iako su iz Amerike stizale vijesti o uspješnom početku emitiranja prvih radijskih postaja, Pošta je s velikim oprezom razmišljala o najboljem načinu

za početak radiofonije na Otoku. Poseban su problem predstavljali visoki vojni krugovi koji su emitiranje programa radijskim valovima smatrali neprihvatljivim načinom korištenja tako ozbiljnog resursa kao što je bila bežična komunikacija.

Eksperimentalna emitiranja nalazimo još u Marconijevim pogonima za istraživanje bežične komunikacije u selu Writtle, pedesetak kilometara od Londona. Istraživanja su započeta u veljači 1922. godine. Riječ je bila o radioamaterskoj postaji oznake 2MT koja je ubrzo izazvala veliku pozornost. Iako se čula samo u krugu od približno 700 metara, i to samo ponedjeljkom od 20.00 do 20.30 sati, najavljivala je skore promjene u korištenju etera.

Engleski je tisak pažljivo pratio te pionirske pokušaje emitiranja, vjerojatno procjenjujući je li riječ o konkurenciji ili ne. Zanimljivo je da je baš uz pomoć lorda Northcliffa, vlasnika novina *Daily Mail*, 15. lipnja 1920. godine u tom »programu« nastupila međunarodno poznata australska operna diva tog vremena Nellie Melba. Nortcliffea je zapravo najviše zanimala mogućnost nove zabave, preko nje i promocije vlastitih novina. Međutim, neočekivan odjek tog eksperimenta te gotovo stotinu zahtjeva koje su zainteresirani uputili Pošti kako bi dobili dozvole za uspostavu »stanica za emitiranje« tražili su dužnu pažnju i ozbiljnost u daljnjem postupanju (Curran, Seaton, 2003:109).

Uskoro je Marconi zatražio i dobio dozvolu za emitiranje u Londonu. Eksperimentalna postaja oznake 2LO počela je emitirati 11. svibnja 1922. godine iz Marconijeve zgrade na londonskom Strandu. Program je smio trajati svega sat vremena na dan, a svakih se sedam minuta morala napraviti stanka od tri minute kako bi radiooperater provjerio je li sve u redu i ima li kakvih prigovora. Takav radijski program nikog nije mogao zadovoljiti, ni slušatelje ni zainteresirane proizvođače radijske opreme, a ni samog Marconija.

Britanska je pošta hitno morala razmisliti i odlučiti o budućoj radiofoniji. Američke su radijske postaje već više od godinu dana emitirale svoje programe i pritisak zainteresiranih za *broadcasting* u Engleskoj postajao je sve jači. Bilo je očito kako se daljnji razvoj radija više ne može zavlačiti. Međutim, ključno je pitanje bilo komu dodijeliti pravo za uspostavu prvoga radijskog programa. Marconijeva očita spremnost za takav pothvat upućivala je na mogući monopol.

Dana 23. svibnja 1922. godine na inicijativu Pošte sazvan je sastanak najvećih i najuglednijih proizvođača i trgovaca radijskom opremom. Tako su se na istome mjestu našli predstavnici šest velikih kompanija: Marconi Wireless, General Electric, Radio Communications, Metropolitan Vickers, Western Electric i British Thompson-Houston. Predloženo im je osnivanje zajedničke kompanije koja bi trebala biti nositelj razvoja radijskog emitiranja na Otoku, pod imenom British Broadcasting Company ili BBC.

Prijedlog je prihvaćen i odlučeno je da će BBC biti privatna kompanija u vlasništvu spomenute »velike šestorke« (*The Big six*). Posebnih programskih smjernica nije bilo, a program se trebao financirati na temelju postotka iz ukupne prodaje radijskih prijamnika te dijela iz cijene svakog prijamnika pojedinačno, što je objašnjeno »taksom na slušanje«. Temeljni kapital za početak rada trebao je biti sto tisuća funti, od čega je odmah trebalo uplatiti 60 posto, a dionice su mogle kupiti samo izvorne britanske tvrtke s većinskom britanskom radnom snagom.

Prvo je emitiranje izvedeno 14. studenoga 1922. iz spomenute Marconijeve zgrade, s pomoću opreme 2LO. Službena dozvola za emitiranje stigla je 18. siječnja 1923. godine, a u svibnju iste godine, studiji, režije i uredi premješteni su u Savoy Hill, zgradu u središtu Londona, inače sjedište Instituta elektrotehničkih inženjera. BBC je emitirao iz tih prostora sve do 1932. godine.

Ubrzo se pokazalo kako BBC ne donosi očekivane zarade. Slušatelji su sami izrađivali prijamnike i tako zaobilazili kupnju gotovih, a »taksu za slušanje« BBC-ova programa izbjegavali su tražeći dozvole za vlastite radioamaterske aktivnosti. Vlasnike BBC-a, uglavnom proizvođače opreme za slušanje, ljutila je spoznaja kako skupo plaćeni monopol ne nosi očekivanu zaradu. Malen priljev novca mučio je i upravu BBC-a koja nije mogla planirati daljnji razvoj kompanije. Nakon pritužbi Pošta je osnovala stručno tijelo poznato kao Sykesova[59] komisija, koje je 1923. istražilo ukupnu situaciju kako bi pronašlo rješenje. Zaključeno je kako bi uvođenje reklama loše utjecalo na tržišnu ravnopravnost jer bi se reklamirale samo velike i utjecajne tvrtke, pa je stoga preporuka bila da se uvede jednostavna mjesečna pretplata.

[59] Prema sir Fredericu Sykesu, uglednom vicegeneralu Kraljevskog zrakoplovstva i članu parlamenta.

Početkom 1923. na mjesto direktora izabran je John Reith, nezaobilazna osoba povijesti britanske radiofonije, koji je svojim načinom rada i promišljanja radijskog programa postavio temelje javnog servisa.

John Charles Walsham Reith (1889. – 1971.) rođen je u Škotskoj gdje se i školovao. Po struci je bio inženjer strojarstva, a prvi su mu poslovi bili vezani za željeznicu. Neko je vrijeme boravio u Americi, ali se dvadesetih godina vratio u London, svjestan kako strojarstvo nije njegov životni poziv. Iako bez ikakvog poznavanja radiodifuzije, javio se na oglas kojim je BBC tražio djelatnike. Krajem 1923. postao je direktor BBC-a. Na visokoj je poziciji ostao idućih petnaestak godina. Budući da je radijski program još bio u začetku, Reith je, gradeći sustav BBC-a, upoznao cjelokupan proces proizvodnje i emitiranja radijskog programa.

Od početka je znatno drukčije gledao na radijski program u odnosu na vlasnike kompanije. Izrazito konzervativnih nazora, slijedio je strategiju poslovanja već uspostavljenih kompanija od posebne državne važnosti, čiji je najtipičniji predstavnik bila upravo Pošta. Tim je tragom stigao do ključne postavke BBC-ove buduće misije, kojoj je bilo u prvom redu važno zadovoljiti javni interes..

Ključnim je kriterijima za rad u programu smatrao ozbiljnost, strogost i preciznost. Radio je, smatrao je, bio prosvjetiteljski medij koji mora predstavljati snažnu kulturnu, moralnu i obrazovnu silu kako bi unaprijedio ponašanje, znanje i ukus slušatelja. Bio je to model koji Briggs i Burke (2006:132) nazivaju »reitovskim« (*reithian*), posebna radijska forma i stil, bez komercijalnih i političkih utjecaja. Takav stav dijelom mu je omogućila i financijska nezavisnost BBC-a, utemeljena na pretplati za program.

Apostrofirana Reithova »prosvjetiteljska« uloga u razvoju BBC-a danas podliježe brojnim kritikama. Prema Seaton Reith nije imao većeg udjela u osmišljavanju javnoga radijskog servisa, već je bila riječ o pukoj inerciji, preuzetim kriterijima javnog servisa koje je razvijala i njegovala Britanska pošta. Reith je, prema ištoj autorici, bio »pompozna, neduhovita, arogantna i poput mnogih megalomanijaka paranoična i samosažalijevajuća osoba« koja je BBC vodila poput diktatora. Neslaganje ili pokušaj bilo kakve kreativnosti prijetili su otkazom ili »progonstvom« u neki regionalni centar, daleko od Londona (Curran, Seaton, 1991:110-116).

Bez obzira na spekulacije o stvarnoj Reithovoj ulozi u razvoju BBC-a, program se brzo pozicionirao. Od samog početka vijesti su redovito emitirane

svakog dana u 18.00 sati. Izvor su predstavljale agencijske kuće i uz svaku je vijest išla napomena o izvoru. Takva je praksa uskoro zasmetala tisku koji, općenito, nije bio previše oduševljen pojavom radija. Nakladnici su smatrali da su radijske vijesti u 18.00 sati štetile prodaji novina. Rasprave su nakon prvih mjesec dana emitiranja završene svojevrsnom nagodbom. Ubuduće je BBC smio objavljivati dnevne vijesti tek iza 19.00 sati. Unatoč postignutom dogovoru tisak je i dalje bio neraspoložen prema radiju pa su uskoro mnoge novine odbile objavljivati dnevni raspored emitiranja. Reithov je odgovor bio pokretanje BBC-ova lista, *Radio Timesa*, čiji je prvi broj objavljen 28. rujna 1923. godine.

Nakon dugih Reithovih nagovaranja u programu je 1924. gostovao i kralj George V. Budući da su zvučnici bili postavljeni na svim frekventnijim mjestima u Londonu, program je privukao toliku pozornost da je i promet obustavljen.

Među programskim sadržajima važno su mjesto zauzimale radijske drame, namjenski pisane za izvođenje na radiju. Glazbeni su sadržaji birani pažljivo, bez ikakvih iskoraka prema suvremenijim trendovima. Velika je pozornost polagana na jezik komuniciranja tako da je govor na BBC-u bio izrazito ukočen i formalan. Reith je uspješno ostvarivao svoju zamišljenu misiju utemeljenu na postavci kako radio treba informirati, obrazovati i zabaviti slušatelje.

Međutim, potencijal radijskog medija bio je više nego očit. Kako se bližio rok u kojem je istjecala dozvola za emitiranje, u urede Britanske pošte slijevalo se sve više zahtjeva drugih kompanija koje su također htjele utemeljiti stanicu za *broadcasting*. U međuvremenu su iz Amerike stizale zabrinjavajuće vijesti o njihovoj radiodifuznoj situaciji koja je bila izvan svake kontrole, kako tehničke tako i sadržajne. Američki je eter bio zagušen gomilama reklama, frekvencije su se otimale, a snaga odašiljača pojačavala prema financijskim mogućnostima. Britanska je pošta tada odlučila krenuti sasvim drugim smjerom. Osnovano je tijelo koje je trebalo proučiti postojeću situaciju (vlasničku, financijsku, interesnu) i predložiti rješenje daljnjeg statusa BBC-a.

Komisija kojom je predsjedao Earl of Crawford and Balcarres, nazvana jednostavno Crawfordova komisija, početkom ožujka 1926. izložila je parlamentu opažanja i zaključke. Ključni je prijedlog bio drastičan zaokret u

vlasničkoj strukturi tako da BBC postane javna kompanija kako bi očuvala i promovirala nacionalne interese. Osnovu programa trebali su činiti edukacijski sadržaji, a sve drugo, osobito glazba, trebali su unapređivati stil i ukus slušatelja. Sve tzv. kontroverzne teme (ovdje se misli na skandalozne i slično) trebale su se ograničiti načelom »ublažavanja i savjesti«. U sastav nove javne mreže ušlo bi i devet regionalnih postaja, nadziranih i vođenih iz Londona, ali s visokim stupnjem slobode u kreiranju lokalnih sadržaja.

U jeku najžešćih rasprava o budućnosti BBC-a počeo je štrajk rudara koji se pretvorio u opći štrajk koji je trajao od 3. do 12. svibnja 1926. godine. Taj je događaj predstavljao prijelomnu točku u raspravama o budućoj BBC-ovoj ulozi. Naime, štrajk je omeo i zaustavio redovito tiskanje novina i radio je odjedanput postao glavni izvor vijesti.

Reith je povukao za ono vrijeme revolucionaran potez. Prvi je put u radijskoj povijesti odlučio poslati izvjestitelje na teren kako bi osigurao priljev aktualnih vijesti. Budući da je BBC smatrao medijem koji treba štititi i promovirati javni interes, zabranio je svaku, a naročito političku pristranost. Zabrana emitiranja vijesti prije 19.00 sati ukinuta je u roku od nekoliko dana, a BBC je počeo emitirati vijesti čak pet puta dnevno.

Međutim, neutralna forma vijesti uskoro više nije zadovoljavala sudionike rasplamsalih političkih rasprava o uzroku, tijeku i ishodu štrajka. BBC se našao pod snažnim pritiskom pojedinaca i grupa koje su smatrale da njihove političke poruke moraju biti proslijeđene radijskim valovima. Reith je odlučno odbio sve zahtjeve i oslonio se samo na izvještaje novinara s terena. Naknadne komentare bilo koje strane u sukobu jednostavno nije želio emitirati. U tom vremenu nalazimo korijene sukoba i otvorene netrpeljivosti između Reitha i političara Winstona Churchilla.

Churchill je smatrao da BBC mora poduprijeti stavove i mišljenja aktualne politike, čemu se *Wuthering Heights*,[60] što je bio njegov podrugljivi nadimak za Reitha, žestoko opirao. S druge strane Reith je smatrao da će svako, pa i najmanje, popuštanje pretvoriti BBC u svojevrstan politički zvučnik koji će prema potrebi moći koristiti svaka vlast. U tom bi slučaju misija BBC-a kao javnog servisa bila zauvijek izgubljena.

[60] *Wuthering Heights* naslov je romana Emily Bronte, prema kojem je snimljen istoimeni film. Hrvatski naziv knjige i filma glasi *Orkanski visovi*. *Wuthering* je lokalni yorkširski izraz za »turbulentno« vrijeme, a u duhu hrvatskog jezika odnosio bi se na orkansko nevrijeme. Kao nadimak odnosio se na Reithov visok stas i tešku narav.

Uslijedilo je razdoblje žučnih rasprava, pa i otvorenog neprijateljstva između ambicioznog Churchilla i tvrdoglavog Reitha. Na kraju je Reith za svoja razmišljanja pridobio ondašnjeg premijera Stanleya Baldwina, uvjerivši ga da bi takav potez štetio nacionalnim interesima. Time je stavljena točka na daljnje rasprave, a Reithu dano povjerenje da BBC-om rukovodi onako kako je zamislio. Time su zadržane i potvrđene temeljne smjernice BBC-a, a ujedno i postavljeni temelji svih budućih javnih servisa u svijetu.

Međutim, ugovor o emitiranju isticao je 31. prosinca 1926., odnosno vrijedio je još svega sedam mjeseci. Trebalo je donijeti odluku o daljnjem razvoju radiofonije na Otoku. S jedne su strane bili pritisci u obliku zahtjeva za izdavanje novih licencija drugim (budućim i konkurentskim) radijskim postajama, a s druge se nalazio BBC s dozvolom kojoj istječe trajanje. Vlada je prihvatila prijedloge Crawfordove komisije i 1. siječnja 1927. dosadašnja kompanija postala je korporacija, radio s posebnim statusom unutar državnog aparata, koji mu je zajamčen za idućih deset godina posebno uglednim dokumentom poznatim kao Kraljevska povelja (*Royal Charter*).

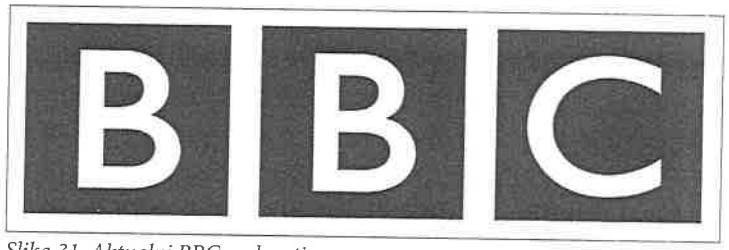
Kraljevska se povelja stoljećima dodjeljivala gradovima kao posebna dozvola za trgovanje ili kao akt osnivanja grada, ali i posebno važnim, vrijednim i uglednim institucijama poput kazališta, opernih kuća i sveučilišta. Predstavljala je službeni kraljevski dokument u obliku otvorenog pisma potvrde, kojim se potvrđivala kraljeva volja. Dokument je potvrđivao ugled i visok status te jamčio neovisnost u korištenju dodijeljenih prava, pružajući svakovrsnu i izravnu zaštitu u radu. Tim je činom 1927. naglašena važnost BBC-a, a naročito odvajanje od svakovrsnih dnevnih političkih utjecaja.

Iste je godine u ožujku prihvaćen i grb BBC-a kao službeni simbol korporacije. Njegovi istaknuti elementi nose nacionalnu ili heraldičku simboliku. Tako lav, kao dugogodišnji britanski simbol, predstavlja zemlju, munja u njegovoj šapi simbolizira emitiranje, a orlovi koji pridržavaju štit predstavljaju oslonac, ali i brzinu glasnika, što je opet u vezi s idejom radijskog emitiranja.[61] Slijedila ga je poruka koja je ujedno bila i BBC-ovo geslo »*Nation shall speak peace unto Nation.*«[62] Grb se danas vrlo rijetko koristi.

Općepoznati BBC-ov znak, slova u »kutijama«, pojavio se prvi put 1962. godine. Idućih se godina malo mijenjao ovisno o programskim potrebama.

[61] Encyclopedia BBC coat of arms, www.nationmaster.com (preuzeto u listopadu 2008.)

[62] Doslovan prijevod bio bi »Narodi će mirom govoriti«, ali u smislu nešto slobodnijeg prijevoda »Mir će biti jezik (govor) među narodima«.



Slika 31. Aktualni BBC-ov logotip

Monopol i pretplata su zadržani, reklame i dalje zabranjene, a novu su »upravu« trebali predstavljati članovi novog tijela nazvanog Odbor guvernera (*Board of Governors*). Tijelo je brojilo dvanaest članova, redom ljudi od časti i ugleda, koji su trebali promovirati i štititi javni interes, nadzirući rad BBC-a. Imenovao ih je kralj (formalno) na vladin prijedlog,[63] što se poslije pokazalo pogrešnim. Bili su izabrani na vrijeme od četiri godine, što se poslije promijenilo u mandate različitog trajanja kako bi se osigurao kontinuitet u radu. Nisu imali izravnog utjecaja na program, ali predstavljali su »glas javnosti«, oslanjajući se i podnoseći izvještaj o radu samo parlamentu. Među svojim su ovlastima imali pravo i obvezu imenovanja direktora BBC-a i ljudi na drugim visokim pozicijama unutar korporacije, odobravali su smjernice razvoja i planove, rješavali pritužbe i svaku godinu završavali godišnjim izvještajem o radu BBC-a.

John Reith imenovan je glavnim direktorom novog BBC-a, a dodijeljen mu je i status viteza. Nije se obazirao na Odbor guvernera i dalje je radio po svom. Program je doživio znatna sadržajna unapređenja, osobito u pravu na samostalno prikupljanje i emitiranje većeg broja emisija vijesti iz zemlje i svijeta. Vijesti su se sad smjele emitirati i u drugim terminima, a agencijski su materijali doživjeli prve redaktorske zahvate radi nepristranog informiranja i radiofoničnijeg izraza.

Osim vijesti uvedeni su i dodatni sadržaji poput sportskih prijenosa. BBC je 1926. pokušao napraviti izravan prijenos jedne od popularnijih konjskih utrka, a da pritom ne komentira događaj. Tako su slušatelji mogli čuti atmosferu, povike publike i topot konja, ali ne i imena pobjednika koja su

[63] Premijerka (od 1979. do 1990.) Margareth Thatcher snažnim je političkim pritiskom na Odbor guvernera htjela staviti BBC u službu aktualnih političkih interesa zemlje. Kriza je bila vrlo snažna u doba Falklandskog rata (svibanj-lipanj 1982. godine). Premijer (od 1997. do 2007.) Tony Blair bio je prvi premijer koji je izbor članova Odbora guvernera prepustio nezavisnoj komisiji.

objavljena tek u emisiji večernjih vijesti. Pogreška u pristupu bila je očita i postalo je jasno da sportski događaji moraju imati svoga komentatora (voditelja). Godine 1927. BBC je tehnički osmislio nov način rada i ustanovio prvu »reportersku kućicu«, izdvojen prostor namijenjen boravku izvjestitelja tijekom sportskog nadmetanja, što je poslije postalo uobičajena praksa na sportskim borilištima. Sportski su prijenosi tako postali sastavni dio programa.

Međutim, ograničenje o tzv. kontroverznim temama, apostrofirano Crawfordovim izvještajem, još nije bilo ukinuto. Reithova nastojanja da se odredba ukloni ili barem ublaži nagrađena su u ožujku 1928. godine. BBC je napokon smio izvještavati o političkim, gospodarskim i vjerskim kontroverzama pod uvjetom da ih ne komentira.

Pred mikrofonom su do 1933. bili samo muškarci koji su morali poštovati stroga pravila odijevanja. Vijesti su se smjele čitati jedino u odijelima. Eksperiment sa ženskim glasom u eteru iz 1933. nije dugo potrajao. Reith je bio izrazit konzervativac koji je, unatoč visokom statusu unutar BBC-a, najvažnije vijesti i dalje čitao sam. Godišnji izvještaj o radu i djelatnicima na BBC-u iz 1934. godine govori o »dobrom omjeru muških i ženskih zaposlenika«, ne navodeći detaljnije specifikacije. Naime, većina žena zaposlenih na BBC-u obavljala je tajničke i administrativne poslove (Curran, Seaton, 1991:123).

Idućih je godina sve više ljudi raspolagalo radijskim prijamnicima. To je nužno pretpostavljalo da i program mora biti širi, okrenut svim slojevima društva. Međutim, Reitha to nije zanimalo. Smatrao je da se slušatelji trebaju prilagođavati radiju, a ne radio slušateljima. Monopolistički položaj i zajamčen priljev novca od pretplate nisu ga obvezivali na bilo kakve programske ustupke. Naprotiv, omogućili su mu svakovrsni elitizam, od kvalitete engleskog jezika preko izbora glazbe (pri čemu je *jazz* tituliran »prljavom« glazbom) do izbjegavanja svih »nepristojnih« tema (nasilje, seksualnost, neprilično ponašanje[64]). Time je kanio podignuti opću kulturnu i obrazovnu razinu sve većeg broja slušatelja BBC-a.

[64] Reith je 1929. godine otpustio dugogodišnjega tehničkog direktora »kapetana« P. P. Eckersleya zato što se razveo! Smatrao je, naime, razvod skandaloznim postupkom i nije želio takvog čovjek uza se. Eckersley se zaposlio u General Electric Co., a potom u vrijeme buđenja nacizma postao među najvažnijim suradnicima britanske obavještajne službe MI6 (*Military Intelligence*) u borbi protiv agresivne radijske nacističke propagande.

Njegova se odbojnost prema pojedinim sadržajima ogledala i u zabrani radijskih »sapunica« koje su postale vrlo popularne u Americi početkom tridesetih godina. Unatoč popularnosti na BBC-u su smatrane bezvrijednim i jeftinim produkcijama, nedostojnim radijskog emitiranja. Zaštićen monopolističkim statusom i s redovitim priljevom pretplatničkog novca Reith je mogao voditi vlastitu programsku politiku koja se ni u jednom trenutku nije trebala baviti novčanim, a kamoli tržišnim pitanjima. Takav je način razmišljanja sažeto izražen stavom »Ne brinemo se o tome što ljudi vole ili ne, dajemo im ono što znamo da moraju imati«, navodi Durstine,[65] pišući o britanskoj radiofoniji (1935:147-153).

Unatoč moći i veličini BBC je početkom tridesetih godina 20. stoljeća ipak osjetio konkurenciju. Riječ je bila o postajama koje se nisu nalazile na Otoku, ali njihove su frekvencije ipak stizale do njega. Kapetan Leonard Plugge (1889. – 1981.), radijski entuzijast, zamislio je i pokrenuo 1931. International Broadcasting Company IBC, tvrtku koja je zamišljena kao konkurencija BBC-u.

Riječ je bila o zakupu programskog vremena na već postojećim europskim radijskim postajama koje su mogli čuti i engleski slušatelji. Plugge se ponašao vrlo komercijalno te je, oslanjajući se na oglašavanje, zakupio vrijeme i počeo emitirati glazbu koja nije bila u BBC-ovim programima. Uglavnom je bila riječ o *jazzu*. Plugge je svoje emisije snimao u Londonu, a emitirao na radijskim postajama s kojima je sklopio ugovor. Među najpoznatijima bila je Radio Normandie, mala radijska postaja u francuskom obalnom gradiću Fécampu. Dvije godine prije mali lokalni Radio Fécamp dobio je nov odašiljač, čija je čujnost »pokrivala« Normandiju, a izvrsno se čuo i na jugu Otoka. Dolaskom Plugga radio je 1931. dobio naziv Radio Normandie i emitirao je sve do početka Drugoga svjetskog rata.

U europskom se eteru tih godina pojavila još jedna glazbena atrakcija. Bio je to Radio Luksemburg, smješten u gradu Luxembourgu u istoimenoj kneževini. Iako je kneževina imala odašiljač još od 1924. godine, bio je vrlo malo korišten. Lokacija kneževine, u srcu zapadne Europe, omogućila je emitiranje prema svim susjedima. Vidjevši način rada IBC-a,

[65] Roy Sarles Durstine (1886. – 1962.) bio je pionir oglašivačke industrije i jedan od njezinih najuglednijih predstavnika, autor brojnih knjiga i, kako ga neki nazivaju, »otac komercijalnog emitiranja« u Americi.

Francois Aneu je osnovao Luxembourg Broadcasting Company (franc. *Compagnie Luxembourgeoise de Radiodiffusion*) koja je zatražila dozvolu za komercijalno emitiranje na dugom valu. Dozvolu su im luksemburške vlasti dodijelile u prosincu 1929., a u svibnju 1932. počeli su emitirati program na engleskom jeziku, pokrivajući signalom englesko i irsko područje. Program je zbog popularne i moderne glazbe izazvao veliku pozornost mlađih slušatelja, ali i oštru reakciju britanskih vlasti koje su ga proglasile »piratskim« i zahtijevale da se emitiranje ukine. Nakon rasprava koje su se digle i na međunarodnu razinu Radio Luksemburg je na dugom valu počeo emitirati od 1. siječnja 1934. godine, ali samo nedjeljom.

Unatoč očitim pokazateljima kako je vrijeme za programske preinake, naročito u glazbenim sadržajima, Reith nije odstupao od samoproglašenih kriterija. Ozbiljne teme, klasična glazba i vjerski sadržaji svake su nedjelje rezultirali masovnim prebacivanjem na frekvenciju Radio Luksemburga.

BBC je u ožujku 1932. počeo emitirati iz nove zgrade u središtu Londona nazvane Broadcasting House. Bio je to prvi objekt na svijetu, namjenski građen za proizvodnju i emitiranje radijskog programa. Arhitekti su morali voditi računa o mnogim elementima važnim za ondašnji način produkcije i emitiranja. Zgrada je raspolagala sa 22 studija, velikom koncertnom dvoranom, brojnim novinarskim sobama i šest liftova, sve smješteno na osam katova i povezano s oko dva kilometra dugim hodnicima. Bio je to prostor koji više nije imao intimnost Savoy Hilla, ali bio je nužan za daljnji razvoj BBC-a. Zgrada je uskoro prozvana »novim londonskim tornjem« te je postala svojevrstan zaštitni znak i orijentacijska točka za snalaženje u Londonu.

Godine 1932. osnovan je Empire Shortwave Broadcasting Service iz kojeg se poslije razvio BBC World Service. Godine 1936. uspješno je realiziran projekt prvoga televizijskog emitiranja, a u studenom iste godine osnovana je služba za istraživanje slušanosti (*Listener Research Department*), koja je potvrdila ono što su mnogi već znali: slušatelji su željeli drukčiji, moderniji program s više popularne glazbe, a manje ozbiljnih tema.

U vrijeme bujajućeg nacizma i realne ratne opasnosti stiglo je vrijeme za velike promjene na BBC-u. Reith je 1938. godine odlukom Odbora guvernera smijenjen, a potom je i napustio BBC. Jedan od razloga njegove smjene bio je političke prirode, jer je Reith, smatralo se, bio simpatizer Hitlera i njemačke politike. Početak rata zatekao ga je na poziciji ministra

informiranja (u vrijeme Nevilla Chamberlaina), a dolaskom Winstona Churchilla na mjesto premijera povukao se u mornaricu, na logističko mjesto. Nakon završetka rata posvetio se reformiranju medija u Commowelthu. Umro je u dobi od 81 godine.

A što se sredinom dvadesetih godina događalo na našim prostorima? Sljedeće poglavlje uvodi nas u hrvatsku radiofoniju, odnosno događaje koji su prethodili osnivanju Radio Zagreba, prve radijske postaje u tom dijelu jugoistočne Europe. Vrijedno je napomenuti kako je u Zagrebu 1850. otvoren prvi telegrafski ured, a prvi je telefon zazvonio u siječnju 1881. godine. Naravno, njihovo je korištenje bilo privilegija imućnijih građana. Podjednako tako prva su saznanja i uspjesi *wirelessa* također bili dobro primljeni, naročito među tehnički obrazovanim ljudima tog doba. Zagreb je 1924. dobio prvi radioamaterski klub. Trebalo je proći još svega dvije godine do uspostave prve radijske postaje.

2. RANA HRVATSKA RADIOFONIJA

Političke okolnosti u kojima se rađala ideja za osnivanje radijske postaje u Zagrebu nisu bile povoljne. Naime, od početka postojanja Kraljevstva Srba, Hrvata i Slovenaca, 1. prosinca 1918. godine, bilo je jasno da je riječ o centralistički usmjerenoj državi koja neće blagonaklono dočekati takvu inicijativu. Crne slutnje Stjepana Radića o »srljanju guski u maglu«,[66] vrlo su brzo potvrđene jer cjelokupno ustrojstvo Kraljevine SHS ukazivalo je na realizaciju velikosrpskih težnji.

Krajem prosinca 1920. vlada Kraljevine SHS proglasila je zloglasnu »Obznanu«, a krajem lipnja 1921. na snagu je stupio tzv. Vidovdanski ustav. Početkom kolovoza iste godine usvojen je i strogi Zakon o zaštiti države. Tim je zakonom, između ostalog, predviđena smrtna kazna ili zatvor do 20 godina za svaku pismenu ili usmenu anarhističku ili komunističku propagandu te iznošenje mišljenja da politički ili gospodarski poredak u državi treba promijeniti. Isto tako osoba koja bi imala takvu informaciju, a ne bi izvijestila državnu vlast, također se mogla kazniti zatvorskom kaznom u trajanju do 20 godina.

[66] Svoj čuveni govor upozorenja S. Radić je održao na sjednici Narodnog vijeća Države SHS 23. studenoga 1918. uoči odlaska delegacije u Beograd.

Tih godina još nijedna europska radiofonija nije bila uspostavljena, ali stizale su vijesti iz Amerike u kojoj su se emitirali prvi programi. Međutim, europski eter nije bio ni tih ni pust. Naprotiv, dinamična aktivnost starih i novih radioamatera punila ga je brojnim informacijama što je u već spomenutim političkim okolnostima zasmetalo državnim vlastima. Mladi radijski programi koji su se mogli čuti 1923. predstavljali su dodatan izazov za vlastodršce. Sve što nije moglo biti kontrolirano predstavljalo je moguću opasnost. U tom je duhu ondašnje Ministarstvo pošta i telegrafa Kraljevine SHS 25. srpnja 1923. usvojilo Pravilnik o privatnim radiotelegrafsko-telefonskim prijamnim aparatima.[67] Bio je to i prvi službeni dokument kojim je država nastojala uspostaviti nadzor nad zbivanja u eteru.

Tekst je imao svega pet članaka, uglavnom restriktivnog sadržaja. Državna je vlast mogla u svako doba »ako za potrebno nadje, jednom već izdatu dozvolu za instalaciju spomenutih stanica oduzeti, bez davanja bilo kakve naknade ili saopštavanja razloga zbog kojih se, već izdata dozvola, oduzima i prijamna radiotelegrafsko-telefonska stanica, ukida.« (Članak 4.).

Pravilnik je, između ostalog, određivao kako »aparati za prijam« moraju biti lako dostupni mogućim kontrolama i ne smiju se premještati bez znanja i odobrenja Ministarstva. Nadalje, »aparatima stanicama« smjele su se primati samo vijesti, a primatelji su bili obvezni strogo čuvati tajne koje eventualno čuju. Država je odmah odredila i godišnju »taksu« koja se morala uplaćivati u državnu blagajnu.

Dvadesetak uglednih i obrazovanih Zagrepčana, uglavnom sveučilišnih nastavnika i inženjera, okupilo se oko ideje osnivanja prvoga radioamaterskoga kluba. Dana 15. travnja 1924. osnovali su Radioklub Zagreb. Za predsjednika je izabran Oton Kučera,[68] a za tajnika dr. Dušan Maruzzi. Klub je uskoro okupio tristotinjak članova, ljudi koji su već bili ili tek namjeravali ući u čudesan svijet bežične komunikacije.

Prostorije su pronađene u dvorišnoj zgradi obiteljske kuće Rakovac na Markovu trgu broj 9, u kojima su se sastajali i razmjenjivali informacije, iskustva i znanja o izradi radijskih prijamnika i drugih tehničkih problema. Slijedila su i prva javna stručno-popularna predavanja. Sugrađani su ih smatrali

[67] Pravilnik o privatnim radiotelegrafsko-telefonskim prijamnim aparatima (iz 1923.), *Radio šport*, Zagreb, br.1., 1924. (NSK u Zagrebu).

[68] Prof. dr. sc. Oton Kučera (1857. – 1931.) bio je matematičar, fizičar i astronom, sveučilišni profesor i osnivač zvjezdarnice u Zagrebu. Predsjednik Matice hrvatske od 1909. do 1917. godine.

Slika 32. Reklama za radijske prijamnike

»fantastima«, u šali ih nazivajući i »ljudima s ugrijanim mozgovima«, što se odnosilo na slušalice koje su imali na ušima. Za dugačkim stolom u klubu bilo je montirano više slušalica, a uvečer bi radoznali posjetitelji posjedali oko stolova i slušali prve radiostanice u svijetu, napisao je Handl.[69]

Svega nekoliko dana nakon osnivanja kluba, 19. travnja, objavljen je i prvi broj stručnoga pratećeg časopisa pod nazivom *Radio šport*. Bio je to velik iskorak jer je u to vrijeme literatura bila rijetka i većinom na stranim jezicima. Urednik je bio dr. Stjepan Varićak. Časopis je nudio brojne informacije i upute vezane za izradu prijamnika i nabavu dijelova te programske rasporede emitiranja prvih radijskih programa u Europi.

Slika 32. prikazuje reklamu za trgovinu radijskim uređajima iz 1925. godine. U svega nekoliko godina nakon uspostave prvih programa svi su veći europski gradovi raspolagali radijskim postajama.

Iako to nije bio slučaj i u Kraljevini SHS, državne su vlasti desetak mjeseci nakon prvog pravilnika usvojile i sljedeći. Tako je 21. svibnja 1924.

[69] Handl, Cino: Četvrt vijeka Radio Zagreba, *Radio Zagreb*, Zagreb, br. 3, 1. – 15. veljače 1951.

isto ministarstvo objavilo Pravilnik o privatnim radiotelegrafskim i telefonskim aparatima,[70] podjednako restriktivan kao i prethodni. Svako se kršenje odredbi tretiralo kao kazneno djelo.

Prema tekstu vlast je mogla odbiti molbu za prijamnik bez dodatnog objašnjenja, podjednako kao što je prijamnik mogla i oduzeti. Država »nije nikad i ničim obvezna prema moliocu. Ona ne daje nikakve garantije protiv uzajamne smetnje koja bi proizašla od istovremenog funkcionisanja više raznih stanica. Uopšte, ona nikome ni zašto ne odgovara.« Na prijamniku je bilo dopušteno primati samo određene sadržaje kao što su »meteorološki i berzanski izveštaji, sravnjivanje časovnika, vesti novinarske, govori sa raznih Skupština i Konferencija, muzičke i druge umetničke produkcije: koncerti, opere i slično.«

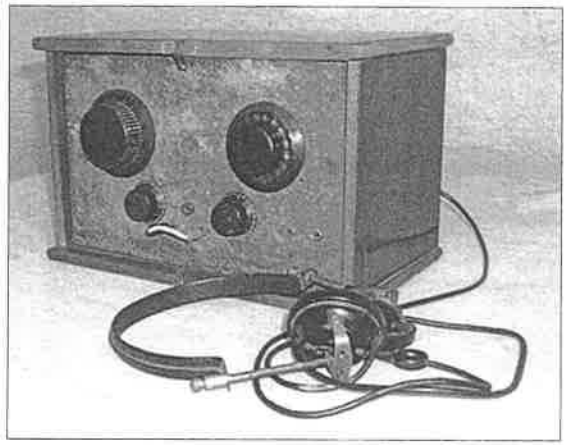
Podjednako tako opasnost su predstavljali sadržaji koji bi mogli biti »predani« pa se dozvola za imanje uređaja izdavala samo za »prijemne«, a ne za »predajne« aparate, čije je posjedovanje bilo strogo zabranjeno (čl. 8.). Pravilnik je odredio kako »Redakcije, Agencije, novinarske, berzanske, trgovačke i esnafska udruženja mogu imati neograničeno pravo primanja radi širenja sviju u prethodnom stavu pomenutih vesti, uz pretplatu koju sami odrede, ali predaju i širenje njihovo mogu činiti samo putem telegrafa ili telefona ili putem štampe«.

Pravilnik je prvi put dotadašnju »taksu« za radijske prijamnike nazvao »pretplatom« te je uvjetovao kao »godišnju pretplatu za pravo da se prijamnim aparatima mogu služiti«, a mogla se prema ocjeni Ministarstva povećavati ili smanjivati. Nekoliko mjeseci poslije ministar PT-a je i službeno odredio osobe oslobođene plaćanja »takse za radioaparate«. Na popisu su se tako našli »Dvor Nj. V. Kralja, G. G. Ministri, Generalni Direktor ovoga Ministarstva i njegov pomoćnik i svi načelnici Ministarstva, sve osoblje t. t. odseka i tehničke sekcije u Direkciji i Upravnici Telegrafa i Telefona u Beogradu.« (PT vesnik, 15/24).

Živa aktivnost i zanimanje za radioamatersku djelatnost dovela je godinu dana nakon uspostave zagrebačkoga kluba do osnivanja prvog saveza. U Zagrebu je 19. rujna 1925. godine osnovan Savez radioamatera SHS. Za predsjednika je izabran inženjer Velimir Stiasny, a za tajnika dr. Ivo

[70] Pravilnik o privatnim radiotelegrafskim i telefonskim aparatima, *Poštansko-telegrafski vesnik*, Beograd, br. 11, 1924.

Slika 33. Rani radijski prijamnik



Stern. Počasni je predsjednik bio dr. Kučera (Muljević).[71] Na zagrebačkim su krovovima nicale antene, a prodavaonica radijskih prijamnika i dijelova za njihov popravak (ili izradu) bilo je sve više (Slika 33.). Naravno da je u takvom okruženju sazrijevala želja da se i u nas osnuje radijska postaja.

Međutim, to nije bilo nimalo lako. Dobivanje dozvole za emitiranje bio je puno više politički, a manje tehnički ili financijski zahtjevan postupak. Ipak, kako to obično i biva, za realizaciju takve zamisli bila je potrebna uvjerenost u ispravnost i važnost konačnog cilja. Potrebnim entuzijazmom raspolagao je doktor pravnih znanosti Ivo Stern[72] (1889. – 1961.), zagrebački odvjetnik i publicist.

2.1. Radio Zagreb

Jedan posjet bečkoj radijskoj postaji i dr. Stern, inače član Radiokluba, vratio se u Zagreb s čvrstom idejom o osnivanju radijske postaje u Zagrebu.

Budući da je radioamaterski klub već koristio prostore na Markovu trgu 9 (Slika 34.), činilo se logičnim da tamo bude i buduća radijska postaja.

[71] Muljević, Vladimir (predgovor) u Kučera, Oton: Telegraf i telefon bez žica, Matica Hrvatska, Zagreb, 2008. (e-knjiga), (preuzeto u rujnu 2009.).

[72] Ovdje napominjem kako se o dr. Sternu zna jako malo. Često se u literaturi zatiču samo napomene o njegovu publicističkom radu u časopisu *Plamen* pod pseudonimom »Putnik Ivan« te napomene o njemu kao eruditi i ljubitelju klasične glazbe i umjetnosti. Šturi su podaci nedostatni za detaljnije predstavljanje tog čovjeka koji bi na temelju svojih zasluga za uspostavu hrvatske radiofonije to sasvim sigurno zaslužio. Naime, punih je dvanaest godina vodio Radio Zagreb.

Slika 34. Dvorište Radio Zagreba (1926.)

Inicijativa je na početku dočekana suzdržano, ali kako je vrijeme odmicalo, ideja je postajala sve privlačnija.

Dana 14. lipnja 1924. godine Ministarstvu pošta i telegrafa u Beogradu upućena je formalna molba za dodjelu dozvole za emitiranje radijskog programa. Molbu su potpisali dr. Oton Kučera i dr. Dušan Maruzzi, predsjednik i tajnik Radiokluba. U tekstu, između ostalog, pišu kako »...čitavi razvitak radiotelefona u našoj državi ovisit će o podignuću i izgradnji tih broadcastinga. (...) Potpisani je klub uvjeren, da mu je najpreča dužnost postaviti stanicu, s pomoću koje će širiti umjetnost i znanost. (...) Prepušta se uvidjavnosti Ministarstva da odredi snagu kojom ima da se posluži naša stanica za davanje. Ako ćemo raditi s nekih 100 watta antenske energije moći će da nas čuje samo Zagreb i okolica, dok sa energijom od 500 watta mogli bismo da dajemo naše vijesti do Beograda, Sarajeva i Splita. Sa državnog gledišta je poželjno da naša kulturna centra izmjenjuju duševne produkte, te budu u što užem medjusobnom kontaktu...«[73]

Unatoč lijepim riječima i napomeni da su financijska sredstva osigurana proteklo je više od godinu dana iščekivanja. U srpnju 1925. formirana

[73] (...): Molba za koncesiju, *Radio šport*, Zagreb, br. 9, 14. lipnja 1924.

je nova vlada Kraljevine SHS, u kojoj je od studenog iste godine Radić bio ministar prosvjete. Političke su akcije sasvim sigurno pridonijele konačnom dobivanju dozvole za početak emitiranja prve radijske postaje u Zagrebu. Dana 5. kolovoza 1925. godine strpljenje se napokon isplatilo i potpisan je *Ugovor o instalaciji i eksploataciji jedne radiofonske stanice Brodkastinga u Zagrebu ili okolini.*[74]

Prema tekstu tog ugovora Radio Zagreb trebao je emitirati vijesti, izvještaje o vremenu, gospodarske vijesti, glazbu i sve druge sadržaje koji su za cilj imali širiti znanost, umjetnost i zabavu. Instalacija je trebala biti završena do 1. studenoga iste godine, a potom je postaja trebala početi emitirati u nazočnosti »činovnika« koji će ubuduće nadzirati njezin rad.

Ako bi se program zloupotrijebio tako da se emitiraju vijesti u suprotnosti s ondašnjim zakonima (Zakona o štampi), Ministarstvo je odredilo da se program, bez sudske presude, može odmah prekinuti, a svi aparati oduzeti bez naknade. Dodana je i odredba o oduzimanju postaje u slučajevima unutarnjih nemira, mobilizacije ili rata, uz naknadu visina koje će se utvrditi na temelju dotad ostvarenih prihoda.

Temelj prihoda činila je pretplata. Uprava radija imala je pravo potraživati naknadu od svakoga prijavljenog »aparata za primanje«, i to u krugu od 150 kilometara oko Zagreba. Od toga je državi pripadalo 12 posto, a od (eventualne) zarade čak 20 posto. S obzirom na takvu odredbu, potpuno je jasno da je mladoj radijskoj postaji postao važan svaki novi pretplatnik, što je ponajprije podrazumijevalo važnost snage odašiljanja, ali i kvalitetu odaslanih sadržaja.

Nakon dobivanja dozvole za emitiranje članovi društva užurbano su počeli raditi na pripremama za početak emitiranja. Međutim, radovi su se otegli gotovo godinu dana. Galić (1986:38) piše kako je osnovni razlog usporavanja bio nedostatak novca, dok Vončina (1986:27) kao razlog navodi probleme u vezi s osnivanjem dioničarskog društva. Konačno, postupak osnivanja društva i njegove registracije pri Ministarstvu trgovine i industrije, što opet nije moglo proći bez određene pomoći sa strane, dovršen je 26. ožujka 1926. odobrenjem za osnivanje društva Radio Zagreb

[74] Ugovor o instalaciji [...] u Zagrebu, *Poštansko-telegrafski vesnik*, Beograd, br. 15/16, 1925. Donosimo ga u cijelosti u Dodatku 2., na kraju knjige. Izdanja *PT vesnika* nalaze se u NSK u Zagrebu, ali je fotokopiranje zabranjeno zbog lošeg stanja tiskovine. Tekst je u originalu pisan na ćiriličnom pismu.

d.d. Upravom društva od trinaest članova predsjedao je Šandor A. Alesander, a zamjenik mu je bio inženjer Velimir Stiasni. U upravnom vijeću bili su dr. Ivo Ražem, dr. Ivo Stern, dr. Rudolf Rodanić i inženjer Dragutin Joachimsthal.

Prema pozivu na upis dionica tvrtke Radio Zagreb d.d. koji je objavljen u *Radio glasniku* u travnju 1926. godine, utemeljitelji su zaključili nabavu opreme za emitiranje »... uz vrlo povoljne uvjete te će ista stajati 50.000 zlatnih maraka od kojeg iznosa su oni sami položili 10.000 zlatnih maraka i preuzeli dužnost plateža daljnjih 15.000 maraka, 6 mjeseci nakon što bude stanica stavljena u pogon. Radio Zagreb d.d. dužno će biti isplatiti preostalih 25.000 maraka u roku od dvije i pol godine nakon što bude stanica predana prometu. (...) Utemeljitelji ni časa ne sumnjaju u uspjeh poduzeća (...). Ako uvažimo da Graz, koji nije ništa veći od Zagreba, ima danas preko 17.000 aparata za primanje, a Beč preko 90.000, onda se ne može pretjerivati, ako se računa u početku sa najmanje 5000 pretplatnika tim više što su aparati za primanje vrlo jeftini.«[75]

Prvi su dijelovi počeli pristizati u Zagreb krajem siječnja, a odašiljač je dopremljen u travnju 1926. godine. Zadnji dopušteni rok do kojeg je radijska postaja trebala početi s radom, što je bio uvjet Ministarstva PT, bio je 15. svibnja 1926. godine.

Malobrojna ekipa okupljena oko projekta Radio Zagreba pokrenula je odmah i prvi službeni list Radio Zagreba naziva *Radio glasnik*. Prvi je broj izišao 12. travnja 1926. godine, mjesec dana prije početka emitiranja. Riječ je bila o skromnoj tiskovini koja je najavila početak emitiranja Radio Zagreba. Glavni je urednik bio Otto pl. Faldung. Nakon svega dva mjeseca *Glasnik* je zamijenjen novim službenim glasilom pod nazivom *Radio vjesnik* koji je redovito objavljivan sve do 15. travnja 1928. godine. Urednik mu je bio Antun Brajković.

List je donosio informacije o drugim europskim radiofonijama. Navest ćemo neke iz svibanjskog[76] broja. Riječ je bila o prikazima vlasničkih odnosa nad radijskim postajama u nekim državama. Prema tim podacima

[75] Poziv na upis dionica, *Radio glasnik*, Zagreb, br. 1, 12. travnja 1926. U izvornom obliku donosimo ga kao Dodatak 3. na kraju knjige.

[76] Đorđević, M. Ž.: Radiofonske emisione stanice i radio industrija, *Radio glasnik*, god. I, br. 5, Zagreb, 16. 5. 1926. (stranice bez numeracije).

doznalo se da su talijanska, belgijska i švedska radiofonija bile u privatnim rukama, financirane iz obvezne pretplate od koje je 25 posto išlo u državne blagajne. U Francuskoj je bilo deset »radiofonskih stanica« od kojih su šest bile privatno vlasništvo, a ostale su bile državne. Čehoslovačka je, prema navodima iz istog članka, imala četiri radijske postaje, od kojih su dvije najveće bile u Pragu i Brnu, a »i kod nas se dobro čuju«.

Budući Radio Zagreb također je bio u privatnim rukama, u vlasništvu istoimenoga dioničarskog društva.

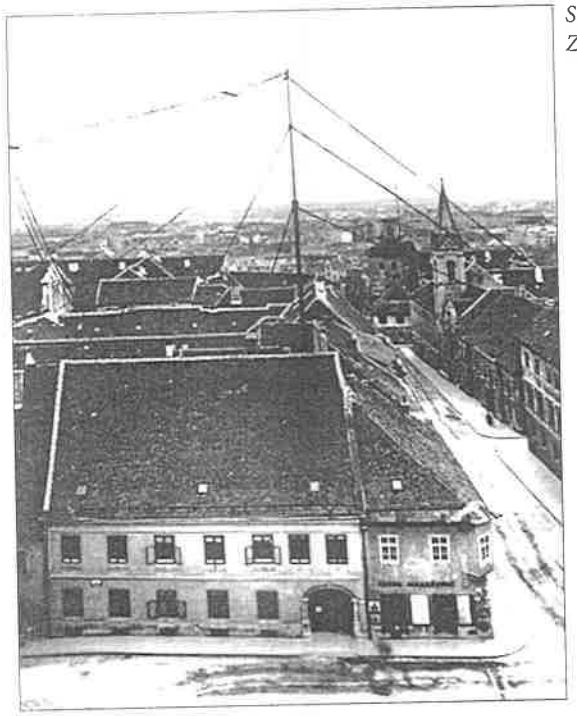
Komentirajući neke odredbe Zakona o štampi iz 1925. godine, prvog zakona s područja informiranja u Kraljevini SHS, Pustišek (1987:123-125) spominje da je u to vrijeme (1925. godine!) već radila radiopostaja Beograd. Ovdje je potrebno dodatno objasniti neke nejasnoće.

Ugovor[77] *o instalaciji i eksploataciji moderne radioelektrične stanice u Beogradu ili okolici* zaključen je 1924. između Ministarstva pošte i telegrafa Kraljevine SHS i La Compagnie Generale de Telegraphie sans fil, tvrtke s kapitalom od 50 milijuna franaka sa sjedištem u Parizu. Prema tom ugovoru država je dala dozvolu za gradnju radijske postaje koja je nakon trideset godina trebala prijeći u državno vlasništvo. Prva su pokusna emitiranja doista obavljena, i to u Rakovici pokraj Beograda. Međutim, prema kriterijima potrebnim za stjecanje statusa radijskog programa, a o kojima je već bilo riječi, pokusno se emitiranje u Rakovici ne može smatrati radijskim programom. Bila je riječ o eksperimentu koji se sastojao od emitiranja glazbe, tri puta tjedno u trajanju do jednog sata. Međutim, emitiranje je uskoro bilo prekinuto (Vončina, 1986:25-27).

U kontekstu traženih kriterija za stjecanje statusa radijskog programa Radio Zagreb je prva postaja koja je dobila dozvolu za emitiranje koju je izdala državna vlast i počela kontinuirano emitirati na temelju određenih programskih smjernica i programske sheme.

Nakon opsežnih i užurbanih priprema za početak emitiranja Radio Zagreb oglasio se u eteru 15. svibnja 1926. godine u 20 sati i 30 minuta. Počelo je prvo radijsko emitiranje u ovom dijelu Europe. Program je počeo himnom »Lijepa naša« koju je na klaviru odsvirao Krsto Odak. Najavu

[77] Ugovor o instalaciji [...] u Beogradu, *Poštansko telegrafski vesnik*, Beograd, br. 7, 1924.



Slika 35.
Zgrada RZ-a s antenom

za početak programa dala je prva spikerica Božena Begović.[78] Uslijedila je glazba, a emitiranje je završeno u 22 sata i 15 minuta, opet izvođenjem himne. Prema obvezi iz koncesije program je morao trajati najmanje 90 minuta dnevno. Javni je bilježnik utvrdio kako je emitiranje uspješno izvedeno, što je značilo i da je rok koji je postavilo Ministarstvo ispoštovan.

Zbog tehničkih je problema Radio Zagreb počeo emitirati s izlaznom snagom od svega 150 W, ali su već za dva dana problemi riješeni i snaga je povećana na dopuštenih 350 W.

Odašiljač je bio u potkrovlju, a antena je bila visoka 60 metara. Podignuta je na dva drvena »jarbola« visoka po 50 metara, od kojih je jedan bio u samom radijskom dvorištu, a drugi nedaleko, u Vitezovićevoj ulici (Slika 35.).

Za potrebe radija preuređeni su prostori nekadašnjeg radiokluba. U središtu zgrade uređen je mali studio (Slika 36.) U susjednoj je prostoriji bila

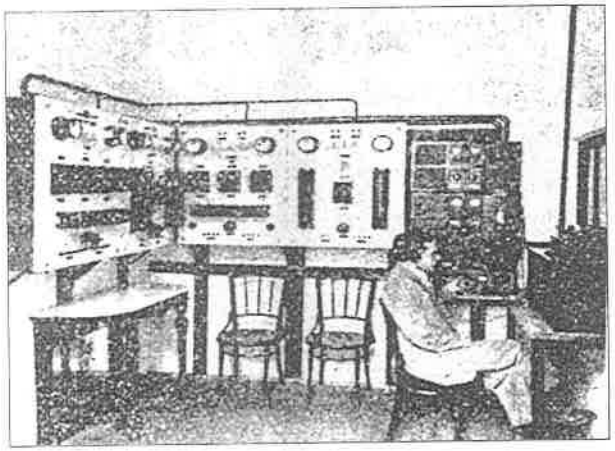
[78] Božena Begović završila je Glumačku akademiju u Beču, a 1923. prvi je put nastupila u Hrvatskom narodnom kazalištu. Napustila je Radio Zagreb 15. srpnja 1927. godine.

Slika 36.
Studio Radio Zagreba

čekaonica za izvođače, a s druge strane režija (Slika 37.) s uređajima za emitiranje.

Studio je imao nešto više od dvadesetak kvadrata, što je izazivalo probleme kad je trebao gostovati veći orkestar. Naime, nisu svi mogli stati (zajedno s notama i instrumentima) pa se znalo dogoditi da se koncert odvija izvan studija, u dvorištu Radio Zagreba. Ni to nije bilo toliko strašno kao što je bila kiša koja se znala spustiti usred koncerta na otvorenom. Za ravnatelja Radio Zagreba bio je imenovan dr. Ivo Stern.

Tisak se nije osobito osvrtao na početak rada Radio Zagreba, ali nije u potpunosti zaobišao novo »čudo tehnike«. *Jutarnji list* je već idućeg dana objavio detaljan raspored emitiranja u vremenu od 20.30 do 22.30 sati. Iako je bila riječ o svega dva sata emitiranja, program je brzo i sustavno rastao, a *Jutarnji list* punih je petnaest godina redovito pratio rasporede emitiranja Radio Zagreba (do sredine travnja 1941. godine).



Slika 37.
Režija Radio Zagreba

Sadržaj[79] prvih dana emitiranja Radio Zagreba bio je sljedeći:

od 20^{30} do 20^{45}	:	uredovne vijesti stanice
od 20^{45} do 21^{45}	:	razne glazbene priredbe
od 21^{45} do 22	:	razna predavanja
	:	popularni prikazi, prosvjetno uopće itd.
od 22 do 22^{15}	:	zadnje vijesti
u 22^{15}	:	program idućeg dana
od 22^{30} do 23	:	plesna glazba

Već u drugom broju *Radio vjesnika* objavljen je izvještaj[80] o radu Radio Zagreba. Među planovima za daljnji razvoj navodi se pojačanje snage emitiranja na 500 vati, a u programskom smislu »priključak na kazalište i prvi pokušaji transmisija (...). Mi imademo i možemo da mnogo toga (iako danas prema ograničenim sredstvima) pružimo: komornu, vokalnu i instrumentalnu glazbu, predavanja, upute svake vrsti, sve je to moguće širiti radiotelefonom. (...) Svatko koji hoće i može da nešto dobro i pametno kaže, dobro je došao (...). Ali nek nitko ne pomisli da se velike stvari izgrađuju preko noći...«

[79] (...): O početku rada stanice, *Radio glasnik*, Zagreb, br. 5, 16. svibnja 1926.

[80] (St.): Osnutak, organizacija, izgradnja i ciljevi zagrebačke radiostanice, *Radio vjesnik*, Zagreb, br. 2, 25. rujna 1926.

Radio Zagreb ubrzo je počeo i s uspješnim prijenosima koncerata, a kad su poželjeli prenijeti i dio programa bečkog radija (ponajprije glazbu prvi su se put našli u sukobu s Ministarstvom trgovine i industrije. Kolik je pomisao na prijenos tuđeg programa uzbunila duhove u Ministarstv vidljivo je iz poruke koja je stigla na adresu Radio Zagreba u studenon 1926. godine. Između ostalog, upozoreni su kako se u »pravila d.d. Radi Zagreb ima uneti odredba: društvo ne sme vršiti saopštenja koja vređa ju javni moral, deluju propagandno ili inače proti socijalnom ustrojstvu Državi, Vojsci ili služe glorifikaciji tuđih političkih i sličnih aspiracija. Z slučaj ma i jednog ovakvog saopštenja, Ministar trgovine i industrije j vlastan naložiti likvidaciju društva«. (Vončina, 1986:61-62).

Svega nekoliko dana poslije Ministarstvo je zatražilo od svojeg »odjeljenja« u Zagrebu saslušanje predstavnika Radio Zagreba d.d. s obrazloženjem kako »...zagrebačke novine pišu da će Radio Zagreb posredovati bečkoj radio-stanici za širenje njenih saopštenja, a poglavito bečke opere u našim krajevima...« Dva člana ravnateljstva Radio Zagreba, dr. Ivo Ražem i Artur Gvozdanović, odgovorili su na prozivke navodeći obrazloženjem kako je program Radio Zagreba namijenjen kulturnim sadržajima radi širenja umjetnosti i razonode, a uprava postaje ne namjerava se baviti agenturnim poslovima.

Situacije kojima je bila izložena uprava i vlasnici Radio Zagreba dovoljno ilustriraju s kakvom je pojačanom pozornošću praćen rad radija. Razloge državnog opreza treba tražiti ponajprije u političkim odnosima, ali i nepovjerenju koje je izazvao novi medij i njegove mogućnosti utjecaja na slušateljstvo. To ujedno govori o popularnosti radijskog medija i njegovu brzom širenju. Podsjetimo se da je američka i europska radiofonija sredinom dvadesetih godina 20. stoljeća bila u snažnom zamahu, dinamično se razvijajući u svim, pa i političkim smjerovima.

Radijski je program nepunih šest mjeseci nakon početka rada povećan na gotovo pet sati dnevnog emitiranja. Tako je od 1. studenoga 1926. četvrtkom i nedjeljom počinjao u 17.00 sati, a drugim danima u 19.45, i to s tečajevima učenja jezika. Pa ipak, najvažniji i najveći dio programa činila je glazba. Najčešće su bile izvedbe vokalnih i instrumentalnih solista i njihovih pratitelja na klaviru što se nalazio u studiju. Katkad je glazbenika bilo i više, ali su za nastup tražili »ozbiljnije honorare«. Uprava je stoga ubrzo

odlučila angažirati »kućni« orkestar. Nakon traženja po zagrebačkim kavanama i restoranima odlučili su se za kvartet iz Velike kavane (današnji hotel Dubrovnik) s kojim je dogovorena stalna suradnja. Za potrebe nastupa na radiju nazvani su »radiokvartetom Rozbroj« (Vončina, ibid. str. 45).

Najslabiji dio programa bile su informativne emisije, odnosno vijesti koje su jednostavno prepisivane iz dnevnog tiska. Taj je postupak objašnjen kao pomoć onima koji ne razlikuju bitno od nebitnog. Tako je Radio Zagreb dugo vremena objavljivao već objavljeno i samim tim bio na samom začelju aktualnih događaja.

Objašnjenje takve programske politike nije u potpunosti jasno i može se samo nagađati. Sasvim je sigurno da je Ministarstvo PT i te kako pazilo što se i kako emitira na radijskom programu, a postaja je mogla biti zatvorena bez sudske presude (čl. 8. Ugovora o emitiranju). Politička se situacija u zemlji opet zaoštrila jer je Stjepan Radić krajem 1926. napustio mjesto ministra prosvjete i ponovno počeo s oštrim napadima na politiku velikosrpskog hegemonizma. Vrlo je vjerojatno da je ravnatelj Stern, svjestan ozbiljnosti domaće političke situacije, jednostavno odlučio izbjegavati svaku politizaciju u programu. Bilo je to u skladu s njegovom često naglašenom apolitičnošću radijskog programa i posvećenosti kulturnoj misiji. Međutim, vjerojatno ima istine i u pretpostavkama da se tim načinom htjelo uštedjeti na mogućim troškovima vezanim uz pribavljanje prava na emitiranje najnovijih vijesti.

Glede sadržaja program Radio Zagreba prvih se mjeseci sustavno bogatio. Početkom prosinca 1926. objavljen je prvi natječaj[81] za najbolju radijsku dramu koja se morala temeljiti »samo na govorenoj riječi i akustičnim efektima« s obećanom novčanom nagradom. Prva radiodrama *Vatra* izvedena je 7. travnja 1927. godine. Njezin je autor bio Ivo Sanjić, što je bio pseudonim Ive Šrepela, profesora na Državnoj glumačkoj školi u Zagrebu, koji je u radijskom programu redovito držao tečajeve francuskog jezika. Radiodrama je označila početak dramski izuzetno plodne radijske sezone.

Sljedeće je godine Radio Zagreb počeo prenositi svečane pjevane mise iz Markove crkve u Zagrebu. U studiju su i dalje nastupali brojni solisti i

[81] (...): Natječaj za najbolju radiodramu, *Radio vjesnik*, br. 12, 1926.

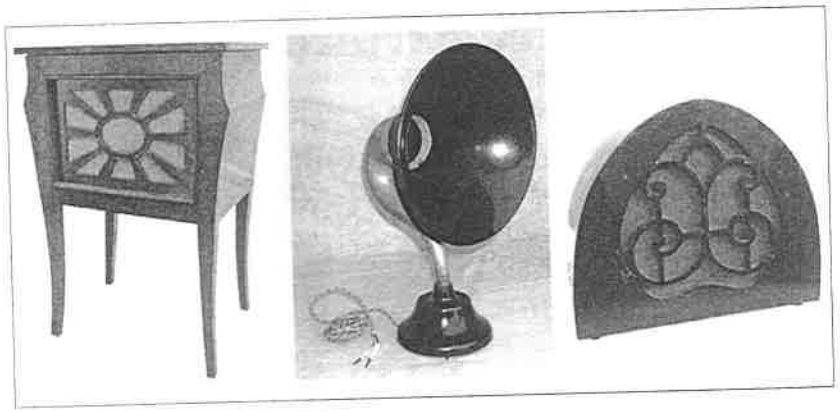
Slika 38.
Reklama za slušalice

manji sastavi, a uslijedili su i prvi telefonski prijenosi koncerata iz Beča i Praga. Svojim je glazbenim programom Radio Zagreb znatno pridonio unapređivanju glazbene kulture na ovim prostorima.

Novi je izazov predstavljala vijest iz *Radio vjesnika*,[82] objavljena u ožujku 1927., koja je govorila o »prenosivoj kolibi u koju je smješten cijeli studio«. Riječ je bila o pokretnom studiju koji je BBC počeo koristiti za izravne prijenose sportskih natjecanja. Radio Zagreb nije zaostao. Iste je godine uslijedio i prvi sportski prijenos utakmice Građanski – HAŠK, s igrališta Građanskog u Zagrebu.

Radijski se program najviše slušao preko slušalica (Slika 38.) koje su ušle u modu i na javnim mjestima, osobito kavanama. Tako je nekadašnja kavana Gundulić u Zagrebu, koja je prva uvela slušalice na stolovima, izgledala

[82] (...): Novost u eteru, *Radio vjesnik*, br. 27, 1927.



Slika 39. Zvučnici (1927. – 1932.)

poput telegrafskog ureda. Danas nije teško zamisliti ljude koji sa slušalicama na ušima, osamljeni za stolom u kavani, nešto čitaju. Slušalice na ušima, osobito u vrijeme prvih prijenosnih kasetofona, popularnih «walkmana«, postale su uobičajene. Međutim, tih su davnih godina na javnim mjestima zasigurno predstavljale iznenađenje.

Kao »novost u eteru« objavljena je i vijest[83] o instalaciji prvih zvučnika u Petrovoj crkvi u Rimu. Izumom zvučničkih kutija (Slika 39.) neke su trgovačke radnje počele javno emitirati radijski program pa su građani satima znali stajati i slušati. Zagreb je u drugoj polovini dvadesetih godina 20. stoljeća zahvatila prava radijska groznica koja se očitovala i u sve većem broju antena postavljenih na krovove kuća.

Iako su i do Hrvatske dopirale informacije o silnim zaradama američke radijske industrije, radijski se program u nas sporo komercijalizirao. Svoju su korist ponajprije uvidjeli trgovci radijskom opremom i stručnim priručnicima o radijskoj tehnologiji i tehnici.[84] Radijska se reklama prvi put spominje u *Radio vjesniku* u rujnu 1926. kao dio nepotpisanog izvješća o jednomjesečnom radu Radio Zagreba. Pozivi za »govorenu reklamu za radiostanicu« počeli su se objavljivati u *Radio vjesniku* krajem 1926. godine (Slika 40.). »Govorena« je reklama bila čitanje oglasne poruke pred mikrofonom jer nije bilo drugih tehničkih mogućnosti.

[83] (...): Crkva i radio, *Radio vjesnik*, Zagreb, br. 15, 25. prosinca 1926.

[84] Već od prvog broja *Radio športa*, 19. travnja 1924., na zadnjoj su se stranici oglašavale nove knjige iz radijske tehnike koje je prodavala knjižara Kugli u Zagrebu.

Slika 40. Poziv za »govorenu reklamu za radiostanicu«

Brojni podaci o jednogodišnjem radu Radio Zagreba nalaze se u godišnjem izvještaju[85] koji su skupštini društva podnijeli glavni ljudi Radio Zagreba. Iz teksta je vidljivo kako su »govorene« reklame donijele 31 posto ukupne zarade. Poslovni je izvještaj podnio dr. Ražem, tehnički ing. Joachimsthal, a o programu je govorio dr. Stern.

»Mi smo prvo poduzeće te vrste u našoj Kraljevini, pa je razumljivo da su bile potrebne velike predradnje (...). U času podignuća naše stanice bilo je na nama određenom teritoriju u svemu jedva 700 radio-pretplatnika, no taj je broj našom djelatnošću postepeno narastao, tako da smo danas postigli lijepu brojku od preko 7000 pretplatnika. Taj će se broj povećati (...) čim Ministarstvo PT odobri predloženi ugovor s nama, analogan ugovoru što ima biti sklopljen sa Radio Beogradom d.d., poduzećem u osnutku...«, iznosi u svom izvješću[86] dr. Ražem.

Ražem najavljuje i novu koncesiju na »barem petnaest godina«, povećanje snage odašiljača, proširenje čujnosti prema Splitu i Sarajevu te »pripadajući dio od 66% pretplate«. Iako iskazujući financijski gubitak, Ražem s ponosom ističe da »... smo mi podignućem zagrebačke radiostanice dali povoda daljnjem uspješnom razvitku radiotrgovine i radioindustrije u našoj zemlji, a napose u Zagrebu. (...) Naše poduzeće nema dakle čisto trgovačke – lukrativne svrhe, nije strogo tečevno društvo već uloženi trud i utrošena materijalna sredstva imadu da koriste i javnim, i nacionalnim, i socijalnim i kulturnim ciljevima«.

[85] (...): Prva godina rada zagrebačke radiostanice, *Radio vjesnik*, br. 35, 15. svibnja 1927.

[86] Ražem, Ivo: Poslovni izvještaj, *Radio vjesnik*, br. 35, 15. svibnja 1927.

Programsko je izvješće[87] podnio dr. Ivo Stern. »Uspjelo nam je da svakog tjedna pružimo slušačima mogućnost slušanja jedne operne ili operetne predstave. (...) Primili smo tečajem ove godine nakon pregovora odobrenje Glazbenog zavoda za prenos koncerata koje Glazbeni zavod sam priređuje. (...) Proveli smo spoj sa crkvama sv. Marka i sv. Katarine (...). Spojili smo jedan plesni lokal (...). Stajali smo uvijek besplatno na dispoziciji propagandi svih naših kulturnih udruženja bez razlike, a klonili smo se svake političke nastranosti, da ne oštetimo rad stanice. (...) U mnoge smo kuće unijeli i ponešto umjetnosti i znanja i ako je sve bilo vrlo teško obzirom na minimalna sredstva koja su nam bila na raspolaganju. Od naših vlastitih prihoda primali smo jedva 1/3 dok su dvije trećine ostale na dispoziciju državi...«.

Govoreći o prihodima, Stern govori i o broju pretplatnika koji je na početku rada Radio Zagreba bio 639, a »... danas iznosi prema zadnjem izvještaju ravnateljstva pošte i brzojava ukupno 7.569, od čega otpada na grad Zagreb 5.396, na okolinu grada Zagreba 1.095, na Ljubljanu 1.039 i na Sarajevo 39...«. Pretplatnici su pozivani oglasima[88] još od prvih dana emitiranja Radio Zagreba.

U programu je bilo puno glazbe, uglavnom s gramofonskih ploča koje su, većinom potpuno besplatno, dobivali od trgovaca. U Hrvatskoj je 1925. utemeljena i prva tvornica za izradu gramofonskih ploča Edison Bell Penkala (Slika 41.). Riječ je bila o zajedničkoj investiciji tvornice Penkala s engleskom tvrtkom Edison Bell International u proizvodnji gramofonskih ploča. Iako su na početku radili samo licencna strana izdanja, tvrtka je 1927. počela sa sustavnim snimanjem domaćih izvođača. Zahvaljujući njoj, ali osobito njezinim glazbenim izbornicima,[89] tih su godina snimljeni mnogi domaći izvođači. Tvornica je 1937. završila u stečaju i prestala s proizvodnjom.

Dnevno emitiranje Radio Zagreba sada se znalo protegnuti i do ponoći. U večernjim su satima prevladavali glazbeni sadržaji, ali u program su uvedene i prve emisije za djecu, raznovrsna predavanja, jezični tečajevi, recepti i slično. Razdoblje programskog procvata zamijetio je i tisak pa je tiražna *Večer* od svibnja 1927. uvela zasebnu rubriku »Na valu 310« ili

[87] Stern, Ivo: Izvještaj o programatskom radu stanice, *Radio vjesnik*, br. 35, 15. svibnja 1927. godine.
[88] Poziv pretplatnicima teksta donosimo u cijelosti u Dodatku 4 na kraju knjige.
[89] Ugledni skladatelj Ivo Tijardović radio je u spomenutoj tvornici od 1929. do 1933. godine.

Slika 41. Reklama za Penkalin gramofon

kako su je sami nazvali »rubrika radiokritike«. Zamišljena je kao pregled tjednog emitiranja Radio Zagreba.

Znak Geofizičkog zavoda za točno vrijeme zaštitni je znak Radio Zagreba. Tri su se kratka signala oglasila prvi put 1928. godine. Do tada je za znak točnog vremena bilo korišteno obično kućno zvonce u studiju. Toj je inovaciji vrlo vjerojatno pridonijela i blizina Geofizičkog zavoda radiju.

U veljači 1928. između predstavnika Radio Zagreba i Ministarstva PT-a potpisan je novi Ugovor o koncesiji.[90] Snaga odašiljača je udvostručena i sad je radio emitirao sa 700 vati snage. Novi je ugovor određivao najmanje 150 minuta dnevnog emitiranja, od čega je najmanje sat vremena moralo biti posvećeno muziciranju u studiju, a ne reprodukciji s ploča. *Novosti* od 15. svibnja 1928. donose podatak o deset zaposlenih djelatnika na Radio Zagrebu.

U lipnju iste godine Radio Zagreb je zbog intenzivne suradnje s prijateljskim postajama u Beču i Pragu postao redoviti član Međunarodne unije za radiofoniju (franc. *Union Internationale de Radiophonie*). Unija je osnovana 1925., a u to je vrijeme imala šesnaest članica iz jedanaest zemalja. Sjedište joj je bilo u Ženevi.

Osvrnimo se opet ukratko na politička zbivanja u Kraljevini SHS. Vodeća se opozicijska stranka HSS sve više sukobljavala s vladajućim režimom,

[90] Ugovor o koncesiji, *Poštansko telegrafski vesnik*, Beograd, br. 5, 1928.

a 20. lipnja 1928. u Narodnoj je skupštini radikalski poslanik Puniša Račić mecima usmrtio Pavla Radića i Đuru Basaričeka (poslanike HSS-a), a Stjepana Radića smrtno ranio (umro je 8. kolovoza u Zagrebu). Vodstvo HSS-a preuzeo je dr. Vladko Maček.

U uzavreloj političkoj situaciji Kraljevine 1. rujna 1928. počeo je s emitiranjem Radio Ljubljana. Ugovor između Ministarstva PT i Prosvetne sveze kao nositelja dozvole za emitiranje potpisan je početkom veljače, na vrijeme od petnaest godina. Oprema u vrijednosti od oko 300.000 zlatnih maraka dobivena je, navodi Galić (1986:55), besplatno kao reparacija za ratne štete što ih je Njemačka plaćala Kraljevini.

Slijedio je Radio Beograd koji je počeo s radom 24. ožujka 1929. u nazočnosti kralja, brojnih ministara i generala te uz crkveni obred i državnu himnu. Nositelj koncesije u trajanju od petnaest godina bio je Radio Beograd A. D. (dioničko društvo). Snaga njihovih odašiljača bila je neusporedivo veća od snage kojom je emitirala zagrebačka postaja.[91]

Pojavom novih i snažnih radijskih postaja za Radio Zagreb počeli su ozbiljni novčani problemi. Ključni su razlog bili mnogo jači odašiljači koji su »pokrivali« širi pretplatnički teritorij. Smanjenje broja pretplatnika vodilo je Radio Zagreb u financijske probleme i označilo početak dugogodišnje borbe za pojačanje signala.

Bilo je to loše vrijeme za takvu akciju. Kralj Aleksandar je 6. siječnja 1929. raspustio parlament, stavio Vidovdanski ustav izvan snage i proglasio diktaturu koja se prema datumu događaja naziva šestojanuarska diktatura. Umjesto Kraljevine SHS država je promijenila ime u Kraljevina Jugoslavija.

Velika svjetska gospodarska kriza tridesetih godina dodatno je pogoršala ionako lošu gospodarsku situaciju u državi. Oktroirani je ustav donekle usporio proces raspadanja države, ali hrvatsko se pitanje sve više zaoštravalo. Uz dr. Mačeka i HSS koji su tražili federalizaciju države, javila se i hrvatska opozicija koja je napustila državu nakon uvođenja diktature, tražeći uspostavu samostalne hrvatske države. Čelnik toga opozicijskoga krila bio je dr. Ante Pavelić, koji je u Italiji osnovao 1930. godine emigrantsku organizaciju pod nazivom Ustaša – hrvatski oslobodilački pokret.

Unatoč razumijevanju koje je zagrebački tisak iskazivao prema problemima Radio Zagreba, odsutnost svakoga političkog stava u radijskom

[91] Radio Beograd emitirao je sa 2,8 kW, Radio Ljubljana sa 2,7 kW, a Radio Zagreb sa 700 W.

programu nije mogla proći nezamijećeno. Tako u svibnju 1929. u *Hrvatu* izlazi članak, u kojemu se, između ostalog, kritizira uprava i program Radio Zagreba. »Kod nas se premalo vodi računa o ovoj hrvatskoj važnoj instituciji (...). Sa zadovoljstvom možemo konstatirati da je Radio Zagreb ugledna radio-stanica o kojoj se vodi računa, koja se rado sluša i traži, dapače, katkad i nadje. (...) Osim tog morao bi se program stanice znatno i bitno poboljšati (...). Ne da se oprostiti što se u tim pločama čuje i njemački i engleski i crnački, a katkad i hrvatski (...). Još nisam doživio da bi naš radio javio i koju vijest iz Zagreba – sve što javlja kao da javlja iz Londona, Pariza ili Berlina. (...) Redatelj bi morao govoriti ljepše hrvatski (...). Svaki napredak radio-stanice Zagreb, napredak je hrvatske prosvjete...« [92]

Bila je to ironična javna prozivka uprave radija koja se klonila, pa i u tim uzavrelim političkim vremenima, svakoga političkog stava. Naravno da je njihova apolitičnost i distanciranje od aktualnih događaja i te kako provocirali zagrebačku i hrvatsku javnost. Stvarne razloge možemo samo nagađati iako su sigurno dijelom bili rezultat stvarne Sternove uvjerenosti u kulturnu ulogu radija, a dijelom uzrokovani realnim strahom od izgledne reakcije državne vlasti.

Nekoliko dana nakon objave članka u *Hrvatu* je objavljen i opširan odgovor uprave radija. Između ostalog, istaknuto je kako su »broadcastingi izrazito kulturne i nepolitične ustanove i čisto kulturne i nepolitične ustanove, zato i ne dajemo uopće političke vijesti. Raspravljanju političkih novosti služe u prvom redu naši dnevnici pak o tome ne bismo mijenjali naše dosadašnje smjernice...«[93].

Umjesto *Radio vjesnika* 4. listopada 1929. godine izišao je prvi broj novog časopisa pod imenom *Radio – ilustrovani tjednik za sva pitanja radiofonije*, čiji je urednik bio V. Klanjčić.

Časopis je objavljivan svega nekoliko mjeseci, do 31. siječnja 1930. godine. Gotovo po inerciji donosio je rasporede domaćih i stranih radijskih postaja. Program Radio Zagreba, »običnoga« radnog dana, u ponedjeljak 7. listopada 1929. godine, izgledao je ovako:

[92] Krnic, Ivan: Radio Zagreb, *Hrvat*, Zagreb, god. 10., br. 2795, 3. svibnja 1929.
[93] Odgovor uprave Radio Zagreba, *Hrvat*, god. 10., br. 2798, 6. svibnja 1929.

12.30 Gramofonske ploče
1.15 Sutrašnji jelovnik i kuhinjski recepti
1.20 Zadnje vijesti
5.30 Prijenos glazbe
6.55 Vijesti
7.30 Jezični tečaj: francuski za početnike
7.45 Kulturne i društvene vijesti
7.50 Uvod u prijenos
8.00 Prijenos iz Narodnoga kazališta na Trgu kralja Aleksandra: *Orlov* opereta u tri čina Ernesta Marischa.

Početkom 1930. godine prvi se put javlja i zajednički program ljubljanskog, beogradskog i zagrebačkog radija, emisija pod nazivom »Nacionalni sat«. »Zagreb, Ljubljana i Beograd moraju duhovno postati jedno, a to je pravi smisao i jezgra našeg jugoslavenskog narodnog ujedinjenja. Ovoj ideji treba da posluži i radiofonija u najširoj svojoj primjeni. Radiofonija to i čini«, pišu zagrebačke *Novosti* od 28. siječnja 1930. godine.

Radio Zagreb petu je godišnjicu dočekao kao poprilično monoton program. Čujnost mi je i dalje bila zanemariva u odnosu na Radio Ljubljanu i Radio Beograd, ali i na druge europske radijske postaje. Nezadovoljstvo slušatelja, posebno zbog plaćanja pretplate, bilo je sve veće. Mnogi su izvore informiranja i zabave potražili na drugim frekvencijama, zamjerajući »svojoj« radijskoj postaji apatiju i odsutnost aktualnosti. Činjenica je da su vijesti bile mali, neznatni dio dnevnog programa, a o tomu dovoljno govori podatak da kroz osam godina Radio Zagreb nije imao nijednog novinara, ističe Vončina (1986:133).

Neizbježno je u analizi situacije Radio Zagreba opet ukratko podsjetiti na političke okolnosti. Kralj Aleksandar je, nastojeći pronaći izlaz iz nacionalne i političke krize u zemlji, neuspješno mijenjao vlade i premijere. U međuvremenu je zbog Zagrebačkih punktacija uhićen dr. Maček i osuđen na tri godine zatvora. Nakon Aleksandrova ubojstva 9. listopada 1934. u Marsseillesu zbog maloljetnosti novoga kralja Petra II. vlast je preuzelo namjesništvo, u kojem je glavnu riječ imao knez Pavle. Nova je

vlada utemeljena u prosincu 1934. i u općoj atmosferi »novog duha« di Maček je pušten iz zatvora. Počeli su razgovori i pregovori o »hrvatskon pitanju« u Kraljevini Jugoslaviji.

Međutim, unatoč svim burnim događajima program Radio Zagreba dalje je djelovao izvanvremenski, ostajući bez političkog stava. Međutim nesređeni odnosi s Narodnim kazalištem koje je prvih godina s oprezon gledalo na razvoj Radio Zagreba, strahujući da bi im radijska dramska produkcija mogla oduzeti dio gledatelja, završeni su dogovorom o suradnj u veljači 1934. godine. Uprava kazališta obvezala se na petnaest večernjih emisija u trajanju do devedeset minuta (solisti, zborovi i orkestar), jedar sat popodnevnog programa i dva mjesečna prijenosa opere ili operete. S druge strane iz potpuno nejasnih razloga nije postojala suradnja sa Zagrebačkom filharmonijom iako su u to vrijeme na radiju obavljeni brojni prijenosi drugih simfonijskih orkestara (Vončina, 1986:122-127).

Tijekom te godine gotovo 60 posto ukupnog programa bilo je posvećeno glazbi.[94]

Broj pretplatnika se do kraja 1936. popeo na više od 11.000.[95] Naravno, ostaje otvoreno pitanje koliko su registrirani pretplatnici stvarno slušali program Radio Zagreba, a koliko strane programe.

Shvaćanje radija kao moćnog instrumenta u borbi za političku vlast postajalo je sve jasnije. Prevladalo je mišljenje kako je politički neangažirani radijski program također vrsta političkog stava, pa su kritike na račun Radio Zagreba postajale sve češće. »... sadanja radiostanica Zagreb ne služi na ponos grada Zagreba. U samome Zagrebu i njegovoj okolici rijetko je tko sluša, a par desetaka kilometara od Zagreba ne čuje se. U sadanjem stanju ona ne ispunjava ni primitivne lokalne zahtjeve radiofonije, a da se o ulozi prema inostranstvu ni ne govori. Sadanje stanje stanice pod upravom dioničkog društva Radio Zagreb dalo je dakle negativan rezultat«,[96] zaključio je nepotpisani autor u *Hrvatskom dnevniku* u siječnju 1937. godine.

[94] Laka i plesna glazba (16,03%), opere (6,85%), ozbiljna glazba (10,83%), operete (2,17%), narodna glazba (6,53%) i gramofonske ploče (17,64%). Izvor podataka bio je »Jugoslavenski radio-kalendar«, u Vončina, 1986:132.

[95] (ba): Stvara se javno mnijenje za našu radiostanicu, *Hrvatski dnevnik*, Zagreb, br. 267, 17. veljače 1937. godine.

[96] (...): Hrvatska prosvjetna društva traže koncesiju za radiostanicu u Zagrebu, *Hrvatski dnevnik*, god. 2., br. 231, 12. siječnja 1937.

Prozivke radijske uprave nastavljale su se i sljedećih mjeseci. Opet nepotpisani članak navodi kako »od izuma štamparskog stroja nije bilo izuma koji bi imao tako snažan utjecaj na najšire narodne mase kao radio (...). Radiostanice šire priredbe najraznijih vrsti po nekoliko hiljada sati u godini i za to bi morale nositi odgovornost prema narodu, čiju kulturu predstavljaju i prema svojim pretplatnicima, koji za svoju pretplatu očekuju zabavu, pouku i informacije u savršenom obliku, u obliku koji će veliku većinu slušalaca zadovoljiti. Na čelu radiostanice moraju stajati ljudi koji su svjesni te odgovornosti... (...) Dok dakle kod većine europskih stanica iznose troškovi programa 50 posto, a troškovi administracije 20 posto, to je kod zagrebačke radio stanice omjer obratan. Za administraciju je utrošeno 50 posto, a za program jedva nešto preko 20 posto. To je, dakle, slika s kakvom je odgovornošću zagrebačka radio stanica upravljala s pretplatama koje su im povjerili pretplatnici«.[97] Isti se novinar nadalje zalaže za veliku i jaku radijsku postaju koja ne bi smjela biti u rukama »gospode oko Radio d.d.«.

Oštrinu spomenutih članaka može se povezati s nakladnikom *Hrvatskog dnevnika*, konzorcijem[98] u vlasništvu aktivnih članova HSS-a. Sustavni napadi na upravu i prozivke zbog lošega gospodarenja radijem i zanemarivanja programa nastavljeni su i idućih mjeseci. Međutim, u studenom 1937. isti je nakladnik počeo tiskati novo službeno glasilo Radio Zagreba pod imenom *Hrvatski radio vjesnik*, Možemo zaključiti da je očito postignut dogovor između radijske uprave i prvaka HSS-a. Urednik je bio Franjo Leaković.

List je uveo zelenu boju omotnica, a na naslovnici prvog broja od 26. studenoga 1937. objavljena je fotografija plesača u narodnim opravama pod naslovom »Hrvatski narodni ples za vrijeme dječjeg sata radiostanice Zagreb«. Nepotpisani uvodnik prvog broja od 26. studenoga 1937. najavljuje borbu za jaču koncesiju. Ujedno se u tekstu komentira i postojeće stanje riječima kako Radio Zagreb »ima prvenstvo po starosti u ovom dijelu Evrope. Za kulturnu historiju hrvatskog naroda to je lijepi medjaš. Toga

[97] (...): Zagrebačka radio stanica treba doći u naše ruke, *Hrvatski dnevnik*, god. 2., br. 257., 7. veljače 1937.

[98] *Hrvatski dnevnik* izlazio je u razdoblju od 1936. do 1941. godine. Konzorciju je od veljače 1937. predsjedao ing. August Košutić, jedan od prvaka HSS-a.

nam nitko ne može oteti (...). Pretplatnici zagrebačke radio stanice više su pretplatnici zbog toga da mogu posjedovati aparate i da tako mogu slušat vanjske stanice. Za stanicu Radio Zagreb mnogo ne mare...«.

Međutim, suradnja s *Hrvatskim dnevnikom* nije dugo trajala. Raskinuta je nakon nepune godine dana, u rujnu 1938. godine. U isto se vrijeme dr Stern povukao s mjesta ravnatelja Radio Zagreba. Nakon dvanaest godina radio je dobio novog ravnatelja, Vojka Shauffa (1890. – 1986.), jednog od utemeljitelja nekadašnjeg radiokluba i dugogodišnjeg voditelja gospodarskog poslovanja Radio Zagreba.

Shauff je uveo manje programske izmjene i pokrenuo novi list pod nazivom *Radio Zagreb*. Kvalitativni pomaci, kako u radijskom tako i u novinskom smislu, nisu bili osobiti. Najčešći sadržaj činili su rasporedi radijskih programa triju postaja u Kraljevini Jugoslaviji i nekih postaja u inozemstvu, jezični tečajevi i najave pojedinih emisija. List je zapravo bio monoton i nezanimljiv, usmjeren na puko prosljeđivanje informacija o sadržajima i rasporedima radijskih programa. Prvi je broj izišao 3. rujna 1938., a 23. prosinca sljedeće godine zadnji.

Prisjetimo se na čas konteksta političkih zbivanja u Europi. U sjeni velike svjetske ljubavne priče i abdikacije kralja Edwarda VIII., konačne afirmacije *jazz*-glazbe, orkestara Bennyja Goodmana i Glenna Millera te prvih eksperimentalnih televizijskih emitiranja u Njemačkoj su počeli progoni i deportacije u koncentracijske logore. Početkom studenog 1938. u Kristalnoj noći (*Kristallnacht*) zapaljeno je više od stotinu sinagoga i nekoliko tisuća židovskih trgovina, a gotovo 30.000 Židova odvedeno je u logore.

Kraljevina je u to vrijeme bila u dubokoj političkoj krizi koja je početkom veljače 1939. rezultirala padom vlade. Mandat za sastavljanje nove vlade povjeren je dotadašnjem ministru Cvetkoviću koji je u nastupnom govoru prvi put službeno priznao postojanje hrvatskog pitanja. Pregovori Mačeka i Cvetkovića počeli su koji mjesec poslije.

Unatoč uzavreloj situaciji i slutnji o mogućem ratnom sukobu Radio Zagreb je i dalje emitirao program koji se sastojao od glazbe, savjeta za kuhanje, kratkih vijesti, jezičnih tečajeva i sličnih neutralnih sadržaja. Stanje s radijskim postajama i njihov status uoči nastanka Banovine Macanović[99]

[99] Macanović, Hrvoje: Borba za koncesiju, *Radio Zagreb*, Zagreb, god. 7., br. 4, 1951.

opisuje kao »duge i mešetarske razgovore« Cvetkovića i Mačeka o mogućem podržavljenju jedina tri programa u Kraljevini.

Naime, država je mogla prema odredbama iz koncesionarskih ugovora u slučaju rata preuzeti Radio Zagreb i Radio Beograd, a Radio Ljubljana već je ionako bio u državnom vlasništvu. »... ministar PTT ima pravo da podržavi radiostanice isplativši odštetu sadašnjim koncesionarima za neiskorištene godine koncesije (još 5 godina) ili da u ime države ugovori pojačanje radiostanica produživši taj odnos sa privatnim (i stranim) kapitalom za još 15 godina (...). Osim kapitalista u dioničarskim društvima pojavljuju se interesenti za nove koncesije pojačanih radiostanica u stranačkim grupacijama. U Ljubljani već su radiostanicu dobili pod svoju upravu klerikalci, a za zagrebačku se bore dvije glavne skupine: mačekovci oko 'Hrvatskog dnevnika' i frankovci, odnosno ustaše pod vodstvom Mile Budaka sabrani u Matici Hrvatskoj...«, piše Macanović.

Pregovori o rješenju hrvatskog pitanja u Kraljevini Jugoslaviji završeni su sporazumom Cvetković-Maček 26. kolovoza 1939., kojim je uspostavljena Banovina Hrvatska na čelu s banom Ivanom Šubašićem. Desetak dana prije potpisivanja tog sporazuma, 17. kolovoza 1939. godine, donesena je sudbinska odluka za daljnji razvoj radiofonije na ovim prostorima.

Uredbom[100] o oduzimanju koncesija društvima Radio a.d. iz Beograda i Radio d.d. iz Zagreba te uredbom[101] sa zakonskom snagom o eksproprijaciji za potrebe radiofonije obje je radijske postaje preuzela država. Zbog zanimljivosti i kratkoće sadržaja slijedi tekst uredbe o oduzimanju koncesije.

Na osnovu čl. 84. st. 1 Finansijskog zakona za 1939/40 godinu propisujem:

UREDBU

o oduzimanju koncesija društvima Radio a.d. Beograd i Radio d.d. Zagreb

Član 1

Oduzimaju se: koncesija društva Radio A.D. iz Beograda o izgradnji i radu jedne emisione radiofonske stanice u Beogradu data ugovorom zaključenim između Ministarstva pošta i telegrafa i pomenutog društva 4. februara 1928 godine, a na osnovu odobrenja Ministarskog saveta br. 18850 od 29. decembra 1927 godine i koncesija društvu Radio D.D. iz Zagreba o pojačanju i radu već postojeće emisione radiofonske stanice u Zagrebu data ugovorom zaključenim između Ministarstva pošta i telegrafa i pomenutog društva 4. februara 1928 godine, a na osnovu odobrenja Ministarskog saveta br. 18850 od 29. decembra 1927 godine.

Član 2

Ministar pošta telegrafa i telefona svojom odlukom odrediće dan kada će društva iz čl.1 prestati s radom.

Član 3

Ova Uredba stupa na snagu danom obnarodovanja u »Službenim novinama«.

Minister pošta,
telegrafa i telefona
Jovan Altiparmaković, s.r.

[100] Uredba o oduzimanju koncesija društvima Radio a.d. Beograd i Radio d.d. Zagreb, *Službene novine Kraljevine Jugoslavije*, Beograd, br. 186, 17. kolovoza 1939.

[101] Uredba sa zakonskom snagom o eksproprijaciji za potrebe radiofonije, *Službene novine Kraljevine Jugoslavije*, Beograd, br. 186, 17. kolovoza 1939.

Druga uredba sadrži način i postupak eksproprijacije.[102] Treba napomenuti da su obje uredbe objavljene u istom broju *Službenih novina* Kraljevine Jugoslavije na vrlo sitnom ćiriličnom pismu.

Rješenje o privremenom načinu upravljanja Radio Zagrebom odredilo ga je kao državno poduzeće koje će početi s radom 1. svibnja 1940. godine. Svim poslovima je trebao upravljati samostalni upravni odbor, od pe do sedam članova, koje je trebao imenovati ministar PTT u suglasnost s Ministarskim savjetom. Mandat im je trebao trajati do donošenja prve uredbe o organizaciji radiodifuzne službe.

Naime, unatoč postojanju triju radijskih postaja, Kraljevina Jugoslavija nije imala zakon koji bi regulirao njihovo ustrojstvo, rad, programske sadržaje ili ciljeve. Jedina pravna regulacija proizlazila je iz koncesionarskih ugovora.

Inače, koncesija je trebala trajati do 4. veljače 1943. godine. Vončina (1986:158) piše kako je dotadašnjim dioničarima pripala »visoka odšteta« za izmaklu dobit u neiskorištenim godinama do isteka koncesije, ali ne spominje stvarnu visinu odštete.[103] Rješenjem o privremenom načinu upravljanja Radio Zagreb je oslobođen plaćanja svih dospjelih obveza iz prethodnoga koncesionarskog ugovora.

[102] Izvorni tekst uredbe o eksproprijaciji nalazi se u Dodatku 5 na kraju knjige.

[103] Podatak o visini odštete nisam uspjela pronaći ni u jednom dostupnom izvoru.

Radiofonska unija sastala se ponovno krajem veljače 1940. u Montreuxu, ali ni klimavi dogovor o novim frekvencijama nije mogao udovoljiti svim zahtjevima i uvesti red u nadmetanje u snagama odašiljača i namjernom izazivanju smetnji. Rat je počeo i među radijskim postajama. Hitlerova je vojska u proljeće 1940. okupirala Dansku, Norvešku, Belgiju, Nizozemsku, Luksemburg i Francusku.

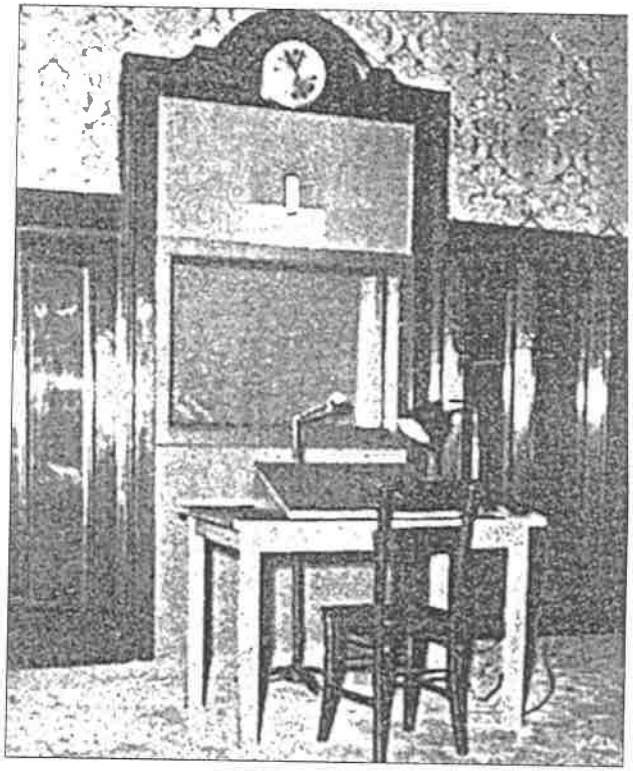
Nova je uprava preuzela Radio Zagreb 1. svibnja 1940. godine. Shauff je smijenjen, a članove upravnog odbora[104] imenovao je tadašnji ministar PTT-a dr. Josip Torbar, inače bliski prijatelj dr. Mačeka. Ravnateljem je imenovan književnik Vladimir Kovačić (1907. – 1959.). Uprava se idućih nekoliko mjeseci širila i popunjavala novim članovima. Ponovno je pokrenut službeni list radija pod nazivom *Ilustrirani hrvatski list: Radio Zagreb*, čiji je prvi broj izišao sredinom lipnja 1940. godine. Urednik je bio Branimir Gršković.

List je od prvog broja najavljivao ambiciozne političke, tehničke i programske planove nove uprave. Inženjer Košutić, potpredsjednik HSS-a, u svojoj je izjavi, citiranoj u uvodniku, otklonio bilo kakvu centralizaciju radiofonije sa središtem u Beogradu, zalažući se za slobodno djelovanje i emitiranje Radio Zagreba.

Programske je promjene najavio i novi ravnatelj Kovačić. »Krivo misle oni, koji drže da je radio-stanica isključivo umjetnička institucija, kao i oni, koji smatraju, da je radio-stanica samo vijest, bilo o dnevnim političkim, građanskim ili športskim događajima. (...) Radio-stanica je novinska redakcija, a nipošto ne kazalište. I kao što u svakoj dobroj novinskoj redakciji moraju biti sve novinske rubrike (...) isto tako moraju biti takve radio-rubrike dobre i dobro uređivane i na jednoj radio-stanici...«, zaključuje Kovačić u prvom broju *Radio Zagreba*[105] iz 1940. godine.

Ambiciozne najave nove i apolitičnije uloge Radio Zagreba lako su se mogle slomiti na onomu što je Radio Zagreb u to vrijeme uistinu i bio: mala i zapuštena radijska postaja, s malom snagom odašiljača i s potrošenom vjerodostojnošću kod svojih slušatelja. Svaka je preinaka zahtijevala investiciju u jači odašiljač i opremu za emitiranje. Uz pomoć Odjela

[104] Predsjednik uprave postao je direktor pošta Hinko Krenčić, a članovi su bili ravnatelj Seljačke sloge Josip Hartl i ing. Ljubomir Peterčić, profesor Tehničkog fakulteta u Zagrebu.
[105] Kovačić, Vladimir: U početku našeg rada, *Radio Zagreb*.



Slika 42.
Novi studio Radio Zagreba u Vlaškoj ulici

za prosvjetu Banovine Hrvatske nabavljena je nova tehnika i odašiljač od 4,5 kW. Dana 1. studenoga 1940. Radio Zagreb je nakon gotovo petnaest godina »stanovanja« na zagrebačkom Gornjem gradu preseljen u Vlašku ulicu 116 (Slika 42.).

Prema izvješću iz kolovoza[106] 1940. svaki je petnaesti Zagrepčanin imao radijski prijamnik, pa je Zagrebačka direkcija brojila 35.491 pretplatnika. Zagreb je imao 250.000 stanovnika, među kojima je bilo gotovo 16.000 pretplatnika (šest posto). Najbrojniju grupu činili su tzv. privatnici, osobe koje su se bavile samostalnom djelatnošću i plaćale pretplatu za gotovo četiri tisuće radijskih aparata. Grupe djelatnosti poput inženjera, časnika i liječnika (osobe zaposlene u državnim službama) imale su u prosjeku tristotinjak prijavljenih uređaja. Iz tih podataka možemo iščitati imovinske

[106] (...): Svaki petnaesti Zagrepčanin imade radio-aparat, *Radio Zagreb*, Zagreb, br 9, 11. kolovoza 1940.

statuse, pri čemu su obrtnici evidentno bolje zarađivali. Popularnost radija može se iščitati i iz podatka da su čak 184 gostionice imale prijavljene uređaje. Valja pretpostaviti kako su se nalazili u ugostiteljskim prostorima u kojima se uz konzumaciju jela i pića uobičajilo slušati program. Radio je postao sastavni dio tadašnjeg života.

Nažalost, unatoč najavama programskih pomaka nije bilo. U govornom su programu i dalje prevladavale emisije iz kulture i brojna predavanja, zadržan je i »Nacionalni sat«, a glazbeni je program imao nešto više domaćih skladbi. Međutim, počela je gradnja novoga odašiljačkog objekta u Deanovcu pokraj Kloštar Ivanića, a nabavljeno je i prvo reportersko vozilo.

Europski je eter u potpunosti bio zahvaćen ratom i postaje u okupiranim zemljama uključile su se u »radio-kolo Göbbelsove propagande« (Vončina, 1986:156). Radio Zagreb se često puta ispričavao čitateljima/slušateljima zbog netočnosti programa inozemnih radijskih postaja objavljenih u tisku. Pogreške su objašnjavali činjenicom da programske rasporede europskih stanica primaju četrnaest dana unaprijed »jer se u Evropi ratuje« (Vončina, 1986:156).

Međutim, program je i dalje bio »gluh« za politiku. Uprava stanice, sastavljena od članova HSS-a, odbijala se svrstati uz neku od zaraćenih strana, nastojeći Mačekovom politikom čekanja očuvati naivnu neutralnost. Svečanost potpisivanja pristupanja Jugoslavije Trojnom paktu u ožujku 1941. prenosile su sve tri radijske postaje u Kraljevini. Uslijedio je državni udar i Hitlerova naredba za napad na Beograd.

Travanj 1941. godine bio je mjesec velikih promjena. Njemačko ratno zrakoplovstvo (*Luftwaffe*) napalo je Beograd (6. travnja) i »ušutkalo« njegovu radijsku postaju, a potom je »ušutio« i Radio Ljubljana. Dva dana poslije ban Šubašić naredio je strogu zabranu slušanja »radiostanica iz neprijateljskih zemalja«, popraćenu vrlo oštrim kaznama. Dana 10. travnja 1941. uz podršku nacističke Njemačke i fašističke Italije u Zagrebu je preko Radio Zagreba proglašena uspostava Nezavisne Države Hrvatske. Dolaskom ustaša na vlast počela je nova faza razvoja hrvatske radiofonije, specifična po snažnoj politiziranosti sadržaja i izrazito propagandnom djelovanju.

3. DRUŠTVENA ULOGA RADIJA

Prve radiofonske godine u svijetu obilježili su eksperimenti, a time i iz stanak konkretnijih strategija. Radijski medij nije promišljan onako kak je to zaslužio. Naprotiv, usuđujem se napisati kako je medij jednostavr »provalio u eter« i tamo ostao. Zahvaljujući prostoru, širio se u svim smj rovima i s drukčijim razvojnim vizijama.

Razvoj rane američke radiofonije poklapao se s razdobljem koje je p znato pod nazivom »lude dvadesete« (*roaring twenties*). Riječ je postr tovskom uzletu američkoga gospodarstva, razdoblju neodgovornog *b businessa* poznatog po prekomjernim investicijama i nerealnim kredit ma. Američka specifičnost tog vremena bila je i prohibicija.[107] Naime, Pr je svjetski rat samo dodatno potaknuo stare rasprave, ali i fobije »pravi Amerikanaca« od svih »neameričkih« stanovnika. Alkohol je bio pov zan upravo sa »strancima« te označen kao izvor nemorala, kriminalno ali i »nedomoljubnog« ponašanja.

Međutim, u više od deset godina postojanja prohibicija je napunila prc store ilegalnih točionica u kojima se uz alkohol uživalo u *jazzu*, novoj glaz bi koja je stizala iz New Orleansa. *Chicago style, West Coast style, New Yor style* i dr., samo su neke od vrsta *jazza* koji je postajao sve popularniji, ust je počela snažna afirmacija *bluesa*, a potom i *swinga*. Mnogi su izvođač postali i ostali legende poput Louisa Armstronga, Dukea Ellingtona, Be ssie Smith i Billie Holliday. Bilo je to vrijeme početaka velikih orkestar (*the big band*), koji postaju silno popularni tridesetih godina. Među naj poznatijima bili su orkestri Bennyja Goodmana i Glena Millera.

Nov i moderan stil života urbanih središta nalagao je oslobađanje od tra dicionalnih pravila i okretanje slobodnijoj i zabavnijoj stvarnosti. Plesn su dvorane bile pune plesača koji su isprobavali nove korake, pokrenut su prva natjecanja u ljepoti, a automobili su postali apsolutni statusni sim bol nove Amerike. Masovna je proizvodnja žustro praćena sve prisutnijin reklamama koje su upozoravale na nove modne stilove, odjeću, obuću

[107] Puritanski su dijelovi stanovništva zagovarali uvođenje prohibicije kao načina spašavanja američ kog stila života i građanske pristojnosti. U tomu su ih svesrdno podržavali i neki političari i industri jalci koji su pretpostavljali da će takva zabrana podignuti radnu učinkovitost. Godine 1919. usvojen je zakon (*Volstead Act*) kojim je u Americi zabranjena konzumacija i proizvodnja alkohola, što je vodil u procvat ilegalnih točionica i organiziranoga kriminala. Prohibicija je ukinuta 1933. godine.

kozmetiku. Na kraju krajeva sve je vodilo promociji novog stila života, ležernijem i bezbrižnijem, u kojem je zabavljanje imalo prioritet.

Ni radijski medij nije bio iznimka. Rana se američka radiofonija pridružila općem trendu zabavnih sadržaja. Sterling i Kitross (2001:81) donose podatke o programskim sadržajima pet velikih američkih postaja 1925. godine. Ključni kriterij podjele čine glazbeni i govorni sadržaji. Glazbeni su sadržaji činili 71 posto programa, od čega je 23 posto pripadalo tzv. plesnoj glazbi. Govorni su sadržaji činili ostatak programa, pri čemu je na informativne[108] sadržaje otpalo 12 posto, na vjerske sadržaje i teme o zdravlju deset posto, a na zabavne sadržaje sedam posto. Omjer upućuje na zaključak kako se radio pojavljivao u svim područjima ljudskog života, i poslovnim i obiteljskim. Međutim, išao je i korak dalje jer upadljivo visok postotak vjerskih sadržaja govori o ulasku radija i u tu, izrazito intimnu sferu.

Potpuno neregulirana sve do 1927. godine američka je radiofonija bila izvan svih pravila, kako pravnih i tehničkih tako i sadržajnih. Budući da u Americi nije postojala radijska postaja koja bi uopće mogla »pokriti« taj golemi teritorij s jednim programom, uslijedilo je povezivanje u radijske mreže,[109] čime je ostvareno nekoliko ciljeva. Velike su mreže mogle producirati skupe sadržaje (zabavne programe s puno izvođača, nastupe popularnih orkestara, sportske prijenose, zahtjevne radijske drame, komedije i kvizove...) jer su zbog umreženja i čujnosti »od obale do obale« imale izuzetno snažne sponzore. S druge strane umrežene su postaje dobivale izuzetno atraktivan program koji im je donosio lokalnu ili regionalnu slušanost, a time i brojne manje oglašivače s područja na kojem su emitirale.

Međutim, radio nije bio usputan medij namijenjen zvučnoj kulisi. Naprotiv, gotovo da je postao član kućanstva, a mnogima i (jedini) član obitelji. Toliko se udomaćio da su se i dnevni ritmovi počeli prilagođavati

[108] Među informativnim je sadržajima najviše bilo obrazovnih (5%) i poslovnih (3,6%). Politika je bila zastupljena sa 1,8%, vijesti sa 0,7%, vrijeme 0,3% i sport 0,2%.

[109] Prva mreža National Broadcasting Company (NBC) utemeljena je u studenom 1926. godine. Na početku je obuhvaćala svega devetnaest radijskih postaja, a sjedište joj je predstavljala postaja WEAF u New Yorku, vlasništvo AT&T-a. Oslanjajući se na gotovo šest stotina kilometara telefonskih žica, uspostavila je nacionalnu razinu slušanosti. Prvi sadržaj koji je emitiran »od obale do obale« bio je prijenos utakmice američkog nogometa u natjecanju »Rose Bowl«, u siječnju 1927. godine. Slijedila je Columbia Broadcasting System (CBS) koja je počela s radom u rujnu 1927., iz prostora postaje WOR u Newarku.

radijskim rasporedima. Silna popularnost određenih produkcija, a posebno radiodrama ili umjetničko-zabavnih emisija, određivala je vrijeme boravka kod kuće, pa i vrijeme »šutnje u obitelji«. Mnogi se vjerojatno još sjećaju vremena kad su ih njihove majke ili očevi (iako vjerojatnije da su to bili djedovi ili bake) ušutkivali pri igranju kako bi mogli u miru poslušati neku emisiju. Danas je angažirano i duže slušanje radija gotovo izumrlo zbog neusporedivo bržeg života i kroničnog manjka vremena, ali i ponuda brojnih drugih sadržaja koji su tada bili nezamislivi.

Skupe i mnogoljudne radijske produkcije slijedile su kriterije koje je nešto prije postavila filmska industrija zabave. Treba podsjetiti da je prvi studio u Hollywoodu izgrađen 1911. u eri kratkih i nijemih filmova. Slijedilo je vrijeme velikih zvijezda poput Charlija Chaplina, Mary Pickford, Douglasa Fairbanksa i Rudolpha Valentina. Prvi zvučni film »Pjevač jazza» napravljen je 1927. i najavio veliku prekretnicu u filmskoj industriji. Unatoč gospodarskoj krizi nastali su prvi veliki studiji[110] u kojima su sustavno snimani filmovi. Nastalo je vrijeme prvih razmaženih zvijezda, ali i ozbiljnih skandala. Ipak, broj kinematografa neprestano je rastao.

Tridesetih su se godina 20. stoljeća u Americi pojavili i prvi automobili opremljeni radijskim uređajima. Bili su to glomazni uređaji teški oko 30 kilograma koji su zauzimali jedno mjesto za sjedenje! Unatoč tomu predstavljali su apsolutnu atrakciju kojom su se jedino okoristili taksisti jer su zbog ugodne vožnje imali pravo na više cijene usluga. Stvarni izumitelj autoradija bio je samouki William Powell Lear[111], koji je patent prodao tvrtki Galvin Corporation. Kupivši patent, braća Paul i Joseph Galvin počela su 1930. nuditi prve autoradije pod nazivom Motorola.[112] Bila je riječ o luksuznoj opremi za automobile, a samim tim i skupljoj, pa je ugrađivana samo po narudžbi kupaca. Iako prilično skup, autoradio je za desetak godina postao komercijalni proizvod, u masovnoj proizvodnji.

Za razliku od Amerike, europske su se zemlje iscrpile Prvim svjetskim ratom. Umjesto »ludih dvadesetih« u poraću su ušle u razdoblje gospodarske

[110] RKO Radio Pictures Inc., Warner Bros., Fox, Paramount i MGM; poznatih »pet velikih« (*Big Five*) sljedećih su dvadesetak godina kreirali razdoblje poznato kao »zlatno doba Hollywooda«.

[111] Lear se potom posvetio zrakoplovstvu i uređajima za zrakoplovnu komunikaciju, a povijest ga pamti po njegovim zrakoplovima LearJet.

[112] Naziv Motorola dolazi od riječi »motor« (*motorcar*) i »ola« kao personifikacije zvuka. Obje riječi zajedno čine sintagmu »zvuk u pokretu«.

recesije i nezaposlenosti. Trgovina je tijekom rata zamrla, poljoprivreda je bila uništena i zavladala je inflacija koja je kulminirala u Njemačkoj koja je morala plaćati goleme ratne odštete. Bila je to povoljna klima za uspon fašizma.

Sredinom dvadesetih godina, zbog velikih američkih kredita, gospodarstvo se naizgled stabiliziralo, a standard života poboljšao. Iako znatno manje nego u Americi, i u europskim su se zemljama počele javljati naznake novoga životnog stila. Američki *jazz*-sastavi sve su češće gostovali u velikim europskim gradovima.

Europska se radiofonija tog vremena razvijala prema vlastitim kriterijima, znatno drukčijim od američkih. Umjesto nagovaranja na potrošnju i projekcije novog, ležernog i neopterećenog životnog stila u Europi je predložak za razvoj radija predstavljao BBC. Zahvaljujući dominantnoj ličnosti i autoritetu prvog direktora Johna Reitha, BBC je od početka nastojao afirmirati ideju javnog servisa utemeljenu na kriterijima informiranja, obrazovanja i zabave. Reklamnih sadržaja nije bilo, a sredstva za emitiranje pribavljana su iz pretplate.

Iako na početku u privatnim rukama, radijsko je emitiranje slijedilo niz već podržavljenih komunikacijskih sustava, telegrafije i telefonije. Podržavljenjem 1926. godine i BBC se priključio tom nizu, čime je postao temeljni model za razvoj mladih europskih radiofonija. Idućih su godina u većini europskih država nastali državni radijski monopoli, deklarirajući se kao društveno odgovorni servisi radi očuvanja i promocije javnih interesa.

Kako je uopće stasalo takvo promišljanje radijskog medija, osobito kad se ima na umu starija američka radiofonija i njezin potpuno suprotan primjer razvoja? Uz već spomenute razloge koji se izravno vezuju za iskustvo Prvoga svjetskog rata, a potom i gospodarske recesije, treba posebno ukazati na još jedan, ne manje važan, ali često zaboravljen aspekt radijskog medija. Riječ je o tehnološkoj podlozi nužnoj za uspostavu emitiranja.

Korištenje frekvencija postalo je predmet međunarodnih dogovora još 1906. godine, na Prvoj radijskoj konferenciji[113] u Berlinu. Sljedećih su godina održani brojni slični susreti, čiji je cilj bio uspostaviti red u korištenju

[113] Međunarodni radiotelegrafski savez (International Radiotelegraph Union) preimenovan je 1. siječnja 1934. u Međunarodni telekomunikacijski savez (International Telecommunication Union) ili kraće ITU koji postoji i danas.

frekvencijskog spektra, kako na razinama pojedinih država članica tako i na razini globalne komunikacije. Sastanak 1927. donio je nove dogovore o podjeli frekvencija na različite resurse (mornarica, zrakoplovstvo, radio, radioamateri, eksperimentalni kanali i sl.). Europske su države od početka uspostave bežične komunikacije osvijestile spoznaju o ograničenosti tog izuzetno važnog resursa. Pojavom i afirmacijom, a osobito brzim razvojem radija, naravno da se postavilo pitanje zašto bi taj medij bio »oslobođen« državnog nadzora, pri čemu ključnu pretpostavku njegove uspostave ima upravo resurs koji je u državnom vlasništvu.

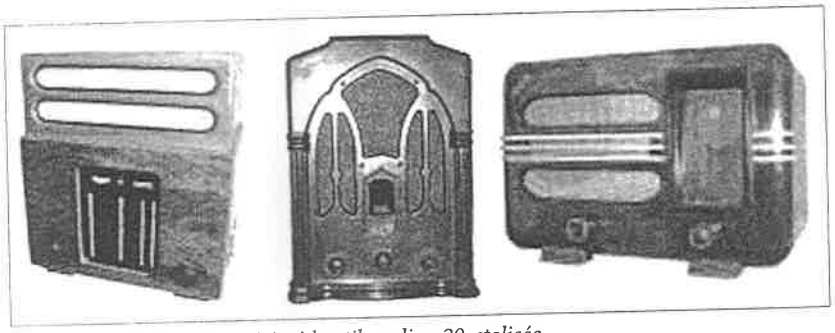
Iz toga se logično postavilo pitanje kakve bi kriterije trebao zadovoljiti onaj koji bi na temelju državne dozvole smio koristiti jednu ili više frekvencija? Smije li i koliko biti neovisan o državnoj vlasti? Tko bi trebao snositi odgovornost za, primjerice, neodgovorno ponašanje pri emitiranju? Odgovori na postavljena pitanja vodila su u novu sferu koja je naposljetku rezultirala pojavom prvih nacionalnih medijskih politika. Prvi općeprihvaćeni model medijskih politika u Europi promišljao je radio kao javni medijski servis koji ima za cilj služiti javnom interesu. Pritom su ga države, vlasnice frekvencija na svojem području, odlučile vezati uza se. Takav se postupak također činio društveno odgovornim ponašanjem jer je medij bio u razvojnoj fazi. Međutim, ne manje važnim razlogom bila je procjena njegova mogućeg utjecaja na društvo u cjelini. Svega desetak godina poslije, na primjeru nacističke Njemačke, oprez u postupanju s radijskim medijem pokazao se i te kako opravdanim.

Početkom tridesetih godina radijski je prijamnik stekao povlašteno mjesto u kućanstvima. Najčešće su uoči odlaska na počinak obitelji zajedno slušale radijski program, podjednako kao što je to bio slučaj s gledanjem televizije u drugoj polovini 20. stoljeća. Nosio je osjećaj uključenosti u zbivanja, pripadnosti određenoj zajednici, svojevrsnom »plemenu« slušatelja radija.

Usporedbom rezultata analize programskih sadržaja BBC-a i devet američkih radijskih postaja u razdoblju od 1925. do 1934. godine (Albig, 2007:348)[114] nalazimo dosta formalnih sličnosti. Dominantan je sadržaj

[114] Table XI. – Percentages of Time Devoted to Various Types of Programs-Averages of Nine American Broadcast Stations, 1925. – 1934.

Table XII. – Percentages of Time Devoted to Various Types of Program-London National of BBC, 1925. – 1934.



Slika 43. Radijski prijamnici tridesetih godina 20. stoljeća

555 (1935.) *Westinghouse WR 19 (1933.)* *Zerdik ZW 418 (1938.)*

predstavljala glazba. BBC se rukovodio, u prosjeku, omjerom 60 posto glazbe u odnosu na 40 posto govora, dok su američke postaje imale nešto više glazbe, pa je omjer bio 70 prema 30 posto. Najzastupljenija vrsta glazbe bila je plesna i orkestralna, dok su solisti i vokali bili znatno manje zastupljeni. Zanimljivost predstavlja i podatak o udjelu snimljene glazbe koji je bio svega pet posto (u prosjeku). Među govornim sadržajima najzastupljeniji su bili obrazovni (od 7 do 13 posto) te vijesti (oko 3 do 5 posto) i izvještaji s tržišta koji su tridesetih godina povremeno premašivali postotak vijesti. Među govornim sadržajima nalazili su se sport, vrijeme, teme za djecu, vjerski i politički sadržaji itd.

Radio je dijelio slušatelje na dvije razine. Jednu je razinu činila glazba kao relaksirajući i manje zahtjevan sadržaj koji je dopuštao bavljenje vlastitim mislima. Drugu su razinu činili govorni sadržaji koji su zahtijevali koncentriranije slušanje, ali su imali snažnu sugestibilnost koja je slušatelje mogla »začarati« i odvesti ih na egzotična putovanja do dalekih odredišta, u romantičnim ili zastrašujućim okolnostima.

Bilo je to vrijeme glomaznih i teških prijamnika tzv. lampaša (Slika 43.), jer su elektroničke cijevi (lampe) bile osnovna tehnologija. Brojni su se proizvođači nadmetali u dizajnu, najčešće kroz atraktivno oblikovana drvena kućišta.

Znanstvenih istraživanja radijskog medija tih ranih godina još nije bilo. Procjena čujnosti se uz tehnička znanja o snazi odašiljača temeljila na pismima koja su slušatelji slali radijskoj postaji. U prodavaonicama radijske

opreme mogao se nabaviti obrazac za komentar, dopisnica na kojoj je sva ki slušatelj mogao definirati koji program sluša, što misli o njemu i na ko joj ga opremi sluša. Pisma i prodaja ploča i prijamnika bili su jedini izvo ri kakvih-takvih informacija o slušateljima. Vrijedno je zabilježiti i te pi onirske pokušaje istraživanja publike koji su preteča svih današnjih mo dernih tehnika kojima se služe brojne profesionalne kuće i agencije. Cil im je, bez obzira na desetke godina razlike u uspostavi, i dalje isti: priba viti informacije koje bi trebale unaprijediti spoznaje o mediju i njegovu utjecaju na slušatelje.

Osim brojnih novinarskih tekstova, početkom tridesetih godina u Americi nalazimo prve stručne tekstove, čiji su autori bili ugledni radijski stručnjaci, u pravilu direktori na pojedinim radijskim postajama ili visokopozicionirani u strukovnim udrugama. Znanost se držala po strani, ali se sredinom tridesetih godina i to počelo mijenjati. Naime, radio je postao društveno važan medij s implikacijama na obitelj, ali i na širu društvenu zajednicu, pa je jednostavno morao postati predmet znanstvenih istraživanja. Tako je i bilo.

Ugledna zaklada Rockeffeler 1937. godine novčano je poduprla prvi znanstveni projekt, čiji je cilj bio istražiti medijski utjecaj, pri čemu je posebna pozornost posvećena radiju. Direktor i nositelj tog projekta postao je Paul Felix Lazarsfeld (1901. – 1976.), mladi doktor matematike iz Beča, koji je 1933. stigao u Ameriku. Suradnici su mu bili također mladi znanstvenici, njemački sociolog, psiholog i muzikolog Theodor Adorno (1903. – 1969.) te Amerikanci, redom doktori psihologije, Hadley Cantril, Gordon Allport (1897. – 1967.) i Frank Stanton (1908. – 2006.) koji je u to vrijeme već počeo raditi na uspostavi prvog odjela za istraživanje utjecaja radija na CBS-u.

Inicijativa CBS-a da uspostavi istraživački odjel govori u prilog novog pozicioniranja i drukčijeg promišljanja radijskog medija. Za taj mu je novi status trebalo više od petnaest godina poprilično burnog razvoja. Ipak, nakon svih početnih nespretnosti, pa i kaosa, medij je ne samo preživio već se uspio premetnuti u ozbiljnu i utjecajnu medijsku industriju koju ni poslovni ljudi ni znanstvenici više nisu mogli ignorirati, a kamoli zaobići. Radio je prepoznat kao medij sposoban da kreira društvene trendove, pri čemu je njegov novi politički potencijal uskoro postao važan kao i dotadašnji zabavno-potrošačko-oglašivački.

Spomenuta grupa istraživača koji su u razdoblju od 1940. do 1950. analizirali utjecaj radijskog medija na američko društvo, a naročito radijsku publiku, uvela je nove istraživačke metode te počela objavljivati prve znanstvene radove. »Radio project» prerastao je u Ured za radijska istraživanja (*Office of Radio Research*) koji je od 1940. preuzelo sveučilište Columbia (Columbia University) na kojem je Lazarsfeld utemeljio Odsjek za društvena istraživanja (*Bureau od Applied Social Research*). Bio je to temelj za razvoj daljnjih sličnih medijskih odjela na brojnim sveučilištima. Rezultati njihova rada danas su klasici[115] medijskih istraživanja i medijskih istraživačkih disciplina.

Naime, iz tih se godina sačuvalo vrlo malo originalnih tonskih zapisa. Radijske su emisije emitirane bez arhiviranja i otišle bi, u punom smislu riječi, u eter. Tada se zapravo nije vidio smisao u spremanju emitiranih sadržaja. Izuzetak se činio samo uz poseban zahtjev oglašivača koji je htio u miru, preslušati i analizirati, »svoju« emisiju. Danas je snimanje radijskih sadržaja uobičajena, a i zakonska[116] obveza u većini razvijenih zemalja.

Osim toga tada nije bilo ni nosača zvuka dužeg trajanja. Početkom tridesetih godina osmišljena je aluminijska ploča od gotovo 41 centimetra, na koju se, na sporijem broju okretaja, moglo snimiti do 15 minuta sadržaja. Aluminijske ploče bile su loše kvalitete i mogle su koristiti za dva do tri preslušavanja. Nakon toga je zvuk postajao nerazumljiv. Unapređenje je stiglo nekoliko godina poslije u obliku tzv. lakiranih ploča. NBC je prva mreža koja je 1935. počela snimati svoje emisije koje su prema potrebi mogle biti repризirane u programu. CBS je slijedio NBC-ov primjer, ali svoj odjel za snimanje programa osnovao je tek 1938. godine. Mnogi su snimljeni materijali uništeni za potrebe logistike Drugoga svjetskog rata. Razlog je bio aluminij, materijal od kojeg su ploče bile napravljene. Ratne su potrebe rekvirirale sve »nepotrebne« zalihe.

No vratimo se na početak. Koji su to sadržaji dali radiju popularnost i doveli ga do pozicije društveno i politički relevantnog faktora? Ponajprije je to bila glazba koja je na početku najviše privukla slušatelje.

[115] Primjerice, knjiga *The People's Choice* iz 1944. o političkom ponašanju američkih glasača.

[116] Riječ je o postupku kojim se na neko vrijeme (30, 60 ili 90 dana) arhivira program kako bi, ako bi bilo potrebno, mogao biti ponovno preslušan i/ili skriptiran. Razlog takvog postupka mogu biti tužbe zbog nečeg što je izrečeno u eteru, utvrđivanje stvarnog trajanja nekih sadržaja (ograničenja minutaže za oglašavanje) ili utvrđivanje nečeg što se u trenutku emitiranja nije moglo provjeriti. Nakon proteka zakonom određenog vremena čuvanja stare se snimke mogu presnimiti. Dobra je radijska praksa arhivirati posebno vrijedne programske sadržaje (govore, dokumentarne zapise, reportaže, drame itd.).

3.1. Glazbeni sadržaji

Glazbeni su sadržaji imali veliku satnicu na svim radijskim postajama je se ubrzo pokazala »čarobna« veza ljudskog raspoloženja i glazbenih ri tmova. Osim toga ponuda glazbe bila je toliko velika da je pružala mno ge mogućnosti izbora, a time i kreiranja posebnih programskih atmosfe ra. Pritom je bila i nezahtjevan sadržaj uz koji se moglo nastaviti sa svim dnevnim obvezama, kako poslovnim tako i kućnim. Nenametljivost je bil među glavnim razlozima za stvaranje navike slušanja radija koji se tako gotovo neprimjetno, uvukao u živote slušatelja.

Glazbeni su sadržaji najčešće bili emitirani izravno iz studija, a ne s gramofonskih ploča (ili cilindara). Naime, snimljena glazba nije u eteru imala potrebnu kvalitetu zvuka. Tehnika »mikrofona na zvučnik«, kako se radilo sve do sredine dvadesetih[117] godina, dodatno je pogoršavala kvalitetu snimki. Zvuk je znao biti toliko loš da je 1922. američko Ministarstvo trgovine (koje je bilo nadležno za rad radijskih postaja) pokušalo zabraniti ili barem ograničiti korištenje snimljene glazbe. Ministarstvo je to obrazložilo zahtjevom da direktori, urednici i producenti na velikim postajama moraju emitirati tako da i oni sami pritom uživaju. Postaje su odbile tu naredbu tvrdeći da je »pitanje ponosa« emitirati glazbu s ploča. Međutim, svjesne nekvalitete zvuka, kako bi privukle slušatelje, ipak su morale popustiti pa je većina glazbenih emisija rađena uživo u studiju, što je podrazumijevalo izvježbanost i glazbenika i pjevača.

Velike su radijske postaje vrlo brzo osnovale »kućne« orkestre. U potrazi za atraktivnim sadržajima uslijedili su i izravni prijenosi iz plesnih, najčešće hotelskih, dvorana. Glazba »lončanica«, što je bio uobičajeni radijski termin[118] za takve prijenose, odgovarala je izvođačima, slušateljima i radijskim upravama. Zvuk je bio bolji, a moglo se pratiti i popularne glazbene trendove. Valja pretpostaviti kako su radijski prijenosi popularnih pjevača tako bili jeftiniji od njihova eventualnog nastupa u studiju.

Glazbena je industrija bila zatečena pojavom radija. Upravo se tih godina počela snažno razvijati zbog dodatnih unapređenja opreme za slušanje

[117] Sredinom dvadesetih godina došlo je do znatnog unapređenja radijske tehnologije jer je tzv. tehnologija pick-up (električno snimanje) donijela neusporedivo bolji zvuk pri reprodukciji.

[118] *Potted palms music* može se prevesti kao glazba »lončanica« (SAD) i kao glazba »kuhanih palmi« (VB). Izraz se odnosio na dekoracije u plesnim dvoranama.

(fonografa i gramofona), ali i nosača zvuka (cilindara i gramofonskih ploča). Poboljšanje zvuka pri reprodukciji povećalo je zanimanje za snimanje među kvalitetnim pjevačima. Naravno da je pojava medija koji se kanio služiti njihovim osnovnim proizvodom i dostavljati ga besplatno u domove bila neprihvatljiva. Smatrali su ga opasnom konkurencijom, čiji će razvoj potisnuti potrebu za kupnjom ploča. Time bi i uzlet mlade diskografije bio završen.

Sukob je počeo s raspravama o autorskim pravima. Američko udruženje kompozitora, autora i nakladnika (*American Society of Composers, Authors and Publishers*, ASCAP) osnovano je još 1914. godine. Postotak od emitiranja glazbenih sadržaja na radiju prvi su put zatražili 1922., nepune dvije godine nakon uspostave prvih radijskih postaja. Među vlasnicima radijskih postaja jedino je AT&T pristao platiti manji godišnji iznos, dok je većina drugih odbila svaku novčanu naknadu. Smatrali su je nepotrebnom tvrdeći da radio zapravo popularizira glazbu i daje (besplatnu) promociju glazbenicima. ASCAP je s druge strane tvrdio da radio uzrokuje pad prodaje ploča. Rasprava se toliko zahuktala da su u travnju 1923. vlasnici dvadesetak radijskih postaja osnovali vlastito udruženje. Udruga vlasnika radija ili National Association of Broadcasters (NAB) trebala je u tom sporu zastupati njihove interese. Međutim, ASCAP se ipak uspio izboriti za autorske naknade, ali osnivanje NAB-a označilo je početak okupljanja i organiziranja strukovnih radijskih udruženja.

Iduće su godine pokazale kako obje industrije, glazbena i radijska, mogu funkcionirati zajedno. Međutim, sad su se na meti našli izvođači. Nova je dinamika razvoja i suradnje, ali i konkurencije i zarade dovela u pitanje dotadašnju praksu prema kojoj su izvođači bili slobodni u izboru svojih nastupa, pa i kompanija za snimanje nosača zvuka. Problem je bio riješen ugovaranjem ekskluziviteta nad pojedinim pjevačima. Produkcijske su kuće za određene novčane iznose »vezivale« pojedine izvođače uza se, isključujući time njihovu eventualnu suradnju s konkurencijom, ali i s radijskim postajama. Nastupi u radijskim studijima nisu više bili predmet dogovora s pjevačima ili orkestrima, već s kompanijom koja je s njima sklopila ugovor. U glazbenom se biznisu pojavila nova vrsta djelatnika, agenta, koji je zastupao i ugovarao nastupe za »svoje« ugovorne izvođače. Honorari su rasli podjednako kao i zarade. Sve je vodilo prema zvjezdanim

statusima pojedinih izvođača, a milijunske zarade isključivale su svaku ne poslušnost ili kršenje odredbi ugovora. Potražnja i ponuda dale su potic industriji oglašavanja, promociji i prodaji novih glazbenih sadržaja.

Poseban glazbeni radijski sadržaj predstavljala je klasična glazba. Prve j prijenose opera radio KYW, Westinghouseov radio u Chicagu, 1921. gc dine, koristeći »sofisticirani 10-mikrofonski sustav« postavljen na pozor nici gradske opere. Već sljedeće godine prijenosi klasične glazbe posta su uobičajeni, a uskoro i sponzorirani.

Klasična je glazba općenito bila vrijedan sadržaj radijskih programa, oso bito u ranoj europskoj radiofoniji. Nastupi simfonijskih orkestara bili s prava poslastica za ljubitelje klasične glazbe, ali muziciranje u studiju tak velikog broja glazbenika gotovo je bilo nemoguće. Radijski se medij vrl brzo snašao i telefonskim žicama izravno ih prenosio iz koncertnih dvo rana. Podjednako tako česti su bili prijenosi opera, opereta i zborova. Ra dijske postaje su se pritom znale povezati, opet telefonski, pa je, primjeri ce, Radio Zagreb često prenosio koncerte iz Beča, Praga i Budimpešte.

Solistički su nastupi u studijima bili česti, pri čemu su opet iz praktičnih razloga mnogi studiji imali vlastite klavire jer je ostale instrumente bil lakše donijeti. Svakovrsna glazbena pratnja za vokalne izvođače riješena j »kućnim orkestrima« u kojima su najčešće svirali vrsni glazbenici koji s mogli podjednako kvalitetno izvoditi klasična djela i popularnu glazbu.

Popularnošću i širenjem radijskog medija stigli su i novi programski iza zovi. Rani su govorni sadržaji bili na razini eksperimenta koji je ovisn o radiofoničnosti zadržan u programu ili zaboravljen. Međutim, od sa mog je početka postojala osviještenost programske potrebe za nečim št je moglo dodatno unaprijediti medij. Dijelom je to bila zasluga, u to vri jeme još postojećih, telefonskih servisa vijesti koji su uz glazbu nudili i brojne govorne sadržaje.

3.2. Govorni sadržaji

Radio je odmah »progovorio«, što je bio logičan slijed na temelju dotadašnjih iskustava u bežičnoj komunikaciji. Bile su to uglavnom spikerske najave sadržaja koji su slijedili u programu, kombinirane s informacijama poput vremenskih uvjeta ili burzovnih kretanja. Međutim, od početka

je bilo prisutno oglašavanje u najjednostavnijoj formi, a to su tzv. govorne[119] reklame.

Američka je radiofonija, podsjetimo, počela objavljivati rezultate predsjedničkih izbora. Smatralo da će takvom najavom informativni program biti važan i redovan. Međutim, nije bilo tako. Tržišna je izloženost, a uskoro i brojna konkurencija, američku radiofoniju prisilila da se nadmeće za slušatelje, a time i za produkciju sadržaja za koji je procijenjeno da će ih najviše privući. Bila je to u prvome redu glazba, a s vremenom su nastajali uglavnom zabavni govorni sadržaji od kojih su mnogi prerasli u žanrove. Informiranje i radijsko novinarstvo razvijalo se sporo i neambiciozno.

Britanska je radiofonija također pokrenuta kao investicija nekoliko privatnih kompanija pa su vlasnici očekivali povrat uloženog kroz taksu na radijske prijamnike. Budući da je dobivanje dozvole za emitiranje podjednako kao i eventualno oduzimanje bilo u rukama Britanske pošte, programska je disciplina postojala. Ulaskom Reitha u BBC dobila je jasne strateške odrednice. Obrazovati, informirati i zabaviti i danas su aktualne postavke, samo što su nove okolnosti promijenile njihov slijed. Obrazovanje je u ranim godinama emitiranja imalo prioritet, dok je informiranje bilo ograničeno pravilima koja je nametnuo tisak. Međutim, radijski je medij uskoro pokazao najveću vrlinu, a to je brzina, pa se informiranju dalo prvo mjesto, osobito u ratnim uvjetima. Općenito, govorni su se sadržaji u Europi razvijali pod drukčijim okolnostima jer je podržavljenje većine prvih radijskih postaja rezultiralo kontrolnom ulogom države, a uvođenje pretplate zaštićenom tržišnom pozicijom.

Među omiljenim govornim sadržajima na radiju bile su radiodrame. Kako je došlo do prvih produkcija? Radio se jednostavno ugledao na kazalište koje se već odavno sljubilo s književnošću. Kombinacija glasova i zvukova vodila je u jedinstvenu formu radiodrame koja je preko medija stekla golem auditorij. Dramska je produkcija ubrzo postala vrlo kvalitetan radijski sadržaj. Vještina kojom su radijski izvođači koristili zvuk (i tišinu) u kreacijama određenih atmosfera prerasla je u umjetnost. Bila je to prva medijska konvergencija jer je filmska industrija još bila nijema.

Adaptacija književnih djela pokazala se nedostatnom pa se brzo prešlo namjenskom pisanju za radio. Slijedili su serijali, a potom i »sapunice«.

[119] Spikersko čitanje reklamne poruke u programu.

U međuvremenu su stasali i prvi umjetničko-zabavni programi, vodvil kvizovi i radioigre., pa se radijski sadržaj mogao definirati kao zabavr Danas su mnogi od njih samostalni žanrovi.

3.2.1. Zabavni program

Ovdje se treba na trenutak vratiti na početak. Teško je sa sigurnošću ustvi diti tko je napravio prvu radijsku dramu u američkoj radiofoniji. Prem McLeod[120], ideja je potekla od kazališnoga glumca Edwarda H. Smith Zamisao je izložio programskom direktoru WGY-ja[121] kojemu se prijed log jako svidio. Dopustio je eksperiment u eteru, ali trajanje je uvjetova s maksimalnih 40 minuta.

Smith je odabrao manje poznatu dramu američkog autora Eugenea Walte ra i smjesta se bacio na adaptaciju. Drama u tri čina »srezana« je na 40 mi nuta, uglavnom na radnju drugog čina, dok su elementi prvog i trećeg bil dodani tek zbog stvaranja priče. Dana 22. rujna 1922. na programu radij WGY emitirana je četrdesetominutna radiodrama »Vuk« (*The Wolf*).

Dramu su izveli profesionalni glumci, Smithove kolege. Ulazak gluma ca u radijski studio bio je revolucionaran iskorak za radijsku produkciju Profesionalni su glumci bili izvježbani govornici, najčešće snažnih i ugodnih glasova, uvjerljivi u nastupima i onda kad pred sobom nisu imali publiku, već mikrofone. Raspolagali su vještinama i kreativnošću koje su i u izoliranim interijerima radijskog studija znale oživjeti tekst i uvući slušatelja u priču. Ostalo je učinila mašta. Bio je to gotovo profesionalni izazov, svojevrsna provjera njihovih stvarnih glumačkih umijeća, bez oslanjanja na uobičajene elemente kazališnih predstava. Upravo su glumci i njihovi talenti bili presudni za popularizaciju prvih radiodrama.

Drama je izazvala veliko zanimanje slušatelja koji su pismima pohvale zasuli radijsku postaju. Neki je slušatelj tvrdio da je ženski vrisak u drami bio toliko uvjerljiv da mu je u kuću utrčao policajac s ulice, misleći da se ondje nešto strašno događa. »Vuk« je vodio u serijal od čak 43 drame koje su emitirane do kraja 1922. te u 1923 godini. Novi se radijski žanr

[120] McLeod, Elisabeth: Broadcasting History Resources, (zbirka članaka namijenjena povjesničarima i istraživačima elektroničkih medija), www.midcoast.com (preuzeto u rujnu 2008.).

[121] Vlasnik WGY-ja bila je kompanija General Electric, koja je počela emitirati u veljači 1922. godine, što je čini prvom radijskom postajom države New York. Programski direktor postaje bio je Kolin Hager.

brzo afirmirao i raširio po svim radijskim programima, a mnogi su ugledni pisci počeli pisati samo za radio. Godine 1925. WGY je objavio prvi natječaj za najbolji dramski tekst za radio.

Britanska je radiofonija krenula drugim smjerom. Uvodeći radiodramu u program, nisu je prilagodili mediju, već se smatralo da medij treba poštovati pravila kazališnog, ali i književnog izričaja. Budući da je radijski jezik na BBC-u morao biti izrazito književan, tako su morale zvučati i sve radijske drame. Mnogi su izvorni dijalozi i monolozi, koji nisu odgovarali tim kriterijima, jednostavno prerađeni. Stil govora u radiodramama bio je previše literaran, bez spontanosti, a svako »isklizavanje« iz detaljno napisanog scenarija moglo je završiti otkazom. Takva produkcija nije mogla kreirati posebno ozračje niti isprovocirati maštu slušatelja. Međutim, to nikog nije osobito zanimalo jer je BBC bio monopolist oslonjen na pretplatu, koji se i nije trebao truditi pridobiti slušatelje. Za razliku od američkog načina, nije se gajio natjecateljski duh niti je radiodrama na bilo koji način trebala biti proizvod za reklamiranje (Crook, 1999.).

Govoreći o radiodrami kao žanru, potrebno je naglasiti kako je ključni uvjet dobre drame bila njezina radiofoničnost. Glasovi i zvukovi, a osobito tišina, bili su u toj funkciji, pri čemu je sluh[122] bio ključan kriterij. Sve drugo što se nije moglo doživjeti nije bilo radiofonično. Uz glasove počelo se uskoro razmišljati i o brojnim zvučnim efektima. Radijski je studio prostorno ograničen, izoliran prostor u koji nije bilo moguće uvesti željeznice ili automobile. Eventualno snimanje izvora zvukova tih je godina još bilo neizvedivo. Redatelji i glumci morali su se snalaziti na razne načine, a talentirani imitatori postali su dragocjeni izvor potrebnih zvukova. U konačnici, svi su zajedno smišljali načine kako bi mogli proizvesti željeni zvuk, pa su prve produkcije drama i serijala postale mjesto zabave za radijske kreativce. Mašta radijskih djelatnika radila je podjednako dobro kao i mašta slušatelja prikovanih uz radioprijamnike.

Iako živimo okruženi velikim brojem zvukova i šumova, našu pozornost privlače samo iznenadni. U situaciji u kojoj bismo trebali proizvesti određen zvuk, ma kako nam bio poznat, suočili bismo se s problemom. I

[122] Sluh je, inače, naše jedino čulo koje ne možemo isključiti jednostavnom radnjom. Oči možemo pokriti, a nos začepiti, a ma kako snažno pritisnuli uši, svejedno ćemo nešto čuti. Čak i kad spavamo, uši nam ne miruju i probudit će nas nepoznat zvuk.

Slika 44. Izvođenje radiodrame

doista, kako proizvesti potreban zvuk u radijskom studiju? Lomljava stakla nije predstavljala problem, podjednako kao ni kucanje na vratima, prelijevanje vode ili šuškanje u grmlju (Slika 44.). Sve se to moglo izvesti i pred mikrofonom, ali bili su potrebni rekviziti. Uskoro su veće radijske postaje za potrebe produkcije radiodrama počele ciljno naručivati određene rekvizite, ali u znatno manjim izvedbama od stvarnih. Primjerice, malena vrata koja škripe, razne podloge potrebne za zvukove hodanja, stepenice koje ne vode nikamo za potrebe zvuka uspinjanja ili silaska itd. Glasovi su »oživljavali« tekst, a zvukovi kreirali okružje. Zajedno bi dali rezultat na koji su slušatelji morali emotivno reagirati. Upravo je to i donijelo radiju niz epiteta, od misaonog preko maštovitog do sanjarskog medija. Ostaje otvoreno pitanje i tek na razini spekulacije koliko smo već tog trenutka zakoračili u ono što danas nazivamo »virtualnim svijetom«.

Profesionalne su izvedbe uvijek bile temeljene na detaljnim scenarijima koji su uz govorne dijelove sadržavali i napomene o potrebnim zvučnim efektima. Uskoro se pokazala potreba da se zvučni efekti proizvode neovisno o glumcima, sa strane, iza leđa ili »u daljini«. Trebalo je pojačati ekipe.

Zatim je zatrebala glazba pa pjevanje itd. Naposljetku, radijska je produkcija postala silno zahtjevan organizacijski i umjetnički angažman. Rezultirala je osnivanjem posebnih redakcija unutar velikih radijskih kuća, čija je osnovna zadaća bila sustavna proizvodnja traženih sadržaja.

Uspješnost prvih igranih sadržaja vodila je u daljnje eksperimente. Skečevi i komedije uskoro su do suza nasmijavali slušatelje, kvizovi i slične radioigre provocirali su znanje i mamili na aktivno sudjelovanje u traženju točnih odgovora. Pritom se medij počeo obraćati i mlađoj populaciji, osobito djeci. Uslijedile su produkcije dječjih sadržaja, obrazovnih i onih za »laku noć«.

Daljnji je razvoj vodio u smjeru serijala koji su ubrzo stekli silnu popularnost. Najčešće je bila riječ o trilerskim zapletima, ali su i tzv. horori imali svoju publiku. Imali su dnevni raspored emitiranja, a svaka bi epizoda završila točno u najnapetijem trenutku. Serijali su jednostavno prisilili slušatelje da uvijek u isto vrijeme budu pri radiju. Bila je to zamjena uloga. Radio je postao toliko utjecajan da je mogao određivati ritam svakodnevnice slušatelja, nudeći im sadržaje koje nisu željeli propustiti.

Danas je to prilično nevjerojatno, ponajprije zbog navike na mogućnost snimanja željenoga medijskog sadržaja. Međutim, ovu je situaciju potrebno razumjeti s aspekta tridesetih godina 20. stoljeća kad je radio bio jedini elektronički medij na svijetu i glavni izvor kućne zabave. Samim tim njegovi su sadržaji po inerciji bili tema za razgovor. Podsjećam kako je izjava »Čuo/la sam na radiju!« dugo godina bila rečenica kojom se izrečenoj informaciji dala potrebna vjerodostojnost.

Među najpopularnijim radijskim žanrovima nastalim tridesetih godina u Americi bila je »radijska sapunica« (engl. *radio-soap*). Često je nazivana i »sapunskom operom« (engl. *soap-opera*), pri čemu riječ »opera« ironizira dramske i melodramatske momente sadržaja serijala kojih je bilo u izobilju. Naziv »sapunica« rezultat je izrugivanja tiskovnih novinara novom radijskom žanru koji su od početka sponzorirale tvrtke koje su proizvodile sredstva za čišćenje u kućanstvima (različite vrste sapuna). To nam govori da su »sapunice« uglavnom bile namijenjene ženskoj populaciji, osobito kućanicama.

Ključ uspjeha predstavljali su suvremeni tekstovi o obiteljskim i ljubavnim zapletima, koje su slušatelji mogli pratiti svakog dana, s trajanjem od

15 do 20 minuta. Sentimentalni život ljudi, a naročito žena,[123] bio je »nepristojna« tema za razgovor. Puritanizam je i dalje bio snažno prisutan bez obzira na pojavu »ludih dvadesetih« koje su s druge strane bile intenzivne samo u velikim urbanim sredinama. Upravo stoga tematiziranje skrivenih ili zabranjenih odnosa kroz romantičan pristup, makar bio i glumljen, predstavljalo je senzaciju u svakodnevici radijskih slušateljica početkom tridesetih godina u Americi.

Radnja se najčešće odvijala kroz sudbine nekoliko glavnih likova koji su dospijevali u određene životne situacije. Zapleti su, za današnje pojmove, graničili s naivnošću, ali je radnja uvijek obilovala emocijama. Privlačnost »sapunica« bila je još i veća s obzirom na to da je radnja uvijek bila smještena u suvremen vremenski okvir. Tekstovi su i dalje bili profesionalno interpretirani, odnosno odglumljeni, što bi sadržaju dalo potrebnu ozbiljnost i atmosferu dovoljnu za romantično maštanje uz radio. Epizode su, kao i kod serijala, uvijek završavale u dramatičnom trenutku, vabeći slušatelje na slušanje sljedećeg nastavka. Koliko je žanr bio pogođen najbolje govori podatak da se »sapunica« pedesetih godina jednako uspješno preselila na televiziju na kojoj se zadržala do danas.

Kraj tridesetih godina 20. stoljeća obilježila je (vjerojatno) najpoznatija radiodrama na svijetu. »Rat svjetova« (*The War of the Worlds*) adaptacija je istoimenoga znanstveno-fantastičnog romana engleskoga književnika Georga H. Wellsa.[124] Počivala je na dobro osmišljenom scenariju, bogatoj produkciji, brojnim glumcima i uvjerljivoj interpretaciji. Napravljena u maniri izravnih uključenja s mjesta događaja, među slušateljima je izazvala paniku, među novinarima osudu, a producentu Georgeu Orsonu Wellesu (1915. – 1985.) priskrbila je željenu slavu.

Welles i njegova glumačka grupa The Mercury Theatre on the Air izveli su od ljeta 1938. godine na CBS-u brojne adaptacije poznatih književnih klasika. Nisu privukli pozornost sve do zadnje radiodrame koja je bila na

[123] Dovoljno se podsjetiti na skandal koji je pratio roman *Ljubavnik lady Chatterley*, autora D. H. Lawrencea, koji je objavljen u Firenzi 1928. godine. Cjelovita je verzija u Velikoj Britaniji bila zabranjena još tridesetak godina poslije.

[124] George Herbert Wells (1866. – 1946.) bio je uspješan pisac koji nije imao nikakve veze s Orsonom Wellesom iako sličnost u izgovaranju prezimena i danas izaziva zabunu. *Rat svjetova* iz 1898. godine bio je jedan od prvih romana tog žanra zahvaljujući kojem se Wellsovo ime počelo spominjati uz ime već poznatog autora Julesa Verna.

Slika 45. George Orson Welles

programu 31. listopada iste godine, uoči Noći vještica (engl. *Helloween*), popularnoga američkog praznika. Welles je odlučio prirediti »specijalnu« emisiju. Bila je to ujedno i zadnja epizoda dogovorenog serijala. Odlučio se za neuobičajeni pristup radiodrami, i to kroz formu izravnih javljanja s terena, poput stvarnih novinarskih izvještaja koji su trebali »pratiti« iskrcavanje i invaziju Marsovaca.

Radnja radiodrame nije se razlikovala od radnje u romanu.[125] Promijenjene su jedino lokacije, pa se invazija odvijala u Americi, na području New Jerseya umjesto u okolici Londona. Početak emitiranja u 20.00 sati nije se ničim izdvajao od dotadašnjih Wellesovih produkcija. Nakon kratke spikerske najave koja se sastojala od naziva drame i izvođača, u eteru se čula uobičajena vremenska prognoza i glazba. Bio je to već početak drame iako se činilo kako je riječ o uključenju u izravni prijenos plesne glazbe iz jednoga njujorškog hotela. Međutim, nakon svega dvadesetak sekunda program je prekinut dramatičnom najavom, u stilu udarne vijesti (engl. *breaking news*), koja je postala svojevrsni zaštitni znak »Rata svjetova«: »Dame i gospodo, prekidamo program zbog specijalne obavijesti…«

U tom trenutku, za koji je Welles unaprijed mogao procijeniti da će privući pozornost svih slušatelja, počela se odvijati radnja koja je izazvala nevjericu i zaprepaštenje među slušateljima, i to ne samo na području New Jerseya. Tisuće su ljudi povjerovale u stvarnu invaziju, o čemu su svjedočili, dan poslije, brojni novinski članci. Uslijedila je poplava telefonskih poziva najbližim policijskim i radijskim postajama te novinskim redakcijama, ali

[125] Radnja se događala u Engleskoj početkom 20. stoljeća gdje je nedugo nakon niza »eksplozija« na Marsu, uočenih iz zvjezdarnice, neobičan »meteor« pao u blizini Londona. Bila je riječ o prvom svemirskom brodu, a potom je uslijedila prava invazija. Ratoborni su Marsovci namjeravali zauzeti Zemlju. Činilo se kako ljudskom rodu nema spasa, ali se dogodio neočekivan preokret. Obične bakterije, neke od mnogih »dobrih« bakterija koje su bezopasne za ljude, postale su smrtonosne za Marsovce. Izostanak potrebnoga prirodnog imuniteta doveo je do naglog uginuća osvajača, čime je i njihova invazija propala, a ljudski rod preživio.

nitko ništa pobliže nije znao reći. Ljudi su napuštali domove, naoružavali se, omotavali glave mokrim ručnicima kako bi se spasili od otrovnog plina koji su ispuštala bića iz svemira, vapili za evakuacijom i sl. unatoč tomu što u »napadnutom« New Yorku nitko nije vidio ni čuo išta neobično.

Scenarij, čiji je autor bio Howard Koch, bio je izrazito radijski napisan, prepun kratkih, dinamičnih dijaloga i brzih promjena, utemeljen na svakodnevnoj terminologiji tipičnoj za sredinu i likove. Izravno obraćanje, bez uljudnije frazeologije, kratkoća pitanja i odsječnost odgovora odskakali su od dotadašnje uobičajene radijske komunikacije. Uporaba slenga dodatno je poduprla efekt uvjerljivosti koji je drama željela proizvesti. Ukupan dojam autentičnosti dodatno su pojačali nazivi stvarnih lokacija u New Jerseyu, obilje imena i prezimena »očevidaca«, »znanstvenika«, »policajaca« itd. Važnu su ulogu odigrali i zvučni efekti. Welles je koristio dokumentarni zapis tragedije cepelina Hindeburgh iz 1937. godine, no mnogi efekti proizvedeni su u studiju. U općoj atmosferi nevjerice i zaprepaštenja rijetki su se zapitali kako je, primjerice, moguće tako brzo prebacivanje s mjesta na mjesto, ekspeditivna reakcija vlasti, policije, vojske, gotovo trenutačna izvješća iz bolnica…

Među ključnim razlozima za uspjeh drame bio je i stil kojim je drama izvedena. Riječ je o »posudbi«, u to vrijeme već afirmiranog načina novinarskog izvještavanja s terena. Koristeći »izvještavanje« za plasiranje izmišljenog sadržaja, Welles je dobio uvjerljivost, pri čemu je snažno (zlo) upotrijebio jednu od najvrednijih karakteristika radijskog medija, njegovu vjerodostojnost u informiranju.

Prema pisanju *New York Timesa*[126] idućeg dana, bila je to »emisija koja je šokirala obitelji, prekinula vjerske obrede, uzrokovala prometna zagušenja i začepila komunikacijske kanale (…) uzrokovala takav šok i histeriju da su mnogi potražili medicinsku pomoć«.

Iako nije sudjelovao u adaptaciji teksta za emitiranje na radiju, Welles je bio idejni tvorac ukupne produkcije i glavni »dirigent« glumačke i tehničke postave koja je izvela dramu. U atmosferi straha i iščekivanja vijesti iz Europe, u kojoj je Hitler već pet godina bio na čelu Njemačke, jednostavno

[126] Radio Listeners in Panic, Taking War Drama as Fact, www.nytimes.com, 31. listopad 1938. (preuzeto u listopadu 2008.).

je pala na plodno tlo. Nedvojbeno, Welles je i te kako dobro znao što radi jer je u produkciji preskočio niz detalja uobičajenih i važnih za radijski program. Primjerice, prva je identifikacija[127] programa napravljena tek u četrdesetoj minuti emisije i, k tomu, dovoljno neprimjetno da bi je slušatelji uopće registrirali, a kamoli shvatili da je riječ o radiodrami.

Konačno je objašnjenje uslijedilo tek na kraju, u odjavi emisije, kad je rečeno kako je riječ o prazničnoj zabavi kojom je ekipa Mercury Theatra kanila obilježiti Noć vještica. Iako se Welles idućih dana ispričavao[128] zbog zabune koju je izazvala emisija, postao je upravo ono što je i silno želio: slavan![129] Naravno, slava je imala i svoju tamnu stranu. Budući da su njegove fotografije bile posvuda, više nije mogao proći nezamijećeno, pa su uvrede postale česte, osobito od ljudi koji su bili ogorčeni emisijom.

Ova radiodrama danas spada u antologiju radijskog izraza, a o njoj su napisani mnogi tekstovi i knjige. Dobila je i spomenik koji je 1998. godine postavljen u parku Van Nest u Grover's Millu u New Jerseyu, na mjestu »slijetanja« Marsovaca. To je ujedno i jedini spomenik u Americi koji je podignut u spomen na događaj koji se nije dogodio.

3.2.2. Informativni program

Informativni su se programi polako razvijali u ne osobito poticajnom okruženju. Radijski je medij u Europi bio na početku doživljen kao sredstvo kojim se trebala širiti kultura, pa su i njegovi govorni sadržaji ponajprije išli u tom smjeru. Stiješnjen između glazbe, poučnih predavanja, izvještaja s burzi i vremenskih prilika nalazio se informativni program, utemeljen uglavnom na kratkim vijestima.

BBC je od 1922. godine podlijegao pravilu poznatom pod nazivom »pravilo sedam sati«. Riječ je bila o zabrani emitiranja vijesti prije sedam sati navečer. Ishodile su ga ugledne novinske kuće s obrazloženjem da, ako se radiju dopusti emitiranje vijesti prije tog vremena, onda posao novinara

[127] Izraz kojim se definira naziv programa i njegova frekvencija, pa i sadržaj koji se tog trenutka emitira. Uobičajeno za radijske programe.

[128] Njegove isprike treba shvatiti s dužnom suzdržanošću. Unatoč tomu što je znao kakvu je paniku izazvao jer su telefoni neprekidno zvonili i na CBS-u, Welles nije prekidao tijek emisije niti učestalo ponavljao kako je riječ o fikciji.

[129] Više o O. Wellesu u Dodatku 6. na kraju knjige.

u tisku znatno gubi na važnosti. Naravno, u sprezi su bile i ondašnje agencijske kuće kojima je tisak bio glavni izvor prihoda. To se pravilo održalo na snazi sve do sredine 1926. kad je zbog općeg štrajka radio bio jedini način informiranja javnosti, o čemu je već bilo govora. Informativna je tišina, u vrijeme kad su vijesti bile izuzetno važne, dovela do revolucionarne odluke njihova ondašnjeg direktora Johna Reitha za dobavom vlastitih vijesti s terena. Ionako je apsurdna odluka o zabrani emitiranja informativnih sadržaja prije večernjih sati brzo ukinuta, a radijsko je novinarstvo uhvatilo korijen u programu.

Informativni su sadržaji u Americi imali još lošiji položaj od onih u Europi, pa su se i kasnije počeli razvijati. Izloženi tržištu i okruženi brojnom konkurencijom, radiji su se nadmetali samo u dva glavna programska sadržaja, zabavi i oglašavanju. Informiranje se svodilo na iščitavanje tekstova i/ili vijesti već objavljenih u dnevnom tisku. Tako plasiran program nije bio osobito zanimljiv ni radiofoničan. Međutim, od prvih godina uspostave radiofonije koja je patila od svakovrsnih »dječjih bolesti« nije postojala volja za unapređenjem informativnih sadržaja. Tih se godina ni tisak nije previše uzrujavao zbog radijskog »prepisivanja». Iako nije bio ushićen pojavom novog medija, nije ga shvaćao ozbiljno, sve dok radijski prihodi od oglašavanja nisu počele rasti i ugrožavati uobičajene zarade velikih novinskih kuća. Čak ni stupanje na snagu prvog zakona iz 1927. godine, koji je obvezao radijske postaje na zadovoljavanje javnog interesa, nije bilo ozbiljno shvaćeno, a kamoli provedeno.

Zapravo nezainteresirani za bilo kakav ozbiljniji informativni sadržaj američki *broadcasteri* nisu ozbiljno shvaćali ni rana upozorenja novinske agencije Associated Press[130] kako ne bi smjeli više »prepisivati«, a pritom ne plaćati naknadu. Poslovni planovi vlasnika radijskih postaja nisu se oslanjali na emitiranje aktualnosti, osim kad su u pitanju bili sportski rezultati ili najava vremenskih prilika. Programski su imperativ predstavljali zabavni programi jer su bili najzanimljiviji oglašivačima.

Associated Press je već 1922. protestirao zbog korištenja svojih vijesti u radijskim programima, međutim, američki novinski izdavači tada ga nisu podržali. Mlako su reagirali, bez volje za konkretnijim rješenjima.

[130] Novinska agencija osnovana 1846. godine.

Dio njih je čitanje vlastitih tekstova u eteru nalazio svojevrsnim »uvodom u novine«, pa i reklamom za pojedine sadržaje ili čitavo izdanje. Svoj su stav temeljili na (ispravnom) zaključku kako karakter radijskog programa nije pogodan za duže tekstove, komentare ili analize koji su zbog dužine postajali teški i dosadni za slušanje. Dodatni se argument temeljio na zaključku kako radijski program jednostavno nije pogodan za kvalitetno informiranje, a kamoli davanje šireg aspekta događaja jer se slušatelj ne može »vratiti« na sadržaj i ponovno ga pročitati. Radio je doživljen kao površan medij koji ne može pružiti kvalitetnu informaciju pa ni komunikaciju potrebnu u demokratskim društvima kakvu je pružao tisak (Jackaway, 1995:135).

Novinska se industrija počela brinuti tek onda kad su mlade radijske mreže CBS i NBC objavile rezultate svojih prvih godina poslovanja. Uvidjevši kakav se ozbiljan novac počeo odlijevati na taj »površni« medij, morali su se suočiti s činjenicama koje ih dosad nisu zanimale. Mladi je medij našao put i do slušatelja i do oglašivača, a ambicije su i dalje bile velike.

Oglašivačima se nije moglo previše zamjeriti. Radio je »oživio« njihove reklame i dao im emocije. To nije bilo moguće u tisku. Međutim, kad se radio usudio ući u sfere informiranja koje su dotad predstavljale samo pravo novinskih kuća i agencija, tisak je morao reagirati.

Čašu su 1932. prelile dvije kapi: izvještavanje o otmici sina proslavljenog pilota Charlesa Lindbergha te objava rezultata predsjedničke kampanje, u kojoj su se natjecali demokrat Roosevelt i republikanac Hoover. Radio se usudio ući i u novinarske teme. Osim toga učinio je to uspješno, zanimljivo i – brzo! Bilo je to dovoljno za objavu svojevrsnoga medijskog rata.

Prisjetimo se tijeka zbivanja u vezi s otmicom dvadesetomjesečnog Lindberghova sina početkom ožujka 1932. godine. Dijete je oteto iz obiteljske kuće u New Jerseyu i javnost je bila ogorčena. Događaj je postao glavna tema većine novina u Americi. Podjednako tako prepoznale su je i radijske mreže i smjesta se odlučile uključiti u izvještavanje, i to s mjesta događaja. Hotelske sobe i restorane u blizini obiteljske kuće pretvorili su u improvizirane studije, a imali su čak i neku vrstu »vanjskog studija«. Opremu za emitiranje ukrcali su i dopremili kamionom. Naravno, sve je bilo u metrima žica i raznim uređajima, ali novinari su uspijevali slati

izvještaje gotovo svakih pola sata. Dio se vijesti izravno slao i kratkim valom[131] prema Europi.

Spomenuta je obiteljska drama nakon desetak tjedana prerasla u tragediju. Dijete je pronađeno umoreno, a zločin je okarakteriziran kao »zločin stoljeća». Radio je i dalje sustavno izvještavao o zbivanjima, a javnost je izuzetno dobro primila i ovakvu, ozbiljnu, ulogu radija. Novine su odjedanput počele kasniti za radijskim izvještajima, a uloge u informiranju su se izmijenile. Sad su oni počeli objavljivati već izrečene informacije, bez mogućnosti da to promijene. Počela je utrka za ekskluzivitetom vijesti koja se održala do danas.

Prema Brownu (1998:136), u predsjedničkoj kampanji koja je uslijedila te iste godine AP je zabranio radijskim mrežama daljnje korištenje svojih izvora vijesti. Međutim, umjesto očekivanog šoka mreže su sasvim drukčije reagirale. Poslale su svoje novinare u sjedišta Demokratske i Republikanske stranke, a njihove su izvještaje pratile najave poput »To može samo radio!«.

Razdoblje koje je prethodilo spomenutim predsjedničkim izborima 1932. bilo je vrijeme gospodarske krize koja je počela sa slomom Newyorške burze u listopadu 1929. godine. U vrijeme Velike depresije (engl. *Great Depression*) u predsjedničkoj su se utrci našli Franklin Delano Roosevelt, newyorški guverner, i ondašnji aktualni predsjednik Herbert Hoover. Iako su obojica dotad već imala bogato radijsko iskustvo, radijski su nastupi odgovarali ponajprije Rooseveltu. Uslijedila je prva u nizu njegovih »radijskih kampanja«, što je dodatno razljutilo novinare iz tiska.

Izborna je noć u studenom 1932. čekana s velikim nestrpljenjem. Objava rezultata na CBS-u i NBC-u, a prije izlaska novina sljedećeg dana, bila je golem uspjeh. Roosevelt je uvjerljivo porazio Hoovera i započeo eru vladavine demokratske stranke u američkoj politici. Kampanjom i ranom objavom rezultata potvrđeni su svi strahovi tiska o konkurentskom mediju.

AP, United Press i International News Service bili su u vlasništvu nekih od najuglednijih američkih dnevnika i tjednika. Nakon završetka izbora zajednički su istupili protiv radijskih mreža i svakoga neovlaštenoga

[131] Kratki val koristi prirodnu pojavu ionosfere koja djeluje poput reflektirajućeg ogledala. Omogućava da se s relativno skromnim odašiljačem pokrije golem prostor na vrlo velikim udaljenostima.

korištenja agencijskih izvora. Zahtjev za bojkotom radija proširen je na sve članove nacionalnog Udruženja novinskih izdavača (*American News Publishers Association*, ANPA) koje je u travnju 1933. najavilo prekid svake suradnje s radijskim mrežama. Ujedno su mnoge novine prestale objavljivati radijske sadržaje i najave za pojedine emisije.

Od mreža se očekivala isprika i molba za ponovnu uspostavu suradnje, naravno, pod novim uvjetima. Međutim, to se nije dogodilo. Mreže su se oslonile na vlastite snage i nakon kratke početne zbunjenosti pokušale uspostaviti informativne redakcije. Tako je na CBS-ovoj mreži »vojska« ljudi radila na jednoj dnevnoj emisiji vijesti u trajanju od 15 minuta! Naravno, bez prave obuke i organizacije, što opet dovoljno govori o statusu informativnih sadržaja na radiju, bilo je to uistinu preskupo, čak i za tako veliku mrežu. Moralo se hitno pronaći novo rješenje.

Međutim, treba istaknuti kako je loše postavljena organizacija bila početak razmišljanja o potrebi uspostave pravih informativnih odjela na radijskim postajama. Iskorak u tom smjeru nije više bio samo plod pritiska novinskih i agencijskih kuća, već spoznaja kako radijski medij ima golemu prednost koju treba iskoristiti. Naravno, riječ je bila o brzini izvještavanja koju tisak nije mogao stići. Radio je dotad boravio u studijskim prostorima, »izlazeći« samo onda kad su rađeni glazbeni prijenosi. Međutim, izvještavanje o tragediji obitelji Lindbergh, a potom i predsjedničke utrka, pri čemu su za informativne sadržaje korištene telefonske linije, otvorili su nove spoznaje o mogućnosti medija.

Neprijateljstvo među medijima dodatno je pogoršao i afirmativan stav novoga američkog predsjednika prema radiju. Roosevelt je, a time i njegova administracija, silno uvažavao radijski medij, o čemu će biti više govora u nastavku. Ovdje ću samo napomenuti kako su radijski novinari bili rado viđeni i uvaženi izvjestitelji sa svih državnih događanja. Međutim, nije samo sklonost prema radiju bila presudna za Rooseveltov izbor. Dio razloga izravno je povezan s ulogom tiska tijekom kampanje. Naime, neprijateljski način kojim su pojedini dnevnici i tjednici pratili izbore, a osobito kritična prezentacija *New Deala*, navele su Roosevelta na dodatno favoriziranje radija. Time je vrlo mudro zaobišao kritičare, dobio uvažen tretman na mrežama i pri tomu još bio silno slušan. Radijski je medij tako dignut na razinu važnoga političkog čimbenika koji je uza sve privilegije koje je uživao za slušatelje i dalje bio – besplatan!

Tisak se žestoko obrušio na radio. Među glavnim tezama bila je tvrdnja o potpunoj političkoj kontroli tog medija koji je zbog zavisnog položaja podložan svim vrstama političkih intervencija i manipulacija. S druge strane tisak se predstavljao kao čvrst demokratski medij koji nepokolebljivo brani i promiče slobodu govora.

Međusobna su prozivanja iznjedrila još jednu novu pojavu: novinske su kuće sustavno počele kupovati dostupne radijske postaje. Uskoro su imale oko 30 posto svih radijskih postaja u Americi (Jackaway, 1995:142). Objašnjenje takve poslovne politike nađeno je u tezi kako je tisak ozbiljan, iskusan i nezavisan u odnosu na politiku te kao takav najbolji izbor za odvajanje radijskog medija od države. Činjenica je da je između mreža i državne vlasti postojao snažan međuzavisan odnos. Roosevelt se oslanjao na radio, ali ga je podjednako snažno kontrolirao.

Rasprave i sukobi o informativnim sadržajima naizgled su riješeni 11. prosinca 1934. na temelju dogovora o osnivanju Press-Radio servisa (*Press-Radio Bureau*). Sastanak je upriličen u hotelu Biltmore u New Yorku pa ga u literaturi nalazimo pod nazivom Biltmorski dogovor (engl. *Biltmore's agreement*).

Agencije su ubuduće trebale opskrbljivati mreže vijestima, svakom ne dužom od 30 riječi, a emisije su smjele trajati najviše pet minuta, dva puta dnevno. Uslugu Press-Radio servisa plaćale su radijske postaje koje su se obvezale da će rasformirati novoustrojene informativne redakcije. Emisije vijesti nisu se smjele emitirati prije 9.30 sati ujutro ni prije 21.00 sati navečer. Nisu smjele ni na koji način imati veze s oglašivačkim sadržajima, a svaka je emisija morala, na početku i na kraju, najaviti i odjaviti izvor emitiranih vijesti.

Bilo je to zapravo preuzimanje kontrole nad radijskim informativnim sadržajima, pri čemu su novinska industrija i agencije mogle diktirati količinu i sadržaj vijesti na radijskim programima. Međutim, dogovor se odnosio samo na spomenute agencije i na radijske mreže. U tisku je osnivanje Press-Radio servisa popraćeno brojnim pohvalama, a javni je interes bio istaknut kao osnovni razlog tog pothvata.

Međutim, nisu svi tako mislili. Rasprava se prenijela među političare, pri čemu su demokrati smatrali da je riječ o nepoštenom postupku koji izravno zadire u slobodu govora. Najglasniji je bio senator Clarence C.

Dill koji se založio za osnivanje vlastitih radijskih servisa vijesti. Informiranje preko radija smatrao je ne samo radijskim pravom, već obvezom, u duhu služenja javnom interesu (Dill, 1935:170-175).

Slabosti Press-Radio servisa pokazale su se već na samom početku te čudne i za radio ponižavajuće suradnje jer su umjesto vlastitih redakcija i izvora morali prihvatiti već »pročišćene« vijesti. Ograničeno i precizno utvrđeno trajanje i vrijeme emitiranja informativnih sadržaja uz već učinjen izbor vijesti, i to iz točno određenih izvora, bez prava na bilo kakvu intervenciju, pretvaralo je radio u »zvučnik« određenih novinskih kuća. Ima li se pritom na umu da se »radijski jezik« i te kako razlikuje od jezika tiska kojim su te vijesti bile pisane, jasna je ogorčenost kojom je dočekan Press-Radio servis.

Tih je godina već bilo jasno kako radio ima novu ulogu u američkom društvu. Podsjetimo se da je to bilo vrijeme duboke gospodarske krize i goleme nezaposlenosti. Zanemariti tu činjenicu i nastaviti samo u smjeru zabave, kao što je to bilo dvadesetih godina, moglo je postati vrlo kontraproduktivno za sam medij. S druge strane ne manje važna spoznaja bila je brzina kojom je medij mogao reagirati na aktualnosti, pribavljajući sadržaje i te kako atraktivne za emitiranje. Iako je to podrazumijevalo drukčiju vrstu odgovornosti, mreže su odlučile osnovati vlastite redakcije. Procjena se pokazala točnom jer se Press-Radio servis ubrzo raspao, a ugovorne klauzule prestale vrijediti.

Kad je početkom 1935. Bruno Hauptmann optužen za otmicu Lindberghova sina, radijski je medij bio spreman informirati o suđenju. Svakodnevno informiranje o tijeku procesa, ali i angažman stručnjaka kao komentatora zbivanja o »zločinu stoljeća«, afirmiralo ga je kao ozbiljan medij. Hauptmannovo je suđenje predstavljalo prvi američki sudski triler, na kojem su utvrđeni mnogi tehnički, metodološki i novinarski kriteriji za buduća izvještavanja iz sudnica (Brown, 1998:135-136).

Slušatelji su zdušno prihvatili novu funkciju radijskog medija. Kad se novinarstvo počelo razvijati, više se nije moglo zaustaviti. To nam govore i podaci o prosječnim radijskim sadržajima iz 1938. godine. Prema FCC-u, prosječni su američki programi sadržavali 53 posto glazbe, 11 posto razgovora i dijaloga, 9 posto radijskih drama, 9 posto zabavnih sadržaja, 9 posto vijesti, 5 posto vjerskih sadržaja, 2 posto posebnih događaja i

2 posto »miješanih« sadržaja (Sterling, Kittross, 2001:180). Američka je radiofonija prihvatila novu ulogu radijskog medija, a radijsko je novinarstvo[132] postalo cijenjeno zanimanje. Osim unutarnjih okolnosti, tomu su vjerojatno pridonijele i alarmantne vijesti iz Europe te slutnja mogućega ratnog sukoba.

Slične podatke nalazimo i u jednom od rijetkih[133] radova iz tog vremena. Streibert i Lewis[134] (1941:56) bilježe da je u razdoblju od 1938. do 1940. godine prosječan radijski program u mrežama NBC, CBS ili MBS imao devet posto vijesti, dok su postaje izvan sustava imale osam posto. Autori zaključuju kako je upravo zbog tako visokog postotka vijesti u programima, ali i redovitim terminima emitiranja stvorena navika slušanja vijesti. Radio je dospio u zrelu fazu, iz koje se više nije moglo natrag. Društvena je zajednica od njega počela očekivati još više. Suočene s tom, možda i neželjenom ulogom, uprave pojedinih mreža ili postaja nisu imale previše izbora. Radijski je medij jednostavno morao prihvatiti obvezu pojačane društvene odgovornosti.

Postaje izvan mrežnih sustava oslanjale su se na lokalne izvore i punile emisije vijesti brojnim lokalnim sadržajima. Navika je, prema istom izvoru, razvijena na temelju učestalosti emitiranja jer su vijesti emitirane, u prosjeku, svakog sata, s trajanjem od najmanje pet minuta. Naviku su pratili i novi standardi pisanja za radio. Budući da su sad izvježbani novinari urednici preuzeli odgovornost pripreme vijesti, medij je progovorio stilom koji mu je najviše odgovarao. Umjesto »pisanja za oko«, što se odnosilo na tisak, nova je tehnika editiranja prihvatila pravilo »pisanja za uho« (Ibid. str. 58).

Proces osamostaljenja i afirmacije informativnih sadržaja, a osobito prilagodba radijskim pravilima vodili su u smjeru prvih zvučnih novinarskih (uredničkih, komentatorskih) imena. Tako je medij, uz već renomirane »zvijezde« zabavnih sadržaja, dobio i prve novinarske. Naizgled nebitno, ali u komercijalnim uvjetima i te kako važno.

[132] Treba napomenuti da je sredinom tridesetih godina isproban prvi terenski snimač. Postojanje tehnologije koja zvuk može snimiti izvan studija bio je golem iskorak za radijske novinare.

[133] Radova i podataka o radijskom mediju sredinom tridesetih godina baš i nema. Uglavnom je riječ o stručnim radovima koje su napisali radijski djelatnici za potrebe određenih stručnih skupova.

[134] Theodore C. Streibert bio je dopredsjednik i direktor mreže Mutual Broadcasting System. Fulton Lewis Jr. bio je novinar komentator iste mreže.

Međutim, primirje s tiskom nije dugo potrajalo. Nagomilani se animozitet ponovno rasplamsao nakon emitiranja radijske drame »Rat svjetova«. Histerija koju je izazvala drama bila je povod za ponovni otvoreni napad tiska na radio. Naslovnice su otvoreno prozivale radijski medij, optužujući ga za neodgovorno ponašanje prema slušateljima, koje je dovelo do pogibeljnih situacija, prometnoga kolapsa, panike i kaosa. Bio je to tek povod za puno ozbiljnije napade koji su opet upozoravali na političku servilnost radijskog medija. Riječ je, naravno, opet bila o odnosu radijskih mreža i predsjednika Roosevelta. Zbog »Ratova svjetova« svim dotadašnjim radijskim »grijesima« poput neozbiljnosti, površnosti i političke servilnosti sada je dodana i neodgovornost prema slušateljima.

Bila je to ozbiljna prozivka koja je dovela u pitanje jednu od najvrednijih karakteristika radijskog medija, a to je njegova vjerodostojnost. Naime, radio je doista imao imidž medija koji, i kad bi htio, iz tehničkih razloga nije mogao »frizirati« istinu. Riječi izgovorene pred mikrofonom išle su izravno u eter i na njih se nije moglo utjecati niti naknadno intervenirati. Bilo je to vrijeme u kojem nije bilo snimača, a kamoli montiranja.

Jedan od većih problema u razvoju radijskog novinarstva bio je nedostatak uređaja kojim bi se moglo snimati na terenu. Napokon, u jesen 1934. godine na američkom se tržištu pojavio prvi model prijenosnog snimača, sličan gramofonu. Prvi je model razvila tvrtka Presto, utemeljena 1915. godine, koja se bavila proizvodnjom fonografa i audiopreme. Udruživanjem s Duall Company 1932. nastala je tvrtka Presto Recording koja je pokrenula vlastita istraživanja kako bi iznašla najbolja rješenja prijenosnog snimača. Snimač Presto težio je (bez baterija) nešto više od 11 kilograma, a s baterijama 13 kilograma. Dodamo li navedenoj težini još i ploče za snimanje te rezervne baterije, prva je novinarska oprema za snimanje mogla dosegnuti dvadesetak kilograma. Presto je ubrzo postao elitna radijska oprema za terensko snimanje.[135]

Tim je snimačem zabilježena tragedija cepelina Hindenburg početkom svibnja 1937. godine, jedna od prvih pravih dokumentarnih snimki u povijesti radiofonije. Autori su joj novinar Herbert Morrison i tonski snimatelj Charlie Nielsen s radijske postaje u Chicagu, koji su bili su na novinarskom

[135] Graves, C. Alan: The Presto History Page, www.televar.com/grshome/Presto.htm (preuzeto u rujnu 2008.).

zadatku u Lakehurstu u New Jerseyu. Očekivali su dolazak Hindenburga s namjerom snimanja razgovora s prispjelim putnicima. Bilo je to tek testiranje uređaja.

Hindenburg je bio najveći cepelin tog vremena koji je već drugu godinu letio preko Atlantskog oceana. Međutim, tog dana uoči samog slijetanja eksplodirao je i zapalio se. Nosio je 36 putnika i 61 člana posade. Ako nisu poginuli prilikom eksplozije, ljudi su u panici iskakali iz buktinje ravno u smrt. Već uključeni Presto snimio je u cijelosti zvukove te tragedije. Jedinstvena je snimka emitirana na radiju svega sat vremena poslije i izazvala je burne reakcije slušatelja. Mnogi su je nalazili šokantnom i neprimjerenom za emitiranje. Pa ipak, rezultirala je dokumentarnim zapisom koji je otvorio novo poglavlje u radiofoniji.

Vrijedno je napomenuti kako je sredinom tridesetih godina u Njemačkoj prikazan prvi magnetofon. Magnetno je snimanje bilo jednostavnije, zapis se mogao montirati, a i u reprodukciji je imao bolju kvalitetu zvuka. Drugi je svjetski rat odgodio daljnje usavršavanje, a tehnologija je do kraja razvijena pedesetih godina. Prijenosni su magnetofoni[136], uz nešto mlađe kasetofone, postali sastavni dio novinarske opreme. Zadržali su se u uporabi sve do pojave digitalnih nosača zvuka.

3.2.3 Oglašavanje

Radijska je reklama u Americi shvaćena kao vrijedan i važan izvor novca. Westinghouse je u radijskom programu vidio odličan način za popularizaciju i prodaju vlastitih prijamnika. Ubrzo se pokazalo kako medij može i puno više od toga. Mogućnosti zarade vodile su u komercijalizaciju. Oponenti takvog razvoja upozoravali su da bi mladi medij mogao, opterećen imperativom zarade, jednostavno izgubiti potrebu služenja javnom interesu.

Najboljim modelom oglašavanja ranih godina pokazalo se sponzorstvo nad emisijama. Reklama je bila istaknuta u naslovima pojedinih emisija

[136] Među najpoznatijim magnetofonima bila je švicarska Nagra. Osmislio ju je poljski inženjer Stefan Kudelski, a prva je proizvedena 1951. godine, u švicarskom gradu Cheseaux-sur-Lausanne. Izraz »nagra« navodno je koristila njegova majka, rođena Poljakinja, u smislu »bit će snimljeno« ili »snimljeno je«. Punu je afirmaciju imala početkom šezdesetih godina. Teška i robusna Nagra mogla je na terenu snimati u gotovo studijskoj kvaliteti.

kao što su »Eveready Hour«, »The Philco Hour«, »Pamolive
Maxwell House Hour«, »The Wrigley Party« itd. (Keith, Kra
Takvo neizravno oglašavanje poštovalo je medij jer oglaši
pravo zadiranja u radijske sadržaje i rasporede.

Nakon nekoliko godina oglašavanje je postalo unosan po
jući radiju reklame su »progovorile« i »oživjele«. Umjesto
sa u tisku, plakata ili letka reklame su dobile sugestibilne v
je, prepune emocija. Odjedanput su se mogle »osjetiti«! O
jeći kroz radio, stizale su izravno u domove potencijalnih k
no da je oglašivačka industrija munjevito reagirala i željela o
medijskog prostora. S druge strane vlasnici postaja i mreža
takvu politiku niti su zaštitili medij od njezina sve jačeg ut
od oglašavanja bile su toliko visoke, a programi i dalje vrlo
smatrali da nije bilo razloga za intervenciju.

Među razlozima koji su 1928. radio učinili poželjnim me
šavanje Sterling i Kittross (2001:124) ističu (a) domet mrež
obale, koji je mogao obuhvatiti gotovo 80 posto stanovniš
loška rješenja utvrđena zakonom iz 1927., koja su prijam
kvalitetnijim, (c) bolje i jeftinije prijamnike dostupne šire
ca, (d) prva znanstvena istraživanja auditorija, (e) oglašiva
poznali oglašivački potencijal radija, (f) zanimanje koje s
deće oglašivačke kuće te (g) prihvaćanje radija kao oglaši
u očima javnosti. Radijski je medij sazrijevao i profilirao se
profesionalnije, jedino što je pritom »zaboravio« na stvar
bi trebao imati u društvu.

Situacija s golemim količinama reklama postajala je sve g
tridesetih godina pravom je »robom« za trgovanje postal
jeme. Drugim riječima, oglašivačima više nisu bile dovolj
ne emisije koje je osmislio i producirao sam medij prema
onalnim pravilima. Htjeli su više od toga, uključujući i au
kreiranja medijskog sadržaja, o kojoj u tisku nisu mogli ni
ci radija opet su pohlepno reagirali i sve je postalo moguće
jelom je za to bila kriva i recesija koja je već ozbiljno ugro
ko gospodarstvo. Reklame su tako ušle u program onako
li oglašivači. Radio je postao velik reklamni prostor s gla

nuđenja roba i usluga. Situacija je postajala sve gora jer se počela gubiti granica između reklama i stvarnih radijskih sadržaja.

Slijedilo je vrijeme otvorene i agresivne reklame. Udarno vrijeme (engl. *prime time*) reklamiranja uglavnom je bilo poslijepodnevni i večernji program jer je radio bio bez televizijske konkurencije. Zarade su i dalje bile visoke pa nikomu (osim slušatelja) nije smetalo što je radio sve više sličio zvučniku oglašivačkih agencija, a sve manje mediju koji je trebao zadovoljiti i druge interese.

Prema Durnstinu[137] (1935:140), zarade radijskih mreža (bez zarada članica mreža) kretale su se od »skromnih« četiri milijuna dolara 1927. do 31 i pol milijun dolara 1933. godine. Nije ni čudo što tisak više nije imao razumijevanja. Doživljavao je radijski medij kao pijavicu na vlastitim izvorima novca, ali i sadržaja (Crook, 1998:71). Razbuktana gospodarska kriza ubrzala je neizbježan sukob tiska i radija u Americi.

Tisak nije bio jedini kojem je smetao reklamni radio. Pretjerano oglašavanje pokušale su ograničiti potrošačke udruge, ali i državna vlast. Prva je udruga takve vrste osnovana 1916. godine (*National Consumer's League*), ali istraživanja kvalitete proizvoda na tržištu i jača zaštita potrošača počele su sredinom tridesetih godina. Tad su učinjeni konkretniji pomaci u zakonodavstvu. Nekoliko je novih zakonskih tekstova pokušalo utjecati na propisanu kvalitetu proizvoda te na njihovo oglašavanje. Međutim, to više nije bilo toliko aktualno zato što su pad proizvodnje i nezaposlenost bili već toliko visoki da je reklama bilo sve manje.

Europa je išla drugim smjerom. BBC se od početka emitiranja strogo pridržavao programskih smjernica, a to su informirati, obrazovati i zabaviti. Radijskim reklamama tu nije bilo mjesta. Iako povijest bilježi poneko sponzorstvo u vrijeme kad je BBC bio u privatnim rukama, komercijalizacija sadržaja zaustavljena je u cijelosti.

4. POLITIČKA ULOGA RADIJA

Politička uloga radija izdvojena je u posebno poglavlje stoga što je riječ o sljedećoj razvojnoj fazi ovog medija i njegovoj novoj ulozi u razvijenim društvima tog vremena. Budući da je Amerika favorizirala zabavne sadržaje, a Europa više kulturne i obrazovne, politika je u ranoj razvojnoj fazi medija bila prisutna kao dio sadržaja u informativnim programima. Međutim, ako se radio i nije kanio baviti politikom, to ne znači da se politika nije htjela baviti njime. Popularnost, širenje i dostupnost radija privukli su političare, ali su se obje spomenute radiofonije i tu znatno razlikovale. Ipak, razdoblje tridesetih godina 20. stoljeća donijelo je radiju status važnoga političkog faktora.

Američki su vlasnici radijskih postaja bili praktični. Nakon što su političari pokazali interes za medij, smatralo se da bi odbijanje političke promidžbe bilo, u financijskom smislu, neposlovan potez. Nekih drugih sredstava prisile nije bilo jer je američka radiofonija bila još bez zakona i u velikom neredu. Tako su se sredinom 1924. godine vlasnici najvećih postaja AT&T, RCA, Westinghouse i GE dogovorili o »svojim« pravilima političke promidžbe. Između ostalog, dogovoreno je da će raditi samo sa dvjema najvećim strankama i kao govornike prihvaćati jedino njihove najistaknutije predstavnike. Teme o kojima su političari namjeravali govoriti u programu nisu smjele biti strogo lokalne, već od važnosti za širu zajednicu. Tekstovi govora morali su se prije dostaviti na uvid, a svaka nepristojnost tijekom nastupa mogla je rezultirati »isključenjem« iz etera. Vrijeme emitiranja ukupnih plaćenih političkih sadržaja ograničeno je na sat vremena dnevno i svi poslovi trebali su se sklapati s rukovodstvom stranke (Craig, 2000:117).

Takav poslovni pristup u prvom redu govori o oprezu vlasnika radijskih postaja prema budućim političkim sadržajima u programima. Oprez je, pretpostavljam, vjerojatno uzrokovan izbjegavanjem svakoga političkog svrstavanja, ali i strahom od »zamaranja« slušatelja takvim sadržajima. Naime, za uspješan i zanimljiv nastup na radiju bila je potrebna određena govornička vještina. Mogu li i koliko politički sadržaji biti zanimljivi za slušanje? Mogu li se političari oglašavati kao i svaki drugi proizvod? Kako će reagirati najveći oglašivači? A slušatelji? Bila su to pitanja na koja je tek trebalo naći odgovore.

Spomenuti dogovor AT&T-a, RCA, Westinghousea i GE-a nije izazvao osobite kritike. Najjača primjedba odnosila se na eventualnu cenzuru. Naime, smatralo se da bi radijske uprave tražeći unaprijed tekst govora nekog političara neizravno mogle »cenzurirati« njegov nastup. Bilo je istine u tom razmišljanju, ali zahtjev za prije dostavljenim tekstom bio je motiviran izbjegavanjem eventualnih nepristojnosti i uvreda u eteru. Ključni je razlog vjerojatno bio izbjegavanje mogućega sudskog spora.

Radio Act iz 1927. otvorio je mogućnosti političke promidžbe na prilično širok način, uvjetujući svako emitiranje političkih sadržaja, reciprocitetnim odnosom prema svim drugim zainteresiranim političkim akterima. Bila je to preporuka, ali ne i pravilo. Reciprocitet je podrazumijevao da ako radijska postaja prihvati nečije političke nastupe i reklame, onda i svi drugi kandidati (stranke) imaju pravo na isti tretman. Bilo je to dobro polazište za sve buduće političke promidžbe na radiju jer je jednakost postala vrlo važan kriterij.

Minutažu radijskih nastupa ograničavale su cijene. Naime, nastankom velikih radijskih mreža, tehničkim poboljšanjima kvalitete zvuka, a naročito popularnošću medija politička je promidžba preko radija postala skupa. Samim tim postala je i neusporedivo ozbiljniji posao za koji su se tražile određene verbalne i neverbalne vještine. Prva prava predizborna kampanja, koja se snažno oslonila na radijski medij, bila je kampanja za američkog predsjednika 1928. godine kad je utrošen prvi milijun dolara »stranačkog« novca.

Politička uloga radija u europskim je radiofonijama drukčije stasavala. Radijski je medij doživljen ponajprije kao medij kojim se treba širiti kultura. Dnevne su se aktualnosti svodile na gospodarska kretanja, vremenske i sportske izvještaje. Međutim, nakon općeg štrajka 1926. godine BBC je snažno počeo razvijati radijsko novinarstvo. Međutim, glavno pitanje političke uloge radija bilo je pitanje političkog okruženja u kojem se medij razvijao.

Otprilike u isto vrijeme u Italiji je s jačanjem fašističkog režima jačala i svijest o radiju kao sredstvu političke promidžbe. Talijanska radiofonija sredinom dvadesetih godina 20. stoljeća predstavlja je prvi pravi primjer politizacije radijskih sadržaja. Rezultat je to Mussolinijeva režima, pri čemu je radiofonija slijedila uspostavljene obrasce kontrole nad tiskom i filmskom industrijom.

4.1. Radio u Italiji

Italija je u radiofonskom smislu početkom dvadesetih godina 20. stoljeća bila u velikom zaostatku. Počela se razvijati pod izravnim okriljem, utjecajem i podrškom fašizma, odnosno Mussolinijevih nastojanja da ponajprije zbog vlastitih političkih ciljeva dopre do svih dijelova Italije. Upravo stoga politizacija radiofonije nije bila neočekivana ni začuđujuća.

Benito Amilcare Andrea Mussolini (1883. – 1945.) postao je talijanski premijer 1922. godine. Prijašnja vlada nije bila zainteresirana za uspostavu nacionalne radiodifuzije, a i Mussoliniju je trebalo neko vrijeme da procijeni njezine korisnosti i isplativosti.

Isprva je bila riječ o privatnoj inicijativi poslovnih ljudi koji su na čelu s Marconijem željeli investirati u projekt nacionalnog radija kroz privatni konzorcij SISERT (*Società Italiana Servizi Radiotelegrafici e Radiotelefonici*). Budući da o radiju kao mediju nije znao dovoljno, Mussolini nije prihvatio tu inicijativu. Marconi mu se ponovno obratio osobnim pismom, sugerirajući da bi bilo »politički mudro zadržati kontrolu nad radijem u rukama države, osobito s obzirom na njegov golemi propagandno-politički potencijal.« (Cannistraro, 1972:128). Ipak, Mussolini je i dalje oklijevao, navodno stoga što unatoč novinarskom iskustvu nije uviđao potencijal novog medija (Padovani, 2004:62).

Odluku o uspostavi prvog radija donio je njegov ondašnji ministar pošta i telegrafa Constanzo Ciano, koji je uskoro postao ministar komunikacija. Ciano je podržao inicijativu nekoliko privatnih kompanija (jedna od njih je bila i Marconijeva) u osnivanju Talijanskoga radijskog saveza (*Unione Radiofonica Italiana*), kompanije koja je htjela početi emitirati prvi komercijalni radijski program u Italiji. Dana 6. listopada 1924. u 21.00 sati, s prešutnim pristankom vlasti, u Rimu je počelo emitiranje prvoga radijskog programa u Italiji.

URI je bila privatna kompanija koja je dobila koncesiju na šest godina. Njezini su osnivači bile kompanije Radiofono (*Società italiana per le radiocomunicazioni circolari*) iz Torina i Marconijev SIRAC. Predsjednik je postao Enrico Marchesi, dugogodišnji Fiatov direktor. Kompanija se obvezala na šest sati emitiranja na dan, uglavnom glazbe, a vijesti su preuzimane

od Agenzije Stefani[138], jedine talijanske agencijske kuće koja se otvoreno stavila u službu fašističkog režima. URI se obvezao na gradnju još tri radijske postaje, i to u Napulju, Milanu i Palermu. Političkih sadržaja u to rano vrijeme još nije bilo, ali ugovor je predviđao da se dva sata dnevno trebaju posvetiti vladinim objavama (ibid.).

Radio je početkom dvadesetih godina tek osvajao medijski prostor, a prve su slušatelje činili ljudi koji su se bavili radioamaterstvom ili su na neki drugi način bili povezani s tehnološkim iskoracima tog vremena. Radio im je bio profesionalno i/ili privatno zanimljiv, ali više kao tehnički i tehnološki iskorak u budućnost nego sadržajni ili ciljni politički projekt. Početkom 1925. URI je pokrenuo i tjednik *Radio Orario*, prvu radijsku publikaciju u Italiji. Krajem iste godine, 4. studenoga, Mussolini je prvi put gostovao u radijskom programu. Bio je to prijenos, tehnički vrlo loš, govora u rimskom Teatru Constanzi. Sljedeće su godine počele s radom radijske postaje u Milanu i Napulju.

Međutim, situacija se brzo mijenjala. Radijsko je emitiranje dobivalo na kvaliteti, a krug slušatelja se širio. Mnoge su europske države već podržavale ideju razvoja nacionalnih radiofonija, a iz Amerike su stizale vijesti o radijskom biznisu i popularnosti. Mussolini je počeo uviđati stvarnu snagu radija i URI mu je počeo smetati. Želio je čvršću povezanost režima i novog medija. Nakon izvještaja koji mu je isporučila ciljno osnovana komisija, odlučio je talijansku radiofoniju razvijati na specifičan način, kroz vrstu poslovne suradnje države i privatnih tvrtki.

Obostrani je interes bio lako prepoznatljiv. Država je zainteresiranim ulagačima mogla ponuditi administrativnu podršku, pa i monopol nad daljnjim razvojem radiofonije. Njezin su interes predstavljali programski sadržaji. Ulagači su isplativost projekta našli u uvođenju pretplate i prodaji radijskih prijamnika. Radi osiguranja provedbe dogovora o politizaciji radija zadnju je riječ opet imala državna vlast koja je sebi ostavila ukupan nadzor i ovlasti kojima je u svakom trenutku mogla raskinuti ugovorne obveze.

Na početku velike reforme razvlašten je URI i 1927. počeo je s radom Ente Italiano Audizioni Radiofoniche ili kraće EIAR. U prosincu iste godine

[138] Skromni počeci Agenzije Stefani datiraju još iz 1853. godine, www.lastefani.it (preuzeto u lipnju 2008.).

potpisan je koncesijski ugovor na čak 25 godina. Slijedom promjena utemeljena je Visoka radijska inspekcija (*Comitato Superiore di vigilanza sulle Radiodiffusioni*), krovno državno tijelo za nadzor EIAR-a i daljnji razvoj talijanske radiofonije. Njezinim članovima imenovani su visoki državni službenici s područja književnosti, novinarstva, umjetnosti, glazbe, poezije, kazališta i filma. Glavni zadatak inspekcije bio je nadzor nad programskim sadržajima, cenzuriranje nepodobnih tema i općenito kontroliranje (Cannistraro, 1972:130).

Radio u Italiji počeo se brzo i snažno razvijati. U kratkom vremenu, do 1928. godine, postavljena je osnovna infrastruktura za buduću nacionalnu radijsku mrežu. Postaje u Rimu, Milanu, Napulju, Bolzanu i Genovi emitirale su oko 17 sati programa na dan, uglavnom vijesti i glazbu. Informativne su emisije poput »Giornale Radio« uvedene 1929. godine izravnom odlukom vlade. Trajale su desetak minuta, šest puta dnevno. Budući da je i dalje glavni izvor vijesti bila profašistička Agenzia Stefani, riječ je bila o nizu hvalospjeva državnoj politici i ukupnim aktivnostima režima. Sjedište EIAR-a prebačeno je 1930. godine iz Milana u Torino, a dvije godine poslije u Rim. Program je tih godina sadržavao 70 posto glazbe (klasične, popularne, plesne), 12 posto vijesti i obavijesti, sedam posto sadržaja za djecu itd.[139]

U veljači 1931. godine počeo je s radom Radio Vatikan (*Radio Vaticana*). Emitirao je na dvije kratkovalne frekvencije, a instalaciju i opremu pribavio je Marconi. Od početka posvećen vlastitoj misiji, držao se vrlo distancirano od režima i njegove politike. Jedina politička tema o kojoj je Radio Vatikan iznosio svoje mišljenje bila je status i tretman katoličkih organizacija u Italiji. Neutralnost je zadržao i za Drugoga svjetskog rata, emitirajući program na četiri strana jezika, bez političke obojenosti. Emitira i danas, preko kratkog, dugog i srednjeg vala, satelita i interneta, nudeći emisije na čak 47 jezika.

EIAR i njegovi programi nisu obuhvaćali čitav državni teritorij, podjednako kao što je bio i malen broj prijavljenih radijskih uređaja. Prema podacima[140] za 1929. godinu u Italiji je bilo prijavljeno svega 50.000 prijamnika, ali se pretpostavlja kako ih je bilo mnogo više. Razlog neprijavljivanja

[139] Ruotolo, Mario: Il Contesto d'epoca Italia: Regime Facsista, www.iulm.it (preuzeto u rujnu 2008.).

[140] La Radio in Italia, http://www.museodellaradio.com/curiosita.htm (preuzeto u rujnu 2008.).

uređaja bila je pretplata koju je svaki vlasnik prijamnika bio obvezan platiti EIAR-u. Među registriranim vlasnicima najbrojniji su bili stanovnici bogatijeg i razvijenijeg sjevera, a jug Italije nije bio umrežen. Međutim, dvije godine poslije, 1931., brojka je bila znatno viša pa isti izvor navodi 242.000 pretplatnika.

Režim je 1933. osnovao i agenciju Ente Radio Rurale, čiji je zadatak bio uspostaviti radijski auditorij i u ruralnim dijelovima Italije, osobito u školama. Naravno, cilj cijele akcije bio je širiti fašističke poruke i ideologiju u svim dijelovima talijanskog društva. Radijski su prijamnici i zvučnici sustavno postavljani na trgovima, u uredima, domovima kulture, sportskim dvoranama i na igralištima kako bi se ostvarila ideja »kolektivnog auditorija«, kao jedna od najprogresivnijih zamisli radiofonije. Mussolinijev je cilj postao »radio u svakom domu», teza čiji je idejni tvorac bio Hitlerov ministar informiranja Goebbels.

Rat u Etiopiji, od listopada 1935. do svibnja 1936. godine, pružio je fašistima podlogu za pokretanje prve prave radijske propagandne kampanje u Italiji. Radi uspostavljanja potpune kontrole radijskih sadržaja, a osobito zbog komentara u vezi s Etiopijom, donesena je zabrana reemitiranja svih stranih programa. Međutim, područje Italije »pokrivali« su brojni snažni radijski signali stranih radijskih postaja, pa je takva odluka bila besmislena. Režimu je preostao jedino vlastiti propagandni mehanizam koji se morao uhvatiti ukoštac s drukčijim mišljenjima.

Ministarstvo za tisak i propagandu vodio je Mussolinijev zet, grof Gian Galeazzo Ciano, tražeći pravi »model upravljanja«» za radijski medij. Mladi Ciano nije uspio osmisliti efikasna rješenja pa je 1937. godine talijanska radiofonija »udomljena« u Ministarstvu narodne kulture (*Ministero dalla Cultura Popolare*) ili kraće MinCulPopu, koje je nastalo kao sljednik dotadašnjeg Ministarstva za tisak i propagandu. Ministarstvo je okupljalo tisak, radio, kazalište i film. Bilo je to već »prepisivanje« Goebbelsa jer je tako funkcionirao i njegov ProMi, najmoćnije ministarstvo u nacističkoj Njemačkoj.

Unatoč naporima, pa i nemalim novčanim sredstvima koje je režim uložio u širenje radiofonije, radijski je prijamnik u Italiji bio luksuz, a velik dio stanovnika izvan dosega radijskog signala. Krajem 1937. godine, kad je Italija raspolagala sa 18 velikih odašiljača, EIAR je imao svega 800.000 registriranih pretplatnika (Cannistraro, 1972:138). Međutim, radio je

Slika 46.
Radio Balilla (1937.)

uhvatio korijen i brojka je sustavno rasla. Sljedeće je godine bilo već milijun pretplatnika.

Pod snažnim pritiskom Mussolinija i Ministarstva za tisak i propagandu u travnju 1937. u tvrtki Magnadyne u Torinu proizveden je Radio Balilla[141] (Slika 46.).

U Njemačkoj je na tržištu već bio sličan jeftini prijamnik, »Volksempfänger«, opet plod razmišljanja lukava Goebbelsa. Cilj proizvodnje jeftinih radijskih prijamnika bila je politički osmišljena akcija širenja kruga slušatelja. Niska je cijena bila prihvatljiva širokim slojevima stanovnika, a popularnost radija nije bila upitna. Uz glazbu bilo je lako plasirati i brojne političke poruke i emisije.

Radijski je program idućih godina obogaćen novim političkim sadržajima. Uz »Giornale Radio«, u program je uvedena emisija »Komentari dnevnih događaja» (*Commenti ai Fatti del Giorno*), kao pregled međunarodnih zbivanja komentiranih kroz tekstove uglednih profašističkih novinara. Izbor događaja i osnovne smjernice teksta koji su trebali napisati novinari su dobivali od Ureda za strani tisak pri Ministarstvu. Emisija

[141] Naziv je dobio prema fašističkoj organizaciji za dječake u dobi od osam do petnaest godina, koja je utemeljena u travnju 1926. godine. Organizacija fašističke mladeži nazvana je Opera Nazionale Balilla ili ONB, a činile su je dvije grupe za dječake (Balilla i Avanguardisti) te grupa za djevojčice (Piccole Italiane). »Balilla« je, prema priči, bio nadimak dječaka iz Genove koji se 1746. godine borio u ustanku Talijana protiv Austrijanaca.

je emitirana u večernjim satima kako bi ostvarila slušanost kod srednje i starije populacije. Za Drugoga svjetskog rata »Komentari« su postali vrlo važna propagandna emisija.

Neposredno prije ulaska u rat Visoka je radijska komisija prema Mussolinijevoj naredbi podijelila radijske aktivnosti na domaće i inozemne te službu za presretanje signala. Prikupljanje i distribucija vojnih vijesti povjerena je redakciji Centro Radio Guerra, a političke su se vijesti primale i priređivale za emitiranje u emisiji »Giornale radio«.

Na temelju sporazuma koji je potpisan 1940. između predstavnika talijanske i njemačke radiodifuzije talijanski je radio intenzivirao protužidovsku propagandu i zabranio izvođenje sve glazbe koja je na neki način bila povezana sa Židovima. Vijesti su u ratnim okolnostima tretirane kao dio propagande. U tu je svrhu, odmah nakon ulaska Italije u rat, održan koordinacijski sastanak Visoke radijske komisije s posebnim savjetnicima u vojsci, mornarici i zrakoplovstvu. Dotadašnji uobičajeni sportski i zabavni sadržaji drastično su reducirani u korist vojnih i ratnih tema.

Do kraja 1941. godine utemeljene su i dvije nove emisije za podizanje vojne spremnosti – »Borbeni radio« (*Radio del Combattente*) i »Vojnički sat« (*L'Ora del Soldato*). U siječnju sljedeće godine počela se emitirati i politička emisija »Gospodin X« (*Signor X*), u kojoj su na sarkastičan i ironičan način komentirane savezničke vođe, osobito Roosevelt i Churchill.

U Drugom svjetskom ratu strani su programi predstavljali velik problem fašističkom režimu. U međuvremenu je i u Italiji stasalo nekoliko antifašističkih, a samim tim i ilegalnih radijskih postaja. Najpoznatiji među njima bili su Radio Italia i Radio Libertà, čiji su djelatnici sustavno proganjani. Unatoč tomu emitiranje se nastavljalo.

Kako se rat bližio kraju, saveznici su preuzeli kontrolu nad radiofonijom na jugu Italije, a potom i nad ostalim teritorijem. EIAR je u listopadu 1944. godine preimenovan u RAI (*Radio Audicioni Italiane*) te je i dalje upravljao talijanskom radiofonijom. Broj pretplatnika sustavno je rastao, pa je tako 1949. bilo registrirano više od dva i pol milijuna pretplatnika (Padovani, 2004:68).

Pojavom televizije RAI je 1954. godine postao Radiotelevizione Italiana. Državni se radijski monopol u Italiji zadržao sve do 1976. kad je odobreno

osnivanje privatnih komercijalnih radijskih postaja. Danas javni servis RAI ima tri radijska programa (Radio 1, Radio 2, Radio 3) nacionalne čujnosti koje sluša gotovo polovina stanovnika Italije. Ostatak medijskog prostora dijeli četrnaest komercijalnih radijskih mreža u privatnom vlasništvu.

4.2. Radio u Njemačkoj

Iako se talijanska radiofonija prvih godina razvijala bez većih ideja, nacistička joj je radiofonija dala obrazac razvoja u tridesetim godinama. Njemački je model po mnogočemu bio jedinstven i nadasve okrutan u provođenju radijske propagande. Danas se razdoblje od dolaska Hitlera na vlast pa do kraja Drugoga svjetskog rata uzima kao primjer krajnje zloupotrebe radijskog medija.

Prve su radijske postaje u Njemačkoj utemeljene na regionalnom kriteriju, pa je tako 1923. i 1924. počelo s radom devet radijskih postaja. Prva je utemeljena 29. studenoga 1923. u Berlinu (*Funk-Stunde AG*), a iduće su godine slijedile postaje u Leipzigu, Münchenu, Frankfurtu, Hamburgu, Stuttgartu, Breslau, Könisbergu i Münsteru (Peck, 1983). Navedene su radijske postaje, s jasno definiranim vlasnicima (među njima nije bila država), morale poštovati kruta pravila emitiranja koja je propisalo Ministarstvo unutarnjih poslova, što je jasno ukazivalo na ozbiljnost kojom je država dočekala radijski medij.

Njemački radio *(Reichs Rundfunk Gmbh)* ili skraćeno RRG osnovan je u svibnju 1925. u Berlinu kao javna kompanija nadležna za nadzor i koordinaciju rada radijskih postaja. Time je država osigurala utjecaj na program, a potrebnu snagu u poslovima kontrole stekla je uvjetom prema kojem je svaka, postojeća i buduća, postaja morala RRG-u prepisati izvjestan broj dionica. Dio tih paketa proslijeđen je Ministarstvu pošte. Ministarstvo pošte nadziralo je RRG, a raspolagalo je i ukupnom (državnom) infrastrukturom potrebnom za emitiranje te pravom na izdavanje dozvola.

Važno tijelo njemačke radiodifuzije bilo je i Ministarstvo unutarnjih poslova koje je imalo pravo kontrolirati sadržaje radijskih programa. Weimarska je republika, unatoč nekoliko prosperitetnih godina, snažno osjetila svjetsku financijsku krizu 1929. godine, koja je rezultirala velikom nezaposlenošću u Njemačkoj. Osim toga nezadovoljstvo Versajskim ugovorom,

rascjepkanost zemlje i političkih stranaka, nepovjerenje u demokraciju, a osobito ustavni propusti, vodili su prema dolasku nacista na vlast.

Nacisti su vrlo brzo prepoznali moć radija pa su još i prije dolaska na vlast tražili radikalne izmjene u programu i načinu financiranja. Među zahtjevima isticali su »čišćenje« programa od svih stranih utjecaja i povratak tradicionalnim njemačkim vrijednostima, snažnu politizaciju radija (zapravo više prostora za svoje nastupe) i ukupnu reorganizaciju emitiranja. Reorganizacija je podrazumijevala nacionalizaciju radijskih postaja i uvođenje središnjega kontrolnog (državnog) tijela za radiodifuziju, čime bi se Ministarstvu pošta oduzela ovlast nad radijskim postajama.

Kratkotrajni boravak Franza von Papena na poziciji njemačkoga kancelara, upravo uoči dolaska Hitlera na vlast, rezultirao je svojevrsnom pripremom njemačke radiofonije na diktaturu koja je uslijedila. Von Pappen je u srpnju iste godine naredio svim nezavisnim njemačkim postajama da osiguraju jedan sat dnevnog emitiranja za emisiju »Glas njemačke vlade« (*Die Stunde der Reichsregierung*). Bila je to priprema za snažnu propagandnu akciju koja je trebala uslijediti i uvod u radikalne promjene u sustavu emitiranja. RRG i sve regionalne radijske postaje postale su javne kompanije, a privatni dionički udjeli u njima morali su biti prepisani državi, od čega je 51 posto ostao državi, a 49 posto pripalo je regijama.

U srpnju 1932. podržavljene su sve njemačke radijske postaje, osnovana je Državna komisija kao središnje nadzorno tijelo, te dvije potkomisije. Jedna se bavila financijskim i tehničkim poslovima (dotadašnji poslovi Ministarstva pošte), a druga programskim sadržajima (dotadašnji poslovi Ministarstva unutarnjih poslova). Radikalne poteze osmislio je Erich Scholz, nekadašnji ministar policije i član NSDAP-a.[142]

Adolf Hitler (1889. – 1945.) imenovan je njemačkim kancelarom 30. siječnja 1933. godine. U večernjim satima 27. veljače 1933. buknuo je požar u zgradi njemačkog parlamenta, Reichstagu, koju su zapalili nacisti kako bi za to mogli optužiti svoje političke protivnike. Zgrada, koju je Goebbels nazivao »zgradom brbljarija«, izgorjela je do temelja, a s njom i zadnji ostaci Weimarskog ustava i republike. Idućih su dana i mjeseci donesene brojne

[142] *Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei* ili Nacionalsocijalistička njemačka radnička partija utemeljena je 1919. godine kao Njemačka radnička partija. Ime u NSDAP promijenila je 24. veljače 1920.

restriktivne mjere kojima su ukinute sve individualne slobode, ograničena sloboda tiska, zabranjeno svako okupljanje i udruživanje, poništena tajnost pisama, uvedena kontrola nad poštanskim, telegrafskim i telefonskim komunikacijama, dopušteno upadanje i pretresanje stanova, rekviriranje i konfisciranje imovine. Vrlo brzo su utemeljeni i prvi koncentracijski logori. Od svih političkih stranaka ostao je jedino Hitlerov NSDAP.

Dolaskom na vlast nacisti su dobili dragocjen dar. Dobili su uhodan i za ono vrijeme tehnički i tehnološki suvremen telegrafski, telefonski i radiofonski sustav. Trebalo ih je još samo kadrovski »preurediti«, što je podrazumijevalo otpuštanja (ili nešto još i gore) i postavljanje provjerenih ljudi.

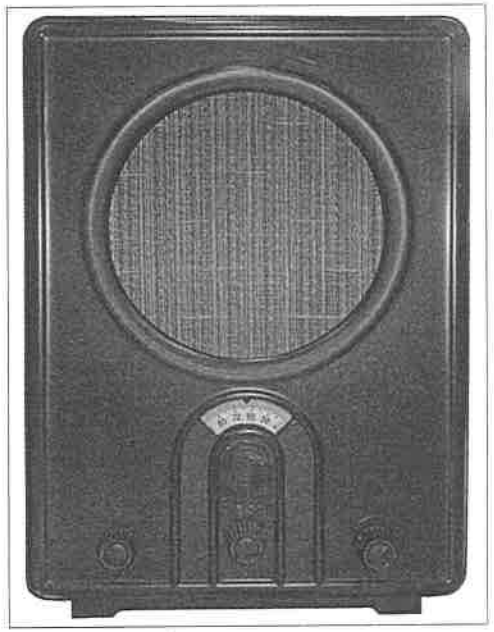
U ožujku 1933. godine Joseph Goebbels imenovan je ministrom jednog od najvećih i najmoćnijih tijela u novoj vladi, Ministarstva narodnog prosvjetiteljstva i propagande (*Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda*), skraćeno RMVP. Dobio je u nadležnost sve kulturne i intelektualne sadržaje na prostoru cijele države. Ministarstvo propagande (*Propagandaministerium)* ili skraćeno ProMi postalo je središnja i najviša strateška, nadzorna i operativna institucija svih planova za afirmaciju nacističkog režima.

Joseph Paul Göbbels (1897. – 1945.) bio je jedan od najobrazovanijih nacističkih vođa koji se još 1924. učlanio u NSDAP, stavljajući svoj zločinački um u službu stranke, osobito u promidžbenim akcijama. Hitler ga je 1929. imenovao stranačkim direktorom za promidžbu, a izborne su pobjede bile dobrim dijelom rezultat Goebbelsova predana rada.

Od 1933. godine ProMi je sustavno rastao. U početku je imao pet glavnih ureda: za propagandu, radio, tisak, film i kazalište. Isti je status uskoro dodijeljen književnosti, a potom i glazbi te umjetnosti. Do 1941. ProMi je imao čak sedamnaest posebnih odjela, u kojima je bilo zaposleno oko tri i pol tisuće ljudi.

Još je jedna važna ustanova utemeljena u rujnu 1933. godine. *Reichkulturkammer*, skraćeno RKK ili »Komora za kulturu«, bio je mjesto okupljanja kreativnih pojedinaca s različitih područja radi osmišljavanja duhovnoga i kulturnog jedinstva, naravno pod ProMijevim nadzorom. RKK sastojao se od sedam odjela: glazbe, umjetnosti, kazališta, književnosti, tiska, radija i filma (Herzstein, 1979:123-129). Goebbels je bio središnja osoba koja je objedinjavala niz najviših funkcija. Bio je ministar propagande,

Slika 47. Volksempfänger



predsjednik RKK-a i glavna osoba za stranačku promidžbu. Budući da je radijska propaganda bila vrlo važna, Goebbels je bio i predsjednik Njemačkog radija (RRG-a).

Međutim, većina kućanstava u Njemačkoj, osobito izvan gradova, nije imala radijske prijamnike. Postavljanje zvučnika na javnim mjestima i okupljalištima nije bilo dovoljno. Geobbelsova je zamisao bila vrlo jednostavna: ako je radijski program među glavnim sredstvima propagande, onda ga ljudi moraju čuti. Stoga je već u svibnju 1933. počela masovna proizvodnja jeftinih radijskih prijamnika (Slika 47.). Novi je »narodni« radijski prijamnik (*Volksempfänger*) stajao 76 maraka, što je bilo upola manje od dotadašnje cijene.

Goebbelsu se žurilo. Želio ga je predstaviti na 10. radijskoj izložbi koja je u kolovozu iste godine trebala biti održana u Berlinu. Prvih je sto tisuća prijamnika već bilo na tržištu kad je izložba otvorena.

»Što je tisak bio za 19., bit će radio za 20. stoljeće (...) Želimo radio koji dolazi narodu, radio koji radi za narod, posrednika između vlade i naroda, koji i izvan naših granica daje sliku našeg života i rada. (...) Ovogodišnja se Radijska izložba otvara u tom duhu. Temeljna je misao narodni

prijamnik. Njegova niska cijena privući će mase u radijske slušatelje. (...) Tako ćemo zajedno ostvariti naše ciljeve. (...) Otvorit će (radio, op. a.) nove puteve ne samo u političkom životu Njemačke već u cijelom svijetu«,[143] rekao je Goebbels prilikom otvorenja. Imao je pravo. Nacisti su prvi put u radijskoj povijesti iskoristili sve mogućnosti koje radio pruža.

Radijski su prijamnici postigli golem uspjeh. Dotadašnjih 4,3 milijuna prijamnika, koliko ih je bilo uoči 1933. godine, povećalo se do kraja 1934. na 8,2 milijuna. Početkom 1938. registrirano je čak 9,1 milijun prijamnika, svako drugo kućanstvo raspolagalo je jednim, a brojka je i dalje rasla. Početkom 1939. bilo je 10,8 milijuna, a 1941. Njemačka je imala 15 milijuna registriranih prijamnika, dosežući tako do gotovo 50 milijuna slušatelja (Bergmeier, Lotz, 1997:9). Narodni je radio bio najuspješniji nacistički proizvod.

Narodni je prijamnik obavio svoj zadatak jer je Goebbels u cirkularnom pismu ProMija iz 1936. s oduševljenjem pisao o transformaciji radija u najoštrije propagandno oružje i vrhunsku političku silu. »Prije nacionalsocijalista njemački su radio vodili amateri...«, zaključio je. Iste je godine predstavljena i poboljšana verzija prijamnika po cijeni od 65 maraka, a potom se 1938. na tržištu pojavio manji i jeftiniji model po cijeni od 35 maraka.

Radio je bio središnja točka Goebbelsove promidžbene strategije. Kombinacija »bombardiranja uma« radijskim programom i stvarnih zračnih napada činila mu se nepobjedivom. Odjel za radio u ProMiju bio je najveći odjel u Ministarstvu. Po važnosti nalazio se odmah iza Propagandnog odjela. Koordinirao je sve radijske programe, dogovarajući sadržaje, emitiranje i reemitiranje među 26 radijskih postaja na području Njemačke, koje su činile mrežu njemačkog radija. Od toga je 13 radijskih postaja imalo regionalnu snagu, a ostale su bile lokalnih dometa. Najjači i najvažniji radio bio je Radio Berlin, a uskoro su lokalne radijske postaje postale njegovi svojevrsni »zvučnici«, odnosno reemitirale su u cijelosti njegov program. Iako se po sadržajima i glazbi nisu razlikovali od Radio Berlina, regionalne su radijske postaje ipak emitirale jedan dio vlastitog programa koji je, ako zatreba, smjesta morao biti prekinut. Većinom je bila riječ o hitnom i važnom priopćenju o novim njemačkim vojnim uspjesima.

[143] Goebbels, Joseph: Der Rundfunk als achte Großmacht, www.calvin.edu (preuzeto u lipnju 2008.).

Drugi, ali ne manje važan posao Odjela za radio bio je nadziranje i slušanje stranih radijskih programa. Taj je dio posla obavljao tzv. servis za izviđanje (*Erkundungsdienst*). Budući da su mnogi stanovnici Njemačke potajice slušali strane programe, na svaku je informaciju koja bi mogla štetiti raspoloženju stanovnika i vojske trebalo pravodobno reagirati. Upravo su stoga dnevna izvješća morala čim prije stići do Goebbelsa i njegovih suradnika kako bi njemački radio pripremio odgovor prije nego što se počnu širiti glasine. Isti je servis opskrbljivao Goebbelsa vojnim, gospodarskim i političkim informacijama o neprijateljima.

Odjel za radio sustavno je rastao sve do 1945., a brojio je 21 ured s gotovo dvije tisuće zaposlenih. Bio je najveći odjel cijelog Ministarstva, a nakon propagandnog i najvažniji (Bergemeier, Lotz, 1997:9). To je podatak koji dovoljno oslikava važnost radija u propagandnoj mašineriji Trećeg Reicha. Međutim, glomazne je sustave bilo teško kontrolirati pa je još čvršće nego prije provođeno pročešljavanje sustava u potrazi za neistomišljenicima. Među nižim činovnicima strah je bio stalno prisutan.

Podjednako kao i u Americi, ljudi su se naviknuli na radio koji je postao sastavni dio svakodnevnog života. Jednostavan i jeftin »narodni« prijamnik najbolje je primao njemačke radijske signale. To, naravno, nije bilo slučajno. Međutim, stručniji i tehnički obrazovaniji ljudi znali su preurediti svoje prijamnike, želeći poslušati i druge radijske programe izvan Njemačke. Takva je aktivnost u listopadu 1939. proglašena kaznenim djelom. Ubuduće su novi narodni prijamnici koji su bili spremni za prodaju imali na sebi zataknutu papirnatu obavijest ovog sadržaja: »Razmislite o sljedećem: slušanje stranih radiopostaja zločin je protiv nacionalne sigurnosti našeg naroda. Führer je naredio kažnjavanje sa zatvorom i prisilnim radom.«[144] Vlast je često podsjećala na zabranu, naglašavajući kako je slušanje stranih programa subverzivna djelatnost.

Rezultat prijetnji bio je naravno golem strah koji su nacisti uspjeli posijati među sunarodnjacima. Svatko, osim članova obavještajnih službi, tko je bio zatečen u slušanju stranih radijskih programa, likvidiran je po kratkom postupku. Uoči završetka rata, kad je bilo jasno da će Njemačka biti

[144] Aylett, Glenn: Hitler's Radio (*Das Abhören Ausländicher Sender ist eine Verbrechten gegen die nationale Sicherheit Volkes. Es wird auf Befehl des Führers mit schweren Zuchthausstrafen geahndet.*), www.radiodiffusion.org (preuzeto u lipnju 2008.).

poražena, Njemački je radio i dalje objavljivao lažne izvještaje o vojnim uspjesima. Tako je dolazak saveznika u Njemačku za mnoge preplašene civile bio pravo iznenađenje!

Specifičnost njemačke ratne radiofonije detaljnije su izložene u petom poglavlju knjige pod nazivom »Radio u Drugome svjetskom ratu«.

4.3. Roosevelt: Radijski predsjednik

Politička se uloga radija snažno afirmirala u Americi početkom tridesetih godina 20. stoljeća. Međutim, bila je drukčija od dosad spomenutih primjera. Njezin idejni tvorac bio je dugogodišnji američki predsjednik Roosevelt koji je prvi među suvremenicima uveo radijski medij u politiku poštujući radiofoničnost. Dao je izvrstan primjer mnogim drugim političarima i s razlogom je stekao naziv »radijskog predsjednika«. Roosevelt je izabran za predsjednika četiri puta, i to 1933., 1937., 1941. i 1945. godine. Smrt ga je zatekla na početku četvrtog mandata, u travnju 1945. godine. Bila je to najduža predsjednička funkcija u američkoj povijesti.

Franklin Delano Roosevelt (1882. – 1945.) potjecao je iz ugledne i dobrostojeće newyorške obitelji. Školovao se na Harvardu i 1911. godine postao predstavnik Demokratske stranke u državi New York. Nakon mornaričke karijere stranka ga je u predsjedničkoj kampanji 1920. nominirala za potpredsjedničko mjesto (James M. Cox bio je nominiran za predsjednika). Pobjedu je odnio republikanac Warren Harding pa su Rooseveltove političke ambicije morale još malo pričekati. Međutim, nedugo nakon spomenutih izbora dijagnosticirana mu je vrlo ozbiljna bolest[145] koja je prijetila potpunom paralizom donjih ekstremiteta. U dobi od 39 godina našao se suočen s invalidnošću koja ga je, prema svim procjenama, trebala zauvijek udaljiti iz politike.

Sljedećih se godina posvetio rehabilitaciji, ni sam ne vjerujući u mogućnost ponovne političke aktivnosti. Međutim, odlaskom Smitha u predsjedničku kampanju 1929. godine popustio je nagovaranjima. Iako invalid, bio je stabilna zdravlja i upustio se u kampanju za mjesto newyorškoga guvernera.

[145] Smatra se da je Roosevelt bolovao od poliomijelittisa ili dječje paralize, ali novija istraživanja govore da je bila riječ o Guillain-Barréovu sindromu. Bolest karakterizira prvo slabost u donjim ekstremitetima (tzv. gumene noge), a potom se najčešće širi dalje, prema mišićima lica. Posljedično uzrokuje paralizu, pa i smrt.

Pobjeda mu je donijela mandat od 1929. do 1933. godine, tijekom kojeg se znatno počeo oslanjati na radijski medij. Bilo je to vrijeme pune radijske afirmacije iako medij još nije bio prepoznat kao politički utjecajna snaga u društvu. Rooseveltu su nastupi u studiju pružali zaštitu od znatiželjnih pogleda zbog njegova otežanog hoda ili stajanja. Ne manje važan razlog za odluku o korištenju radija kao sredstva političke promidžbe bila je njegova popularnost, ali i Rooseveltovo dobro snalaženje pred mikrofonom.

Slika 48. Franklin D. Roosevelt

Već u ožujku 1929. prvi je put govorio na WGY-ju,[146] što su prenosile sve postaje povezane u ondašnju NBC-ovu mrežu. Tema govora bio je oporavak poljoprivrede u toj državi. Jednostavnom uvodnom najavom, netipičnom za politički govor, privukao je željenu pozornost. »Ako samo na trenutak zastanete…[147]«, rekao je Roosevelt i time najavio radikalan zaokret u dotadašnjoj političkoj komunikaciji. Prijateljski i ležeran govor bio je početak forme koja je poslije, u vrijeme kad je bio američki predsjednik, dobila naziv »razgovora uz kamin« (*fireside chats*).

Tijekom senatorskog mandata zabilježeno je 39 Rooseveltovih radijskih nastupa koji su predstavljali dragocjeno iskustvo u budućim političkim planovima. Naučio je obratiti pozornost na dužinu govora, poštovati radijske rasporede i planove emitiranja, paziti na eventualnu konkurenciju u eteru (popularne programe s istim vremenom emitiranja) i koristiti se riječima koje su svi mogli razumjeti. Tijekom svakoga govora tražio je povratnu informaciju, pismo koje je trebalo »odgovoriti« na njegov nastup, prokomentirati glavnu temu i iznijeti mišljenje slušatelja. Bio je to još jedan u nizu novih standarda medijske komunikacije koja je upravo zbog povratne informacije (*feedbacka)* prvi put ostvarila dvosmjernost.

[146] WGY je bio najstarija radijska postaja u New Yorku i ponos kompanije General Electric. Bio je moderan i tehnološki napredan, sklon brojnim inovacijama.

[147] (u nastavku)… shvatit ćete da prosperitet našega grada ovisi o našim poljoprivrednicima… itd.

Pisma je pažljivo pregledavala posebna služba, čija je zadaća bila ne samo odgovoriti na postavljena slušateljska pitanja nego utvrditi kako su primljeni Rooseveltovi nastupi. Bila su to prva »istraživanja« radijske publike, a saznanja su korištena za planiranje sljedećih nastupa. Na temelju broja pisama koje bi postaja dobila nakon svakog nastupa Roosevelt je mogao otprilike pretpostaviti kakva je publika kojoj se obraća. Naravno, bila je to ponajprije grupa pismenih slušatelja, ali njihovi su komentari otkrivali puno više. Skupljajući dragocjene informacije o glasačima i odgovarajući na njih u sljedećem radijskom istupu, uspijevao je stvoriti ključan preduvjet kvalitetne komunikacije – koherentnost. Inzistirajući na daljnjem »dopisivanju«, ostavljao je dojam vođe kojem je stalo do mišljenja tzv. malog čovjeka, što je bio izvrstan uvod za sljedeći korak: kreiranje osjećaja pripadnosti i zajedništva. Isti je pristup interpersonalne komunikacije s odgodom primijenio i poslije na predsjedničkoj razini. Bila je to, kako bilježe brojni novinarski i povijesni izvori, Rooseveltova »čarolija« ili, prema Ryfeu (1999:89), komunikacija između »prijateljskih susjeda« (engl. *friend-next-door*).

Krajem senatorskog mandata Rooseveltove su teme radijskih nastupa postajale sve šire. Umjesto lokalnih, kojima se bavio protekle tri godine, okretao se nacionalnom programu oporavka zemlje. Bilo je očito kako planira iskorak u više razine političke vlasti. Bilo je to vrlo ambiciozno jer je Amerika ušla u razdoblje teške gospodarske krize u kojoj je svaki četvrti Amerikanac bio nezaposlen. Više od deset tisuća banaka bilo je zatvoreno i uštedevine su jednostavno nestale. Tisuće su ljudi ostale bez domova, ulice su preplavili prosjaci i redovi pred javnim kuhinjama. Osim toga nezapamćena je suša poharala polja pšenice i kukuruza. U takvoj je situaciji, osim hitnih i konkretnih reformi, ljude trebalo pridobiti za političke zaokrete i politiku »novog ugovora« (engl. *New Deal*) te im uliti vjeru kako nova vlada zna i može izvući zemlju iz krize. Bila je to opet potpuno nova uloga radijskog medija. Radio se pojavio kao ključni komunikacijski kanal za krizne situacije.

Roosevelt je nakon izbora za predsjednika nastavio s radijskom nastupima, opravdano stječući naslov »radijskog predsjednika«. Suradnja s radijskim mrežama omogućila mu je istovremeni pristup najširem političkom forumu koji se u to vrijeme uopće mogao ostvariti. Radijski je

medij 1933. obuhvaćao čak 56 posto ukupnoga američkog stanovništva. Za svega tri godine, 1936., brojka je narasla na čak 73 posto (Jackaway, 1995:136). Bio je sastavni dio života prosječnog Amerikanca, moćna navika koja se konzumirala čitavog dana i večeri, izvor zabave i informacija. Međutim, okretanje već etabliranom mediju bilo je uzrokovano vrlo konkretnim razlozima.

Radijskim je nastupima uspijevao ostvariti nekoliko važnih ciljeva: (a) neutralizirati napade iz neprijateljski raspoloženog tiska, (b) prikriti vlastitu bolest, (c) dosegnuti auditorij u najzabačenijim dijelovima Amerike i pri tomu (d) besplatno ga informirati o novim gospodarskim planovima i političkim odlukama. Iako su u cijelosti logični, ovim je razlozima potrebno detaljnije objašnjenje.

Dio vlasnika utjecajnih dnevnika i tjednika nisu simpatizirali Roosevelta niti podržavali *New Deal*. Pritajeno neprijateljstvo postajalo je otvorenije, a kritike sve oštrije. Roosevelt nije mogao intervenirati u tisak, ali je mogao uzvratiti na napade preko radija. Radio je bio brži i mogao je hitro reagirati. Osim toga Roosevelt je imao povjerenja u radio zato što je uvijek nastupao izravno, bez snimanja. Tako je imao apsolutnu kontrolu nad izgovorenim sadržajem, što nije bio slučaj s tiskom u kojem se naknadnim uredničkim intervencijama, makar samo u naslove i fotografije, sadržaju mogla dati potpuno drukčija poruka. Roosevelt je bio iskusan političar koji je znao što želi i kako to želi učiniti.

Drugi, ali ne manje važan razlog bilo je Rooseveltovo zdravlje. Naime, bolest je sporo, ali sustavno napredovala. Katkad je hodao bez tuđe pomoći, katkad uz pomoć supruge ili prijatelja, najčešće sa štapom, katkad i dva. Invalidska su kolica bila neizbježna. U vječitu strahu da će mu noge popustiti i da će jednostavno pasti, Roosevelt se fokusirao na medij koji je mogao skriti njegova pomagala za hodanje podjednako kao što je mogao prikriti slučaj iznenadne slabosti i gubitka ravnoteže. U vrijeme kad je zemlje bila u dubokoj gospodarskoj krizi, teško da bi invalidnost bila dobra osnova za stvaranje povjerenja u vođu i njegovu politiku. Osim toga ne treba zanemariti Rooseveltove verbalne i neverbalne vještine.

Poruke poslane eterom dopirale su do zabačenih mjesta kamo tisak nije stizao, a bile su razumljive i nepismenim ljudima. Umreženost američke radiofonije obuhvaćala je više od polovice zemlje i Roosevelt je mogao

biti siguran da će njegove poruke stići do golemog broja slušatelja. Popularnost radijskog medija, ali i ozbiljnost gospodarske situacije nije ostavljala prostora dvojbama o slušanosti predsjedničkih nastupa. Uza sve navedeno, medij je bio besplatan, što je s obzirom na duboku krizu bila golema prednost.

Zašto su radijske mreže bile tako sklone Rooseveltu? Popularnost i slušanost nisu bile dvojbene, pri čemu politički sadržaji zasigurno nisu predstavljali ključ tog uspjeha niti programsku obvezu. Objašnjenje takvoga uslužnog stava prema američkom predsjedniku proizlazi iz novoga institucionalnog ustrojstva radiofonije u Americi. Naime, Roosevelt je na temelju predsjedničkih ovlasti 26. veljače 1934. godine uputio Kongresu prijedlog za osnivanje novog tijela, Savezne komisije za komunikacije. To je tijelo trebalo imati potpun nadzor nad radom svih postojećih radijskih kompanija u Americi te izravno odlučivati o novima.

Inicijativa je rezultirala usvajanjem novog zakona *Communications Act* u lipnju iste godine. Zakon je uspostavio Saveznu komisiju za komunikacije (*Federal Communications Commission* ili *FCC*), izvršno i kontrolno tijelo za sve komunikacijske resurse u državi. Dotadašnja Savezna radijska komisija (FCR) prestala je s radom. Nova je komisija bila sastavljena od sedam servisa, među kojima se nalazio i medijski (engl. *Media Bureau*). Medijski servis bio je posvećen postojećim elektroničkim medijima, pri čemu je, između ostalog, odlučivao i o dobivanju, produženju ili oduzimanju licencija za emitiranje. Osim toga direktore servisa imenovao je američki predsjednik.

Savezna je komisija za komunikacije postala najmoćnije kontrolno tijelo američke radiofonije sa širokim rasponom nadležnosti, svojevrsni »prometni policajac« za nadzor radiofonije (Aylesworth,[148] 1935:114-118). Roosevelt je kreirao i dozirao njezinu snagu i utjecaj, što su i te kako dobro znali vlasnici radijskih licencija. Svaki je kritički ton o predsjedniku ili njegovim potezima mogao izazvati vrlo neugodne posljedice. Roosevelt je tim potezom zapravo ograničio slobodu radijskog medija i neizravno ga podredio vlastitim političkim ciljevima. Radijski novinari koji bi se usudili kritizirati ga mogli su lako i brzo dobiti iznenadne otkaze, uz lošu »preporuku« za svako daljnje zaposlenje na radijskim mrežama (Brown, 1998:15).

[148] Merlin Hall Aylesworth (1886. – 1952.) bio je prvi predsjednik NBC-ove mreže.

Zašto je Roosevelt tako »pokorio« radijski medij? Imao je otvoren pristup mrežama koje su na njegove nastupe gledale kao uvažen i slušan sadržaj. Zbog čega mu je onda trebalo svojevrsno zastrašivanje? Objašnjenje nalazim u oprezu u postupanju s medijima, pa i nepovjerenju zato što su radijske mreže ipak bile u privatnim rukama. Taj je pak potez predstavljao osiguranje od mogućeg neposluha, pa i eventualnog udruživanja radija s tiskom, što *New Deal* ne bi izdržao. Osim toga trebala mu je široka podrška koju je radio tada jedini mogao pružiti. Bez obzira o kakvom je programskom sadržaju bilo riječi, posebno u zabavnim emisijama, očito je htio biti siguran da će svaki komentar *New Deala* biti afirmativan. I ovdje se pokazalo koliko je dobro poznavao medijski karakter, a osobito koliko je točno procijenio njegovu moć.

Međutim, Roosevelt se i odužio radiju. Promovirao ga je u ozbiljan i politički istaknuti medij, a svojim je nastupima postavio standarde moderne političke komunikacije. Među svim radijskim nastupima posebnu pozornost privlače »razgovori uz kamin« (engl. *fireside chats*[149]), serijal tematskih Rooseveltovih radijskih govora. Bilo ih je 27, od čega je prvi emitiran 12. ožujka 1933., a zadnji 12. lipnja 1944. godine. Naziv *fireside chats* nastao je naknadno, na prijedlog CBS-ova direktora u Washingtonu i precizno je ocrtao upravo ono što je sam Roosevelt želio postignuti. Asociranjem na ozračje opuštene kućne atmosfere intonirala se povjerljivost prijateljskog razgovora, praćena osjećajem intimnosti koji je moguće ostvariti upravo kod kuće, u vlastitu domu.

Radio je na temelju dosadašnjih uspjeha u »vizualizaciji« radiodrama savršeno odgovarao toj zamisli. To nam opet govori koliko je dobro Roosevelt poznavao medijski karakter. Pretpostavlja se kako je i on sam, osobito u vrijeme svojih intimnih kriza, suočen s posljedicama bolesti koja ga je pogodila, bio pažljiv slušatelj i analitičar radijskih programa.

Uz prve zaključke o karakteru medija i pravilima koja bi trebalo poštovati, Rooseveltove su neverbalne komunikacijske odlike bile izuzetno važne. Ponajprije je to bio zvuk njegova glasa[150] koji se ocjenjivao kao izrazito

[149] »Chat« je izraz za neformalni i opušteni razgovor, više brbljanje i čavrljanje.

[150] Zvuk glasa sadrži opću ljudsku i osobnu sliku, u koju je prirodno ukodirana naša anatomija, senzualnost i temperament. Na temelju glasa može se stvoriti i slika o inteligenciji, stupnju naobrazbe, vrsti zanimanja, mjestu življenja, pripadnosti određenom društvenom sloju i sl. (Škarić, 2000:147-149).

ugodan i lak za slušanje. Nadalje, svjesno je ukinuo udaljenost koja ga je dijelila od prosječnog Amerikanca jer je progovorio univerzalnim »američkim jezikom«, bez izraženog naglaska koji bi otkrivao njegovo podrijetlo i naobrazbu. Slijed misli, kao i kreiranje atmosfere, nikada nije remetio banalnim pogreškama poput izričaja, nakašljavanja ili »pročišćavanjem grla«.

Govori su bili precizno pisani, oslonjeni na jednostavne i svakodnevne riječi, bez »kompliciranih« ili teških izraza. Bila je to osmišljena i ciljna simplifikacija koja je trebala rezultirati visokim stupnjem razumijevanja poruka koje je kanio poslati. Nije to bio nimalo jednostavan zadatak, osobito kad je bilo riječi o gospodarskim temama. Kako bi ih protumačio, često se služio terminologijom onog što je ljudima bilo blisko i svakodnevno, poput sporta. Odabrao je bejzbol i njegova pravila, pa su poznate »slike s terena« temu činile jednostavnom i lakom za praćenje na radiju.

Uspjeh te komunikacijske tehnike vidljiv je i kroz daljnje korištenje sličnih obrazaca. Svakovrsni anegdotalni pristupi korišteni su uvijek kad je temi trebalo dati dinamiku i zanimljivost, ali i ublažiti težinu poruke koja je prethodila ili slijedila. Ne manje važna bila je i lakoća kojom su slušatelji mogli zapamtiti »sličicu« ili »priču« te je potom prepričati ili koristiti u raspravama.

Rooseveltova se vještina komunikacije ovdje nije zaustavljala. Naprotiv, umjesto dotad uobičajenih radijskih nastupa drugih političara, pri čemu su političke poruke uvijek bile izrečene na distanciran, naredbodavan ili euforičan način, Roosevelt je odavao dojam topla i iskrena čovjeka. Koristio se zamjenicama »ti« i »mi« umjesto »vi« ili »oni«, čime je neizravno poručio kako se bez obzira na svoj visoki status ne kani izdvajati, a kamoli udaljiti. Opet je na djelu bila ideja zajedništva, naročito u teškim trenucima. Stjecao se dojam kako raspolaže s dubokim razumijevanjem[151] za svakog od svojih slušatelja i sve njihove probleme.

Ovaj je pristup rezultirao tisućama pisama kojima bi slušatelji nakon svakoga Rooseveltova nastupa na radiju zasuli Bijelu kuću. Najčešće su zahvaljivali predsjedniku na dolasku u njihov dom i osjećaju da se obraća upravo njima.[152] Bila je to potvrda ispravnosti toga potpuno novog pristupa u

[151] Njegovo je zdravstveno stanje zasigurno razvilo empatiju prema drugim problemima i patnjama. Detalji iz njegove biografije koji nisu u funkciji ovog teksta upućuju na zaključak da je Roosevelt rano shvatio važnost sućuti, ali i podrške u kriznim situacijama. Sam je bio dio populacije koja je ne svojom krivnjom, ali zbog invalidnosti zapravo bila isključena i omalovažena u svakodnevnom životu.

[152] Mankowski, Jose: The 70th Anniversary of FDR's Fireside Chats, www.museum.tv (preuzeto u listopadu 2008.)

političkoj komunikaciji koji je politiku ne samo doveo izravno u domove nego su mu na tomu i zahvaljivali. I danas se može čuti komentar kako Amerikanci nijednog predsjednika nisu tako dobro poznavali kao Roosevelta, pri čemu se pod »poznavanje« misli na njegov dolazak »u kuću«.

Rad na tekstovima bio je plod zajedničkog truda Roosevelta i njegovih najbližih suradnika, a pojedine su teme prolazile i superviziju stručnjaka, specijaliziranih za ta područja. Roosevelt je bio poznat po detaljnim provjerama svakog teksta i brojnim preinakama. Svaki se govor danima dotjerivao, a rečenice su pažljivo pročešljavane u potrazi za eventualnim pogreškama koje su mogle rezultirati dvojbom ili nerazumijevanjem. Zadnju je riječ, uoči emitiranja, imao Roosevelt. Satima je pažljivo iščitavao tekst i dopisivao komentare na margine.

Upravo zbog detaljnih analiza teksta Roosevelt je točno znao kako treba interpretirati pojedine odlomke. Mnoge je govore naučio napamet kako bi u izravnom obraćanju ostvario uvjerljivost koju imaju samo govornici koji govore »iz glave«. Ovisno o cilju koji je nastupom želio postignuti, mijenjao je osnovni ton nastupa. Katkad je to bio čvrst i nepokolebljiv stav, predsjednička odluka u ime cijelog naroda praćena odgovornošću koju takav čin zaslužuje. Katkad je govorio u gotovo očinskom tonu iz kojeg je izbijala briga za sve njegove »prijatelje«. Njegove su interpretativne sposobnosti bile dojmljive u svojem rasponu, od uloge vođe preko gospodarstvenika do oca, prijatelja i dobronamjerna susjeda. Bili su to preobražaji koji upućuju na glumački talent jer takvo čitanje sliči glumčevu kazivanju ili dobrom retoričkom govorenju trenutačnih misli. Dobra je interpretacija plod neskrivenog odnosa čitača prema tekstu, pri čemu se ne skriva emotivnost koja se produbljuje mimikom, gestama, stankama, tempom, intonacijama itd. Riječ je o žarkoj potrebi da se slušateljima protumači tekst, i to na način osobnog sudjelovanja (Škarić, 2000:56).

Većina emitiranih »*razgovora uz kamin*« nastupa nosila je samo osnovnu poruku, ovisno o aktualnoj situaciji, koja je bila i glavni razlog za radijski nastup. Mnoge od tih poruka postale su njihov službeni naziv.[153]

[153] U prvom *fireside chat* nastupu koji je održao 12. ožujka 1933. govorio je o krizi banaka. »*I want to talk for a few minutes with the people of the United States about banking* (...), bile su uvodne riječi, a govor je ostao poznat kao »Bankarstvo«. Izvor: The American Presidency Project: First Fireside Chat (Banking), March 12, 1933., www.presidency.ucsb.edu (preuzeto u listopadu 2008.).

Datumi emitiranja »razgovora uz kamin« određivali su se prema političkim potrebama, najčešće uoči važnih prijedloga upućenih u Kongres. Očekujući javnu podršku nakon još jednoga uspješnoga govora, Roosevelt je računao i na podršku Kongresa. Budući da nije imao kontinuitet u nastupima, trebalo je nekako osigurati najveći mogući auditorij. To je rješavala administracija koja je novinarima diskretno dojavljivala informaciju o sljedećem radijskom nastupu.

Podjednako pažljivo planirani su i drugi elementi potrebni za uspješan i slušan radijski nastup. Najboljim je danom ocijenjena nedjelja navečer, u 22.00 sati. To je dan kad su ljudi odmorni i najčešće dobre volje. Svi »razgovori uz kamin» počinjali su u isto vrijeme, isplanirani tako da bi odgovarali slušateljima na objema američkim obalama. Uvažavajući vremensku razliku, vrijeme nije bio prekasno za istočnu obalu, a na zapadnoj se uklapalo u vrijeme završene večere kad su ljudi odmarali i slušali radio. Iako je katkad umjesto nedjelje bio ponedjeljak ili utorak, Roosevelt nikad nije držao govore petkom i subotom. Prihvaćajući sugestije stručnjaka, nijedan govor nije bio duži od 20 niti kraći od deset minuta.

Radijske su mreže spremno odgovarale na predsjednikove želje. Rooseveltovi su nastupi uvijek imali prioritet ne samo zbog ličnosti samog predsjednika već i stoga što su, profesionalno gledano, predstavljali atraktivan i slušan radijski sadržaj. Većina »razgovora uz kamin«, osobito u razdoblju od 1936. do 1941. godine, bila je u izravnom prijenosu na više od 600 radijskih postaja koje su »pokrivale« 73 posto ukupne američke populacije.

Zatečeni uspjehom na radiju, republikanci su pokušali smisliti odgovor. U listopadu 1935. godine senator republikanac Arthur Vandenburg osmislio je emisiju nazvanu »Tajanstveni razgovori uz kamin«. Emisija je bila zamišljena kao rasprava između njega i Roosevelta, u kojoj je on postavljao pitanja, a Roosevelt »odgovarao« sa snimke nekog od svojih govora. Emisija je, u svim aspektima, kršila niz radijskih, a i etičkih pravila, pa je ubrzo uklonjena iz programa CBS-a. Mreža je potom odbila svaku daljnju suradnju s republikancima.

Odluka je izazvala burne reakcije i intenzivirala optužbe o Rooseveltovoj monopolizaciji radijskog medija. Pravna osnova za napade nađena je u odredbi 315., Zakona o komunikacijama iz 1934. godine, koja je nalagala jednake uvjete za sve kandidate za javne poslove. Rasprave o jednakim

uvjetima i eventualnim uredničkim zahvatima u promidžbene poruke trajale su mjesecima. Na kraju su obje mreže, CBS i NBC, dijelom popustile, a republikanci se »vratili« u program s nekim drugim sadržajima.

Dana 29. prosinca 1940., kad je Europa već bila u ratu, Roosevelt je održao jedan od najpoznatijih radijskih govora u serijalu *fireside*. Govor je postao poznat pod nazivom »Skladište demokracije«.[154] Amerika tada još nije bila u ratnom sukobu niti je postojalo raspoloženje za ulazak u rat. Međutim, Rooseveltove riječi iz istoga govora kako Amerika nema isprike za defetizam[155] bile su i te kako znakovite.[156] Roosevelt je zadnji *fireside chat* održao u lipnju 1944., a potom je u travnju 1945. godine preminuo.

Poglavlje o »radijskom predsjedniku« ograničeno je samo na njegovu komunikaciju preko radija u vrijeme kad su mu trajali mandati. Političke kampanje izdvojene su zbog njihove specifičnosti, ali i zanimljivosti kojom su vođene jer toga u Europi nije bilo. Roosevelt je prvi koji je pokazao kako za sudjelovanje na radiju nije dovoljan novac kojim bi to vrijeme bilo plaćeno. Postavio je visoke standarde koje je bilo vrlo teško slijediti. Nakon njega većina je političara u eteru djelovala blijedo i neuvjerljivo.

4.3.1. Radijske kampanje

Prema Brownu (1998:27), Woodrow Wilson (predsjednik od 1913. do 1921.) prvi je dobio priliku govoriti na radiju 1920. godine, ali njegova je poruka bila vrlo kratka, a interpretacija blijeda.[5] Inauguracijski govor Warrena Hardinga (predsjednik od 1921. do 1923.), zahvaljujući sustavu telefonskih dalekovoda, mogao se čuti od obale do obale. Međutim, bilo je prerano govoriti o većem medijskom političkom utjecaju. Radio je tek bio u fazi afirmacije, s nedovoljno kvalitetnim zvukom i čestim interferencijama. Kad je Harding naglo preminuo u kolovozu 1923., predsjednik je do kraja tekućeg mandata postao Calvin Coolidge. Ni on nije bio zainteresiran za radio, što se vidjelo po rijetkim radijskim nastupima. Shvaćao ih je kao neugodnu obvezu i bio na glasu kao osoba koja nije pretjerano

[154] We must be the great arsenal of democracy (...).

[155] We have no excuse for defeatism (...).

[156] Godinu dana poslije, 7. prosinca 1941. godine, japanski su avioni bombardirali američku luku na Havajima, Pearl Harbur. Sutradan je Amerika objavila svoj ulazak u Drugi svjetski rat. U to je vrijeme gotovo 90 posto američkih kućanstava imalo radijski prijamnik.

razgovorljiva.[157] Međutim, komuniciranje s novinarima iz tiska shvatio je kao profesionalnu obvezu i razgovarao je s njima više nego ijedan predsjednik do tada.

Kampanja 1924. bila je, prema Craigu (2000:143), tranzicijska. Iako je patio od brojnih problema, medij je već izazivao zanimanje. Tih je godina još trajala faza radijskog bezakonja u kojoj je eter postao mjesto tehničkog obračunavanja s konkurencijom. Jači su odašiljači nadjačavali male i nadmudrivanje snagom emitiranja trajalo je do stupanja na snagu *Radio Acta*. Zakon je počeo uvoditi red u američku radiofoniju, pa je i kampanja 1928. bila neusporedivo konkretnija u pristupu mediju. Obojica ondašnjih kandidata, demokrat Alfred (Al) Smith i republikanac Herbert Hoover, bili su iskusni radijski ljudi. Smith, dotadašnji senator države New York, bio je odličan i prijateljski raspoložen govornik, koji se tijekom senatorskog mandata često koristio radijem. Hoover je bio ugledan radijski reformator i inicijator uvođenja reda, ali spor i distanciran govornik.

Medij je tih godina ušao u fazu zaglušujućeg reklamiranja, pri čemu su imperative predstavljali najunosniji sadržaji, većinom zabavni. Sat vremena NBC-ove mreže koja je 1928. brojila 49 postaja stajao je oko 11,5 tisuća dolara. CBS je bio tek utemeljena i »mlada« mreža koja je obuhvaćala samo 19 postaja, pa je njegov sat emitiranja bio oko četiri tisuće dolara. Ilustracije radi, potrebno je navesti još neke brojke. Tijekom te kampanje republikanci su u nju uložili devet posto od ukupnih 3,9 milijuna dolara, a demokrati 17,5 posto od raspoloživih 3,4, milijuna. U konačnici, obje su stranke na reklamiranje na radiju 1928. potrošile oko milijun dolara (Craig, 2000:147-148).

Međutim, kampanja je donijela veći broj noviteta u političkom komuniciranju. Umjesto skupog vremena na nekoj od mreža republikanci su zakupili vrijeme na manjim radijskim postajama, izvan mrežnih sustava. Političke su poruke u trajanju od pet do deset minuta čitane u isto vrijeme na gotovo stotinjak lokalnih postaja u 28 država, počevši od 26. rujna do izbornog dana. Strategija je bila potpuno nova te se procjenjivalo kako bi mogla postići efekt mrežnog emitiranja, ali za znatno manje novca. Takav pristup promidžbe uskoro je postao jedan od obrazaca postupanja u političkoj promociji.

[157] Navodno je Calvin Coolidge toliko nerado govorio da su ga nazivali »president of a few words«.

Demokrati su kampanju temeljili na polusatnim emisijama kombiniranog sadržaja. Političari su nastupali uz glazbene, filmske i kazališne zvijezde. Jedino su govori predsjedničkoga kandidata i njegova zamjenika dobivali samostalan, jednosatni radijski nastup.

Iskorak je predstavljala nova kratka radijska forma, nazvana *spot* (engl. mrlja, točka), koju su počele koristiti obje stranke. Riječ je bila o kratkim političkim porukama koje su uz glazbu čitane u programu. Bio je to iskorak na tragu uobičajenih oglašivačkih tehnika na radijskim programima. Novost su predstavljali programski sadržaji ciljno namijenjeni ženskoj populaciji jer je znatan dio novca u kampanji usmjeren u dotad ne osobito atraktivan jutarnji program. Bio je to rezultat procjena kako veći dio ženskoga glasačkog tijela radio sluša tijekom jutra, kod kuće. Demokrati su se na temelju antiprohibicijskih stavova brinuli zbog izostanka ženske potpore, a republikanci su je upravo na istom tragu nastojali dodatno ojačati.

Ključni za radijske nastupe bili su glasovni i interpretativni potencijali. Upravo je taj uvjet učinio radio zahtjevnim i neusporedivo »težim« medijem od tiska. Osim toga kandidati su trebali voditi puno više računa o tekstu, izboru riječi, dužini rečenica, kao i o trajanju govora. Susreli su se s brojnim problemima zato što nisu dovoljno poznavali medij, a kamoli njegova pravila. Prethodni povremeni nastupi na radiju donijeli su kandidatima sigurnost i razbili tremu, ali kampanja je tražila puno više od toga. Tekst je trebao biti konkretan i jednostavan, ograničenog trajanja. Čitanje se lako moglo pretvoriti u dosadan monolog, naporan za slušanje. Uza sve nabrojeno, studijski su nastupi osobito bili teški za govornike naviknute na kontakt s publikom jer su tišina i izoliranost znale biti demotivirajuće. Unatoč zahtjevnosti sazrijevalo je mišljenje kako je radio isplativa investicija jer je imao veći doseg potencijalnih glasača, a prezentirao je i važan dio osobnosti kandidata.

Pobjednik kampanje 1928. godine i novi američki predsjednik u razdoblju od 1929. do 1933. godine postao je Herbert Hoover. Naime, Hoover je u prvim godinama mandata često gostovao na radiju. Međutim, unatoč radu sa stručnjacima i dalje je govorio presporo pa i dosadno, a zbog korištenja suhoparnih podataka i brojki bio je naporan za slušanje. Odnosi s medijima općenito mu nisu bili jača strana, a radijske je novinare i reportere često neprikladno i prijezirno tretirao. Izjednačavao je

kvantitetu radijskih nastupa s kvalitetom i često je bez ikakve pripreme, koristeći predsjednički autoritet, »upadao« u eter i govorio »iz glave«. Takvo je ponašanje smetalo svima. Rušilo je programske sheme, ljutilo oglašivače, a ako je na programu trebala biti kakva popularna emisija, razbjesnili bi se i slušatelji.

William S. Paley, direktor mreže CBS-a, pokušao je doskočiti tim Hooverovim, za radio pogubnim navikama. Ponudio mu je stalne termine, i to kroz emitiranje izravno iz Bijele kuće. Bio je to mudar prijedlog koji bi, da je bio prihvaćen, definirao konkretnu satnicu Hooverovih nastupa (što je bilo važno za radijsku shemu) podjednako kao što bi njemu bio ugodniji, a time bi i nastup (možda) bio bolji. Međutim, Hoover je odbio prijedlog podjednako kao što je odbio i ponude za serijal obrazovno-edukativnog sadržaja, u kojima je trebao biti predstavljen vladin način rada. Radijske su se mreže »riješile« Hoovera zahvaljujući eskalaciji gospodarske krize jer zbog prezauzetosti više nije imao vremena »upadati« u programe.

Ulaskom u predsjedničku kampanju 1932. Roosevelt je postavio jasan akcijski plan: radio će biti njegov primarni komunikacijski kanal s glasačima! Drugim riječima, većina planiranog proračuna kampanje namjeravala se potrošiti na kupnju radijskog vremena. Radijski je medij počeo osjećati posljedice gospodarske krize pa mu je takva odluka bila i te kako dobrodošla.

Rezultat je bila jedna od najuspješnijih kampanja u povijesti. Tehnički je bila skuplja od one 1928. jer je i radijsko vrijeme u međuvremenu poskupilo. Sat vremena na CBS-ovoj mreži (sad je imala 82 radijske postaje) stajao je 17.000 dolara, a NBC je bio još skuplji, sat je stajao 18.000 dolara. Demokrati su 18 posto ukupnih troškova kampanje (od 2,2 milijuna dolara) dali u radijsku promidžbu, što je u konačnici dalo sličnu brojku kao i na izborima 1928. godine. Republikanci su uložili znatno više, čak je 20 posto ukupnih sredstava od 2,9 milijuna dolara uloženo u radio (Craig, 2000:152). Zamjetna je razlika u odnosu na prethodne izbore kad su demokrati raspolagali sa 3,4, a republikanci sa 3,9 milijuna. Gospodarska se kriza očitovala i na stranačkim proračunima.

Kampanja se nije znatnije razlikovala u sadržajima niti je iznjedrila neku revolucionarnu radijsku formu. Radijski je *prime-time* i dalje bila večer, a jutarnji su politički sadržaji opet bili usmjereni ženskoj populaciji, »pojačani« govorima poznatih žena, članica demokratske stranke. Glazbeni

je motiv kampanje činila optimistična pjesma »Happy Days Are Here Again«,[158] hit iz 1929., čija se osnovna poruka iščitavala već iz njezina naslova. Suočeni s gospodarskom krizom, besparicom i nezaposlenošću demokrati su odabrali ozračje optimizma i obećanja bolje budućnosti, za čiju su realizaciju ponudili politiku *New Deala*. Bilo je to na tragu istraživanja koja su govorila kako je za promidžbu te godine bolje izabrati pjesmu koja odvlači misli od problema nego fokusira na njih (Larson, 2009:7). Ta je pjesma obilježila i sve sljedeće Rooseveltove kampanje.

Roosevelt je iskoristio sve stečeno znanje i karakteristike radijskih nastupa. Već su i same spikerske najave Rooseveltovih predizbornih govora »Čujemo se od obale do obale...« podrazumijevale u slušatelja osjećaj pripadnosti velikoj, nacionalnoj obitelji, a Rooseveltove uvodne riječi »Moji prijatelji...« (*My friends*), čime je najčešće počinjao, upotpunjavale su dojam zajedništva i ublažavale višegodišnji osjećaj nesigurnosti (Cantril, Willard,1935:21). Ljudi su mu vjerovali i izborima se odazvao najveći broj glasača od Prvoga svjetskog rata. Uvjerljivo je pobijedio[159] i počela je era sustavnih radijskih nastupa.

Sljedeća predsjednička kampanja 1936. godine nije donijela veće novosti. Međutim, sad su radio prepoznali i republikanci. Suočeni s Rooseveltovim radijskim uspjehom morali su potražiti sličan način komunikacije s biračima. U zemlji koja je već godinama bila naviknuta na ugodan, karizmatičan, a nadasve rječit nastup aktualnog predsjednika bilo je to vrlo teško. Radijski nastupi republikanca Alfreda Landona bili su blijedi i neuvjerljivi. Međutim, ta kampanja nije bila ugodna ni za Roosevelta. Unatoč brojnim hitnim mjerama zemlja je i dalje bila u krizi, a on je bio prisiljen umjesto uobičajene vizionarske retorike upozoravati na kratko vrijeme i tražiti još jedan mandat kako bi dovršio započeti posao.

Opet se oslonio na stečeno iskustvo. Nikad nije remetio raspored emitiranja popularnih radijskih zabavnih-programa, a kamoli ih »uklanjao« iz uobičajenih termina ili kratio zbog svojeg nastupa. Podjednako tako vodio je računa da se ne preklapa s najpopularnijim emisijama kako ne bi

[158] Pjesma je bila i hit mjuzikla »Chasing Rainbows«, koji je 1930. producirao MGM. Podjednako popularna u kampanji 1930. bila je i pjesma »Brother, Can you Spare a Dime?« koju je poslije koristio i John F. Kennedy u svojoj kampanji 1960. godine.

[159] Inauguracijski govor od 4. ožujka 1933. donio je i poznatu sintagmu »Trebamo strahovati samo od straha« (*the only thing we have to fear is fear itself*).

došlo do podijeljenosti auditorija. Prepoznao je i važnost zadnjeg obraćanja biračima. Dana 2. studenoga 1936. republikanci su platili veće iznose za večernje nastupe. Međutim, Roosevelt je zauzeo zadnji termin od 23.00 sata do ponoći. Ponovno je pobijedio i ostvario pravo na još jedan predsjednički mandat.

Mnogi su političari nakon 1937. godine odlučili slijediti njegov primjer i počelo je vrijeme zrele radijske političke retorike. Ovisno o financijskim, ali i govorničkim mogućnostima političari su se okrenuli postojećim popularnim, najčešće glazbenim emisijama. Uz glazbu su plasirane kratke političke poruke, rađene prema uzoru na radijske reklame. Jedan od najuspješnijih sljedbenika »radijskog predsjednika« bio je Fiorello Henry La Guardia, dugogodišnji newyorški gradonačelnik. Talentirani je govornik, unatoč recesiji i gangsterskoj atmosferi New Yorka, vodio grad više od deset godina (od 1934. do 1945.), pri čemu se kvalitetno koristio radijskim medijem.

Iako su se već javljale naznake kako se može govoriti i o trećoj kandidaturi, Roosevelt se nije izjašnjavao, pa su ga mnoge političke karikature prikazivale kao egipatsku sfingu koja se samo tajanstveno smješka. Republikanci su ga sustavno napadali tvrdeći da nije pripremio obranu[160] zemlje jer je proljeće 1940. godine u Europi već bilo alarmantno.

U međuvremenu se spremala njemačka invazija na Britaniju. U srpnju 1940. godine počeli su sustavni napadi njemačkog zrakoplovstva, operacija poznata pod nazivom »Morski lav«, u kojoj je »Luftwaffe« trebao oslabiti RAF-ove snage (Britansko ratno zrakoplovstvo) i osigurati prolaz njemačkim brodovima. Planirala se invazija na Britaniju i blic-prolaz do Londona, s nekoliko različitih strana. U takvom se ozračju održavala u Americi Konvencija demokrata. Odluku o ponovnoj kandidaturi za predsjednika zemlje Roosevelt je (naizgled) prepustio stranci jer je predstavljala kršenje ne samo tradicije i pravila već i svojevrsne pristojnosti u ponašanju.

Naime, George Washington je na kraju drugog mandata objavio kako neće i ne želi koristiti treći. Bila je to odluka koja je postala običaj i nepisani

[160] Roosevelt je 16. svibnja govorio u Kongresu, upozoravajući na razvoj situacije u Europi i preispitivanje statusa nacionalne obrane. Tom je prilikom zatražio novčanu potporu od 896 milijuna dolara za unapređivanje vojnih, mornaričkih i zrakoplovnih snaga. Izvor: The American Presidency Project: Message to Congress on Appropriations for National Defense, May 16, 1940, www.presidency.ucsb.edu (preuzeto u listopadu 2008.).

zakon za sve sljedeće predsjednike. Treći se mandat nikada više nije spomenuo, a kamoli koristio. Pa ipak, izbor novog predsjednika padao je točno u vrijeme već ozbiljnoga ratnog sukoba u Europi gdje su mnoge oči bile uprte u Ameriku unatoč njezinu službenom neutralnom statusu.

Momentom objave ponovne Rooseveltove kandidature javnost se podijelila u raspravama o prednosti i nedostacima takvog postupka. Među prednostima se spominjao kontinuitet, rezultati postignuti u proteklih osam godina i neposredna ratna opasnost. Prigovori su osim u smjeru kršenja tradicije i dosadašnjeg načina postupanja išli u smjeru komentara o diktaturi jednog čovjeka, a dijelom su dolazili i iz samog vrha Demokratske stranke. Uoči nominacije, kao da popušta prijateljskom nagovaranju, Roosevelt je uputio poruku kako mu »savjest ne dopušta okretanje leđa pozivu!«. Govor kojim je prihvatio kandidaturu održala je umjesto njega njegova supruga Eleanor, naglašavajući kako ta nominacija nije »obična nominacija u obično vrijeme«, već puno više od toga.

Republikanski je kandidat u toj kampanji bio Wendell Lewis Willkie, nepoznat široj javnosti i bez političkog iskustva, posebno u žestokim nadmetanjima. Iskoristio je snažnu podršku lokalnih ogranaka stranke i »zgrabio« nominaciju ispred nosa svih drugih stranačkih lidera. Upravo je nevjerojatan podatak da je Willkie gotovo čitavog života podupirao demokrate, pa tako povijesni izvori bilježe da je čak 1932. podupro Rooseveltovu kampanju s donacijom od 150 dolara.

Kampanju je počeo energično i poletno, putujući vlakom po Americi, govoreći u svim prigodama i u svim gradovima kamo je dospio. Radi šire popularizacije odlučio se pojavljivati u nekim od najslušanijih radijskih zabavnih programa kao što su bili kvizovi znanja i razne panel-rasprave. »Bilo je potpuno jasno da će pobjeda na izborima 1940. godine ovisiti o efikasnoj radijskoj kampanji. Nikada radijski rasporedi nisu bili toliko zauzeti i unaprijed rasprodani. Programi su se oslanjali na gotovo 500 postaja i stizali do više od sto milijuna slušatelja. Više od 75 posto ukupnog stanovništva raspolagalo je vlastitim prijamnikom, od čega je više od 52 posto isticalo radio kao osnovni izvor političkih informacija«, napisao je Brown (1998:39).

Međutim, protekom vremena, nemilice se trošeći dinamičnom kampanjom, Willkie je gubio koncentraciju. Govori su mu postajali sve lošiji, znale su mu se dogoditi i grube pogreške poput pogrešno izgovorenog naziva

grada u kojem je govorio. Tako je, držeći govor u gradu Cicero u Illinoisu, pozdravio auditorij grada Chicaga. Upozoren na pogrešku, nemarno je prokomentirao: »U redu, dovraga i Chicago!«[161] (Brown, 1998:41). Uvrijedio je ne samo stanovnike Chicaga već i sve konzervativne glasače koji mu nisu mogli oprostiti psovku.

Nemilosrdno je trošio i glasnice. Nije volio mikrofon i pred manjim je grupama govorio bez njega. Glas mu je, izložen takvim naporima i strastvenoj pušačkoj navici, uskoro počeo otkazivati pa je za razliku od ugodna Rooseveltova baritona postao hrapav, katkad tek samo šapat, a na momente i kreštav. U brzom je izričaju »gutao« slova, pri čemu je sadržaj mogao poprimiti i smiješan prizvuk. Unatoč kritikama odbijao je pomisao na odmor glasnica, a osobito učenje novih načina za njihovo korištenje. Smatrao se vrsnim govornikom (bio je odvjetnik) i odbijao je vježbati govore pa mu se događao golem raskorak između sadržaja i interpretacije teksta, dijelom i zato što je volio govoriti »iz glave«. Neki autori smatraju da su uzrok lošoj interpretaciji bili i sami govori, napisani i dostavljeni Willkieu u zadnji trenutak prije nastupa. U konačnici, njegovi su radijski nastupi postali poput bumeranga (Lazarsfeld, 1948:133).

Uslijedila je kampanja koja je strateški bila drukčije pozicionirana od prethodnih. Roosevelt se gotovo povukao iz nje s objašnjenjem kako ima i previše predsjedničkog posla da bi se mogao nositi s novim obvezama. Nije odgovarao na Willkieve prozivke ni insinuacije da će zemlju odvesti ravno u rat.[162] Bila je to za demokrate neobično mirna i suzdržana kampanja (za razliku od republikanaca i Willkiea), velikim dijelom u sjeni ratnih zbivanja, opterećena hipotekom »trećeg mandata« i republikanskih tvrdnji o »tajnim pregovorima« o ulasku Amerike u rat.

Ipak je zahvaljujući suradnicima bila sustavna i kontinuirana u projekciji Roosevelta kao vođe o kojem govore njegova djela i najbliži suradnici, naročito supruga Eleonor i Fiorello La Guardia, newyorški gradonačelnik. Oboje su bili vrsni poznavatelji radijskog medija i vrsni govornici. Iako je na početku bila protiv trećeg mandata, Eleanor Roosevelt ipak

[161] *All right, to hell with Chicago!*

[162] U Americi je snažno aktualizirana vječita tema izolacionizma, stare Monrooeve doktrine iz 1823. godine, o izbjegavanju svakog miješanja u europske poslove. Republikanci su otvoreno napadali Roosevelta tvrdeći da tajno pomaže saveznicima i namjerava uvući Ameriku u rat (Weber, 1983). Javnost je ipak, u visokom postotku, zazirala od rata.

se uključila neusporedivo ozbiljnije i aktivnije nego u prethodnim kampanjama. Bila je, kao i suprug, silno sklona radijskom mediju, pa je čak u razdoblju od listopada 1941. do travnja 1942. godine imala niz od 28 večernjih plaćenih emisija (Beasley, Belgrade, 1985).

Listopad 1940. godine bio je ključan mjesec u kojem su mnogi Rooseveltovi suradnici i ministri planirano nastupali na radijskim mrežama, govoreći o predsjedniku i njegovu radu. Strateški razmješteni tako da »pokrivaju« cijelu državu, podsjećali su javnost na dotadašnji Rooseveltov rad i uspjehe. Kampanja planirana za njega, no koja se odvijala bez njega, bila je neobična i netipična. Međutim, proizvela je efekt vjerovanja kako je predsjednik zauzet važnijim pitanjima od kampanje, poput vanjskih poslova i ratnih zbivanja u Europi.[163] Samim tim promjena ličnosti predsjednika nije se činila mudrom odlukom.

Roosevelt se uključio u radijsku kampanju tek nekoliko dana uoči izbora. Održao je neke od svojih najvažnijih govora, koristeći sve mreže, uvijek u večernjim terminima i uvijek nakon Willkievih nastupa. Bila je to najskuplja radijska kampanja do tada, procijenjena na 1,3 milijuna dolara, od čega je 500.000 otišlo NBC-u, 350.000 CBS-u i 150.000 dolara MBS-u. Ostatak novca utrošen je na lokalne postaje i manje regionalne mreže (Brown, 1998:43).

Posebno planirana i svojevrsna »kruna kampanje« bio je dvosatni zabavni program uoči izbornog dana, u izravnom prijenosu na svim mrežama, u trajanju od 22.00 sata do ponoći. Nastupili su brojni poznati političari i neka od najpopularnijih hollywoodskih imena. Roosevelt je osvojio i treći mandat, pri čemu je vođenje kampanje »iz sjene« ocijenjeno ključem ponovnog uspjeha. Međutim, koliko je radijski medij uopće mogao utjecati na formiranje javnog mnijenja i političke stavove?

Prema Lazarsfeldu (1948:127), radio i tisak su gotovo podjednako utjecali na političko opredjeljenje (radio 68 posto, tisak 66 posto). Međutim, kao najvažniji izbor radio je imao uvjerljivu prednost od 38 posto ispred tiska koji je izabralo 23 posto ispitanika. Istraživanje je, između ostalog, pokazalo da su glavne stranke »podijelile« medije, pa je radio bio medij

[163] Hitlerov napad na London, poznat kao »London Blitz«, uslijedio je 7. rujna, čime je počelo intenzivno bombardiranje gradova na Otoku, sve do svibnja iduće godine. London je trpio sustavne napade i golema razaranja.

demokrata, dok je tisak više bio medij republikanaca. Objašnjenje je u ne samo dotadašnjim Rooseveltovim radijskim aktivnostima već i u tomu što je radio, više od tiska, izvještavao o događajima iz vanjske politike i ratu. Bili su to sadržaji koji su radili u korist demokrata (ibid, str. 131).

Zadnja Rooseveltova kampanja za osvajanje četvrtog predsjedničkog mandata bila je u mnogočemu različita od svih prethodnih. Na Konvenciji 20. srpnja 1944. godine, prihvaćajući još jednu nominaciju, naglasio je kako se neće nadmetati kao dosad jer to smatra neprimjerenim za aktualno vrijeme.[164] Ta se primjedba odnosila na kraj Drugoga svjetskog rata, golema razaranja i žrtve. Shvatio je da svaka kampanja mora uvažavati društveni trenutak i vrijeme u kojem se kani odvijati. Osim toga ovaj je »dobroćudni diktator« već bio vrlo ozbiljno bolestan.

Njegov protukandidat, republikanac Thomas Edmund Dewey (1902. – 1971.) bio je dvadeset godina mlađi, iskusan i vrstan govornik, čiji su radijski nastupi bili uvjerljivi i ugodni za slušanje. Dugogodišnje odvjetničko iskustvo, a potom i guvernerski mandat u državi New York činili su ga ozbiljnim protivnikom.

Kampanja se, kao i dosad, znatno oslonila na radijske mreže koje su Rooseveltu dale slobodne ruke u izboru termina. Međutim, umjesto uobičajenih pola sata za predstavljanje teme ili kandidata demokrati su izabrali formu petominutnoga radijskog *spota*. Tako su za razliku od republikanaca koji su i dalje forsirali čim duži boravak u eteru imali dinamičniji i moderniji pristup mediju. Mnogi su političari, ali i slavne osobe, ratni veterani, udovice i majke poginulih vojnika dobile »svoje« minute. Tako je na temelju brojnih glasova, od kojih su neki bili vrlo poznati, a neki anonimni, ali autentični, demokratska kampanja postigla različitost i zanimljivost. Tehnički je bila jednostavnija od prethodnih jer snimanje više nije predstavljalo tako velik problem pa su sadržaji mogli biti reemitirani u odgovarajuće vrijeme, ali i poslani u postaje izvan mrežnih sustava. Zadnjih su tjedana sličan stil prihvatili i republikanci. Pri kraju kampanje udarnu su snagu predstavljali spotovi od jedne minute. Bio je to najjednostavniji način da se brzo odgovori na eventualne protivničke prozivke, ali i osvježi kampanja.

[164] The American Presidency Project: Address to the Democratic National Convention in Chicago, July 20,1944, www.presidency.ucsb.edu (preuzeto u listopadu 2008.). [...] I shall not campaign, in the usual sense, for the office. In these days of tragic sorrow, I do not consider it fitting.

Ukupna minutaža Rooseveltovih radijskih govora tijekom kampanje iznosila je tri sata i trideset devet minuta. Dewey je govorio gotovo tri puta više, ukupno čak osam sati i trideset minuta. Tijekom svakoga dužeg radijskoga govora, pokazala su istraživanja, Rooseveltova se publika povećavala, dok je Dewey sustavno, gubio publiku. Bilo je zbog radijskog neiskustva. Njegov je način govora bio primjereniji skupovima nego radiju, kako zbog glasnoće tako i zbog interpretacije. Drugi, ali ne manje važan razlog bio je sadržaj njegovih govora. Bila je to pogreška koju je u prethodnoj kampanji napravio Willkie. Umjesto prezentacije vlastitih ideja, pa i sebe samog, Dewey je kampanju gradio na napadima na Roosevelta i demokrate (Brown, 1998:46-53).

Ulazeći u zadnji mjesec, kampanja je u cijelosti postala negativna. Zaoštrila se do te mjere da se otvoreno progovorilo o Rooseveltovu zdravlju, nemilosrdno spekulirajući s pitanjem hoće li uopće izdržati novi mandat. Otvaranje te teme trebalo je prisiliti Amerikance da razmišljaju o važnosti obavljanja predsjedničkih obveza i tako privuku glasače mlađem Deweyu.

Roosevelt se branio izravnim i otvorenim napadom na protukandidata. Postao je netrpeljiv i netolerantan govornik i nastupi obojice kandidata uskoro su poprimili vrlo oštre i uvredljive tonove. Kampanja je postala zasjeda, u kojoj su se međusobno vrebali, a retorika je probila granice pristojnosti. Takvo je ponašanje ocijenjeno nedostojnim predsjedničkih kandidata. Ukupnu su atmosferu dodatno zagorčale stranačke mašinerije koje su i dalje sustavno proizvodile gomile novih radijskih spotova u skladu s porukama svojih političkih prvaka.

Uoči izbora Roosevelt je ponovio scenarij iz 1940. godine. Program u trajanju od dva sata, tzv. Roosevelt Special, prenosile su sve mreže. Osmislili su ga iskusni ljudi iz svijeta zabave pa se program odvijao prema pravilima zabavnog, a ne političkog programa. Za tu su priliku angažirana najjača hollywoodska imena[165] radijske i glazbene industrije.

Tako je kraj mučne kampanje začinjen »ludom zabavom« koju su mnogi ocijenili krajnje ekstravagantnom, pa i neukusnom. Pa ipak, Roosevelt je ponovno osvojio još jedan, četvrti, mandat iako ni približno s onako

[165] Sudjelovali su Humphrey Bogart, Judy Garland, Claudette Colbert, Lana Turner, John Huston, Paulette Goddard, James Cagney, Gruoucho Marx, Danny Kaye i mnogi drugi.

uvjerljivim pobjedama kao što je to bilo prije. Dewey je osvojio gotovo 47 posto ukupnih glasova, što je više od bilo kojega dotadašnjeg Roosevelto-va protukandidata u protekle tri kampanje.

Ta je kampanja označila početak novog razdoblja u američkoj politici. Iako često prozivana kao primjer grubosti, vulgarnosti i nepristojnosti na obje strane, promaknula je nova politička oružja koja su poslije obilno korištena. Međusobna su vrijeđanja i izrugivanja potaknula brojne komentare, pri čemu su opet izvučeni brojni zaključci korisni za suvremenu političku komunikaciju. Negativne su kampanje poput ove ocijenjene opasnima za kandidate, podjednako kao što se opasnim pokazala i pretjerana količina zabave, potpuno neprimjerena društvenom trenutku.

Roosevelt je umro na samom početku novog mandata, u travnju 1945. godine. Kongres je u veljači 1951. usvojio amandman prema kojemu ista osoba može samo dvaput biti izabrana na mjesto predsjednika države.

Valja napomenuti kako su Rooseveltove kampanje, u kojima su važno mjesto zauzimale glazba i poznate osobe, obilježile sljedeće postratovske izbore za američkog predsjednika. U pravilu je uvijek bila riječ o poznatim i popularnim pjesmama[166] koje su za potrebe kampanje katkad bile dorađene kako bi tekst nosio dodatnu političku poruku. Podjednako važna bila je i atmosfera pjesme jer je kreirala ozračje koje je stranka, ili njezin kandidat, željela posebno naglasiti. Demokrati su se oslanjali na optimizam i zajedništvo, dok su republikanci više zagovarali red i snažnu predsjedničku ličnost. Glazba, izbor »pjesme kampanje« i podrška poznatih i slavnih osoba bile su ostavština razdoblja *New Deala* (Larson, 2009:8-15).

5. RADIO U DRUGOME SVJETSKOM RATU

Drugi svjetski rat došao je u vrijeme već razvijenog, tehnički uređenog i utjecajnoga radijskog medija. Prva su pravila za korištenje radiofrekvencija postavljena 1906. godine, na Prvoj međunarodnoj radiotelegrafskoj konferenciji u Berlinu. Otad je njihovo korištenje bilo plod međunarodnih dogovora. Pojava radija kao masovnog medija unijela je izvjesnu zbunjenost

[166] Prva predsjednička kampanja Ikea Eisenhowera (predsjednik od 1953. do 1961.) oslanjala se na pjesmu »I Like Ike«, adaptaciju poznatoga broadwayskog hita iz 1950. godine »Call Me Madam«. Slično je bilo i u kampanji 1960. kad su i Nixon i Kennedy izabrali hitove iz mjuzikala.

i nesigurnost, ali od 1927. uspostavljena je suradnja većine država. Fre kvencijski je spektar bio previše važan da bi se dopustilo nasilničko po našanje, kako na kopnu tako i na moru. Godine 1934. telegrafija, radio telegrafija i telekomunikacije objedinjene su u Međunarodnoj telekomu nikacijskoj uniji (*International Telecommunications Union*) ili kraće ITU Sjedište joj je u Ženevi i članstvo joj čini 191 država.

Početak rata poremetio je sve postignute dogovore. Situacija u eteru pod sjećala je na početke američke radiofonije kad je bezakonje dovelo do ka osa s frekvencijama, a nadjačavanje signalima postalo uobičajeno. Europ sku ratnu radiofoniju karakterizirala su dva ključna elementa: (a) broj ra dijskih programa u eteru i (b) propaganda.

Broj radijskih programa u eteru, uoči i tijekom rata, izmakao je međuna rodnom nadzoru i porušio sve prethodne dogovore. Odašiljači su se nad metali u snazi, tehničke smetnje i interferencije bile su uobičajene, a broj ni ilegalni programi koje su emitirale obavještajne službe, pokreti otpor i vojne formacije samo su pridonosili općem neredu u eteru. Općenito ratno je vrijeme i u eter uvelo anarhiju. Zbog toga je teško rekonstruirat ratnu europsku radiofoniju, osim u slučajevima službenih i najsnažnijih sustava poput njemačkih i britanskih radiofonija.

Drugi element, specifičan za ratno emitiranje, bila je propaganda kao temelj većine radijskih sadržaja i programa. Propagandu je teško jedno značno odrediti. Prema Šiberu (1998:293), to je »plansko i namjerno dje lovanje na promjenu i kontroliranje stavova radi stvaranja predispozici ja za određen način ponašanja«. Na tragu standardne podjele na bijelu sivu i crnu propagandu radijski je medij iskorišten za neviđenu ekspanzi ju upravo crne propagande.

Bijelom se propagandom smatra iznošenje istine i provjerenih činjenica čvrsto vjerujući da će njihova snaga uvjeriti ljude u opravdanost određene politike. Očekivati bijelu propagandu u uvjetima ratnog sukoba bilo bi pre ambiciozno. Sivom se propagandom smatraju informacije koje su u osno vi točne, ali selektirane. Drugim riječima, ono što se iznosi jest točno, al to nije ukupna informacija, odnosno iznosi se sve, ali tako da se prednost istaknu, a marginaliziraju nedostaci. Crna se propaganda temelji na lažima i prijevari radi apsolutne manipulacije. Takvu je vrstu propagande proizvo dio zločinački nacistički režim, ali i obavještajne službe. (ibid. str. 296).

Korišteni su kratki, dugi i srednji val. Dnevni su sati emitiranja pripadali službenim programima, a u večernjim i noćnim satima javljali su se »ilegalci«. Ratovalo se i u eteru. Ovisno o važnosti, utjecaju i čujnosti radijske postaje birali su se sadržaji. Snažne radijske postaje, koje su emitirale deset ili više sati, imale su bogat i raznovrstan sadržaj, dok su manje emitirale koliko su mogle ili smjele. Ilegalci su pak emitirali kratko, uglavnom noću, svega nekoliko sati.

Ratna je radiofonija iznjedrila niz radijskih novinara koji su ovisno o političkim uvjerenjima radili na pojedinim programima. CBS je 1937. oformio ured u Londonu. Njegov je direktor postao Edward Murrow (1908. – 1965.), koji je zajedno s Williamom Shirerom (1904. – 1993.) postao simbol ratnog izvještavanja iz zaraćene Europe. Uz njihove, ali i mnoge druge glasove koji su tijekom rata postali simboli antifašističkog novinarstva, javljali su se i drugi glasovi. Koliki je bio njihov utjecaj dovoljno govori podatak da je nakon rata desetak radijskih djelatnika osovinskih sila optuženo za veleizdaju te pogubljeno ili poslano na dugogodišnje zatvorske kazne.

Uz njemačku i britansku radiofoniju o kojima će biti više govora u nastavku, potrebno je nakratko se osvrnuti na još neke ratne aktere i njihove radijske aktivnosti. U veljači 1942. počeo je s emitiranjem Glas Amerike (*Voice of America*), prva međunarodna radijska postaja američke vlade. Neslužbeno je počela emitirati i prije na temelju inicijative Roberta Sherwooda, prvog direktora novoosnovanog Servisa za strane informacije (*US Foreign Information Service*) ili kraće FIS. Servis je utemeljio predsjednik Roosevelt sredinom 1941., a Sherwood je, čvrsto vjerujući u važnost međunarodnog servisa vijesti, okupio ekipu koja je počela raditi na iznajmljenoj kratkovalnoj postaji.

Redakcija je bila u New Yorku, emitirali su vijesti za Europu, a nakon ulaska Amerike u rat odmah su počeli emitirati i na francuskom, njemačkom i talijanskom jeziku. Iako je početak bio težak jer nisu imali vlastitu opremu ni odašiljače, a ni službene smjernice i pravila za emitiranje, VOA se brzo razvijala. U siječnju 1943. emitirala je emisije na 27 jezika, a sljedeće godine broj je bio oko 40. Završetkom rata broj je znatno smanjen, ali emitiranje je nastavljeno s obzirom na početak Hladnog rata.

Posebno su bili popularni specijalizirani vojni programi. Početkom srpnja 1943. iz Londona se javio prvi takav program pod nazivom American

Forces Network. Službeno ga je osnovala američka vojska, i to godinu pr
je, na temeljima radijskih programa koji su funkcionirali unutar pojedini
vojnih baza u Americi. Svi radijski djelatnici bili su pripadnici oružani
snaga. Budući da je za emitiranje koristio dio BBC-ove infrastrukture, sn
ga mu je bila ograničena na svega 50 vati i bila je dostatna za pokrivanj
malo veće vojne baze koja prema uvjetima BBC-a nije smjela biti u Lor
donu, nego samo izvan njega. Ciljnu su publiku, a i onu koja je jedina bil
u dometu, predstavljali vojnici. Kako se njemačka vojska povlačila, tako s
AFN selio i po drugim gradovima oslobođene Europe. Emitiranje za Er
glesku završeno je 31. prosinca 1945., a za Francusku 1948. godine.

Japanska je propaganda bila usmjerena na američke vojne snage na Pa
cifiku. Podjednako kao i svi drugi jaki radijski programi, i ovaj je ima
propagandno djelovanje. Demoralizacija neprijateljskih vojnika širenjer
netočnih informacija činila je ključan sadržaj. Najpoznatiji ženski glas to
prostora bila je radijska voditeljica poznata po nadimku »Tokijska ruža
(*Tokyo Rose*). Riječ je bila o Amerikanki, pravim imenom Iva Ikuko Tc
guri (1916. – 2006.), koja je u Japan stigla u srpnju 1941. godine u posje
rođacima kako bi nastavila obrazovanje. Iako se prema podacima FBI-a[1
nakon nekoliko mjeseci kanila vratiti u Ameriku, proces dobivanja putov
nice (u Japan je stigla bez nje!) privremeno je odgodio povratak koji napa
dom Japanaca na Pearl Harbur 7. prosinca 1941. više nije bio moguć.

Usavršavajući japanski, radila je prvo u novinama, a potom na Radio Tc
kio, na kojem je u studenom 1943. počela voditi emisiju »Nulti sat« (*Th
Zero Hour*). Program je bio dio japanske strategije psihološkog rata rac
demoraliziranja američkih vojnika. Emisija je emitirana svakog dana, o
18.00 do 19.15 minuta, a Toguri je bila »glavna« voditeljica, osim nedje
ljom. Programsko joj je ime bilo »Siroče Ana« (*Orphan Annie*[168]), ali s
je zbog šarmantna, pa i seksipilna glasa američki vojnici prozvali Tokij
skom ružom. Iako nije bila radijski profesionalac, brzo se snašla, a njezi
je program ponajprije obilovao popularnom glazbom.

Završetkom rata optužena je za protuameričku djelatnost, ali je nako
suđenja 1946. godine oslobođena. Naime, bilo je vrlo teško rekonstruirat

[167] Famous Casese Iva Toguri d'Aquino and »Tokyo Rose«, www.fbi.gov (preuzeto u rujnu 2008.)

[168] »Little Orphan Annie« bio je američki strip koji je od 1924. godine redovito objavljivan u dnev
nim novinama *Chicago Tribune* autora Harolda Graya. Inspiriran je tradicionalnom dječjom pj
smicom istog naziva, a zbog velike popularnosti uslijedili su filmovi (1932. i 1938.), radioemisija (o
1930. do 1940.) i mjuzikl (1977.).

sav govor u eteru, zato što je Toguri imala još nekoliko suvoditeljica. Oslobođena optužbe Toguri se i dalje željela vratiti u Ameriku te je zatražila putovnicu. To je ponovno pokrenulo žestoke optužbe o njezinoj ratnoj djelatnosti i dovelo do obnavljanja procesa. Ovog je puta u rujnu 1948. deportirana u Ameriku gdje je nakon deset mjeseci počeo novi sudski postupak. FBI je saslušao stotine svjedočanstava vojnika s Pacifika kako bi utvrdio je li Toguri počinila izdaju. Presuda je donesena na temelju emisije, u kojoj je govorila o gubitku američkog broda na Pacifiku. U rujnu 1949. godine osuđena je zbog izdaje na deset godina zatvora i visoku novčanu kaznu. Pomilovana je 1956. te se vratila obitelji u Chicago.

Toguri je samo jedna od osoba koja se našla u sudnici zbog radijskih nastupa. Mnogi su radijski djelatnici osuđeni nakon rata, pa i pogubljeni, što opet govori o snazi i utjecaju medija. Mješavina jezika na kojima se vodio rat dovela je do potrage za ljudima koji su tečno govorili strane jezike. Tečan engleski, francuski, njemački ili bilo koji drugi strani jezik značio je da ta osoba može raditi u programima koji su namijenjeni slušateljima drugih govornih područja. Ovisno o misiji programa mogla je biti službeni voditelj ili podmetnuti »ilegalac«. U konačnici, njihov se rad svodio na širenje dezinformacija i panike među stanovništvom.

U kontekstu agresivnih propagandnih radiofonija posebno mjesto pripada Njemačkoj. Goebbels je njemačku radiofoniju upregnuo u propagandna bojna kola koja su nezaustavljivo harala europskim, ali i svjetskim eterom.

5.1. Njemačka ratna radiofonija

Ulaskom u rat glazbeni se program njemačkog radija okrenuo vojnoj glazbi, raznim marševima i koračnicama. Nije to bila slučajnost. Naime, popis nepoželjnih izvođača i skladatelja bivao je sve duži. Iako su popisi »preporučivali«, zapravo su zabranjivali sviranje određenih autora ili naslova. Židovski su autori bili isključeni u cijelosti, bez obzira je li bilo riječi o izvođačima, dirigentima, skladateljima ili tekstopiscima. I sva djela koja su na bilo koji način mogla biti dovedena u vezu sa Židovima nisu se smjela izvoditi. Na popisu zabranjenih djela našao se i velik broj pjesama s engleskoga govornog područja, a *jazz* i *swing* bili su proglašeni neprijateljskom

i dekadentnom glazbom. Izopćena su i neka klasična djela poput Mozartova »Requiema« s objašnjenjem da je »depresivan«, a i Beethovenova »Peta simfonija« jer su je koristili saveznici te »Fidelio« zbog sadržaja.

Göbbels je bio središnja osoba njemačke propagande, ali vodeća radijska osoba i odani Goebbelsov suradnik bio je Eugen Hadamovsky (1904. – 1945.), direktor njemačke radiofonije tijekom rata, radijski stručnjak i odani nacist. U rekordnom je vremenu otpustio, poslao u zatvor ili eliminirao sve radijske djelatnike koji nisu bili odani Partiji i Hitleru. Za nj su radijski izvjestitelji i novinari trebali biti odani politički djelatnici suzdržani i nezamjetni, ali snažno angažirani u afirmaciji aktualne politike i njezinih lidera.[169]

Prema propagandnim preporukama,[170] radijski se program morao slušati u svim ugostiteljskim objektima. U vrijeme emitiranja vijesti s bojišta morala je vladati potpuna tišina. Pismeno upozorenje na »kućni red« svi su takvi objekti morali držati na istaknutome mjestu. Oštećeni su radijski prijamnici morali biti popravljeni, a oni koji se nisu koristili moral su biti konfiscirani. Na svim frekventnim javnim mjestima morali su biti postavljeni zvučnici. Radijska je oprema morala biti iste proizvodnje kako bi se u slučaju potrebe lako spojila u mrežu koja bi obuhvatila cijeli grad ili određen dio. Programski su sadržaji svakog mjeseca evaluirani kako bi se dodatno unaprijedili ili uočili eventualni propusti.

U samo godinu dana, od početka rata do 1941. godine, a prema podacima internog izvještaja o propagandnim aktivnostima stranke,[171] propagandni je stroj proizveo golemu količinu materijala. Primjerice, više od sedam milijuna postera, više od 60 milijuna raznih tiskovina, a vojsci je darovano više od 60.000 radijskih prijamnika. Jedini problem bile su baterije, ali i to je rješavano, kako piše u izvještaju, pravednom raspodjelom.

Teško bi bilo ustvrditi da je Goebbels imao razrađenu teoriju propagande i razrađene postupke njezina djelovanja, ali se iz ostavljenih bilježaka može rekonstruirati njegovo viđenje propagandnog rata, sistematizirano u 19 osnovnih pravila. Između ostalog, navodi se kako mediji moraju djelovat

[169] Hadamovsky, Eugen: Die politische Arbeit des Rundfunksprechers, Handbuch des deutschen Rundfunks 1939/40, www.calvin.edu (preuzeto u rujnu 2008.)

[170] Huber, J. Franz (ed.): Propagandisten-Fibel, Herausgegeben vom Gaupropagandaamt Oberdonau der NSDAP, www.calvin.edu (preuzeto u rujnu 2008.)

[171] Die Arbeit der Partei Propaganda im Kriege, www.calvin.edu (preuzeto u rujnu 2008.)

simultano i pravovremeno, šireći vlastitu propagandu umjesto suzbijanja neprijateljske koju treba koristiti samo kad pomaže vlastitim ciljevima. Goebbels je informacije tretirao kao ratno sredstvo koje treba poslužiti ratu, a ne informiranju. Upravo je stoga trebalo procijeniti moguće posljedice te primijeniti cenzuru za sve sadržaje koji nisu bili pozitivni (sabotaže, dezertiranja, razaranja, gubici itd.). Polazišna je osnova bila korisnost, a ne moralnost (u Šiber, prema Doobu, 1998:242-248).

Među najvećim zvijezdama njemačkoga psihološkog radijskog rata bio je William Joyce (1906. – 1946.), poznat pod nadimkom »Lord Haw Haw«. Taj je nadimak neko vrijeme bio opći nadimak za voditelje njemačke radijske propagande na engleskom jeziku, u programu namijenjenom britanskom auditoriju. Osmislio ga je radijski kritičar[172] *Daily Timesa* kako bi ismijavao i ublažavao efekte njemačke radijske propagande. Budući da je zbog lošeg prijama zvuka često bilo teško razlikovati tko uopće emitira u eteru, nadimak »Lord Haw Haw« uskoro je postao izraz kojim su se označavali svi »sumnjivi« radijski glasovi. Općenito je označavao nešto ili nekog tko širi neistinu.

Joyce je bio podrijetlom Irac, rođen u Americi, ali se obitelj ubrzo vratila u Galway u Irskoj. Školovao se u Engleskoj gdje se upoznao s nacističkom ideologijom te postao oduševljeni sljedbenik ondašnje britanske nacističke stranke (*British Union of Fascists*, BUF) pod vodstvom sir Oswalda Mosleya. Bio je dobar i uvjerljiv govornik, a 1934. postao je direktor za promidžbu. Stranka je uskoro revidirala svoje stavove, posebno glede Židova, a Joyce i Mosley su se zauvijek razišli.

Krajem kolovoza 1939., neposredno uoči odluke o uhićenju, Joyce je sa suprugom prebjegao u Njemačku gdje je dobio državljanstvo. Nakon audicije na Radio Berlinu dobio je posao u engleskom servisu. Program »Germany calling« počeo je 18. rujna 1939. i trajao je sve do travnja 1945. godine. Emitiran je iz Hamburga, na srednjem valu za Veliku Britaniju i na kratkom valu za Ameriku.

Zadrti nacist, Joyce je bio izrazito protužidovski raspoložen i Židovi su bili njegova najčešća meta. Obrušavao se i na Churchilla, a bio je vješt i u širenju lažnih vijesti među stanovnicima Otoka. Cilj mu je bilo diskreditirati

[172] Pisao je pod pseudonimom Jonah Barrington.

englesku vladu, ali i unijeti paniku i strah. Ujedno je bio zadužen za grutiranje britanskih ratnih zarobljenika. Napisao je i knjigu *Twilight o England*, koju je promovirao sam Goebbels. Sredinom lipnja 1945. go ne uhićen je i odveden u London. Suđenje je trajalo tri dana. Obješe početkom siječnja sljedeće godine. Ujedno je to bilo i zadnje vješanje britanskom tlu.

Druga velika radijska zvijezda Radio Berlina bila je Amerikanka Mild Gillars (1900. – 1988.), poznata pod radijskim imenom »Osovina Sal (*Axis Sally*). Nakon neuspješnih pokušaja u svijetu glume, oko 1929. ot je u Europu, u Dresden kako bi studirala glazbu. Tu se i zaljubila u pro sora Maxa Otta Koischwitza. Saznavši da je oženjen, vratila se u Ameri ali nije dugo izdržala. Već 1932. ponovno je došla u Njemačku i srela s Koischwitzem, koji je u to vrijeme bio programski direktor Radio Be na i član nacističke stranke. Pod njegovim mentorstvom počela je ra na Radio Berlinu. Početkom rata počela je emitirati emisiju na englesk jeziku pod nazivom »Dome, slatki dome« (*Home, Sweet Home*), a seb predstavljala kao »Midge« (*Midge at the Mike*).

Emisija je emitirana od prosinca 1941. do svibnja 1945. godine, uvi u večernjim i noćnim satima, sadržajno usmjerena demoraliziranju sa zničkih vojnika. Fokusirala se na izazivanje nostalgije za domom i obi lji. Među omiljenim temama bilo je spekuliranje s nevjerom djevojak supruga koje su vojnici ostavili kod kuće. Psihološki efekt takvog sadrž nije teško zamisliti. Dovoljno se prisjetiti često viđenih filmskih kadro u kojima vojnici, zatečeni na nekoj lokaciji gdje pošta neredovito ili uc će ne stiže, izloženi sustavnim napadima i čestim gubicima, u prljavš ni i hladnoći, misle na svoj dom i obitelj. Gillars je, imala vrlo seksipila mazan glas, a odabir glazbe budio je romantične misli. Međutim, potp no drukčije misli budila je u Americi gdje se na kratkom valu mogla č njezina emisija. Upravo je njezino spletkarenje u eteru bilo među de točaka optužbe za izdaju nakon završetka rata. Međutim, na kraju je os đena samo zbog emisije koja je emitirana 11. svibnja 1944. godine, nek liko tjedana prije iskrcavanja u Normandiji.

Riječ je bila o svojevrsnoj radiodrami. Gillars je, uvijek sklona glumi, i terpretirala tekst koji je napisao Koischwitz pod nazivom »Vizija invazij (*Vision of an Invasion*). Glumila je majku američkog vojnika koja u s

»vidi« i »čuje« umiranje sina, koji je ranjen pri pokušaju prodora saveznika preko La Mancha u Europu. Drama je raspolagala svim potrebnim vrstama zvučnih efekata, uključujući jauke ranjenih i agoniju umirućih, a osnovni dojam bio je apsolutni masakr nad američkim vojnicima.

Nakon završetka rata pridružila se brojnim izbjeglicama, pokušavajući postati anoniman civil. Međutim, ipak je prepoznata i u kolovozu 1948. uhićena i deportirana u zatvor u Washingtonu. Činilo se da joj prijeti doživotna kazna, kao i svim drugim (bilo ih je šest) radijskim voditeljima kojima je suđeno za izdaju. Velik je broj točaka optužnice otpao kad je obrana dokazala da je Koischwitz, njezin mentor i ljubavnik, bio sudbonosna osoba za sve njezine ratne aktivnosti, a i autor teksta radiodrame. Osuđena je na 10 do 30 godina zatvora i visoku novčanu kaznu. Pomilovana je nakon 12 godina zbog dobrog vladanja. Nastavila je živjeti u Americi, dovršila svoje obrazovanje i umrla u dobi od 87 godina.

Jedan od najvećih i najvažnijih Goebbelsovih projekata bilo je jačanje radijske propagande na stranim jezicima. Od svibnja 1938., a u svega dvije godine, u taj je projekt uključeno i zaposleno petstotinjak ljudi, a njemački su odašiljači emitirali programe na čak 31 jeziku. Goebbels je inače stalno izvodio brojne reorganizacije unutar postojeće strukture ProMi. Ministarstvo je raslo velikom brzinom i uskoro je postalo jedno od najbrojnijih u državnom aparatu, organizacijski vrlo zamršeno i prepuno službi koje su se preklapale. Pa ipak, bilo je to u skladu s planom kako svatko mora kontrolirati svakog.

Glavni cilj, uz programe prema Americi i Africi, bila je Europa. Osnovna je odašiljačka mreža znatno pojačana, a preuzeti su i odašiljači okupiranih zemalja. Kao dodatak svim prekomorskim i europskim servisima ustrojen je poseban servis »tajnih postaja« (*Geheimsender*), poznat kao Büro Concordia. Umijeće tajnih postaja sastojalo se u njihovu lažnom predstavljanju kao postaja pokreta otpora. Vješto i uspješno šireći dezinformacije utemeljene na stvarnim podacima koje je pribavljala tajna služba, Büro Concordia postao je moćno i ubojito oružje, o čemu će više biti govora u poglavlju o tajnim radijskim postajama.

5.2. Britanska ratna radiofonija

Britanski premijer Neville Chamberlain objavio je rat Njemačkoj 3. rujna 1939. godine nakon što se oglušila o britanski ultimativni zahtjev za povlačenjem iz Poljske. Međutim, Chamberlain nije bio sklon ulasku u rat, a možda nije ni vjerovao da će do njega doći. Smatrao je da Britanija nije spremna za ozbiljan ratni sukob. Churchill, koji tada nije bio član vlade, bio je Chamberlainov velik oponent i kritičar. Shvaćao je nacističku Njemačku vrlo ozbiljno, smatrajući da Britanija mora zauzeti jasan protuhitlerovski stav, a predlagao je i novačenje.

Razdoblje od rujna 1939. do proljeća 1940., vrijeme kad je Njemačka okupirala Poljsku (*Blitzkrieg*), karakterizirali su rječiti nazivi poput lažnog (*Phoney War*) kako ga je nazvao jedan američki senator, blijedog (*Twilight War*) kako ga je opisao Churchill, a aktualna njemačka vlast nazivala je to razdoblje »sjedećim ratom« (*Sitzkrieg*). Već iz samih naziva jasno je da unatoč zbivanjima koja nisu obećavala ništa dobro jedni nisu vjerovali da će sukobi eskalirati, a drugi su sjedili i čekali znak za početak.

Ulaskom Velike Britanije u rat BBC se našao suočen s brojnim pitanjima. Iako je već imao brojne iskusne novinare, nitko od njih nije imao novinarskog iskustva u ratnom izvještavanju. Bila je nejasna i programska politika, osobito pitanje novinarskih sloboda u izvještavanju. Međutim, vrlo je brzo uspostavljen tzv. odjel za ratno izvještavanje, čiji su članovi bili novinari koji su prošli ratnu obuku.

Prvih ratnih mjeseci, dok je još trajao »lažni rat« (*Phoney War*), BBC je emitirao samo vijesti i klasičnu glazbu. Vijesti su monotono ponavljane iz sata u sat, bez naročitih pomaka, a »potpuno je pomračenje informativnog programa nastalo kad i pomračenje na ulicama« (Curran, Seaton, 1991:128). BBC je rastao u širinu pa je prema istom izvoru 1939. zapošljavao 4000 ljudi, a krajem 1940. čak 11.000 ljudi (zajedno sa svim regionalnim centrima).

U međuvremenu su shvatili koliko ozbiljno funkcionira njemačka ratna radijska propaganda. Emisija poput »Germany Calling« i Lord How How privlačili su veliku pozornost engleskog slušateljstva. Zabavne su emisije općenito, u to vrijeme napetosti i depresije, bile rado slušane, a zabavljači vrlo popularni.

Prema jednom izvoru,[173] na samom početku rata, u razdoblju od svibnja do rujna 1940. godine, na programu BBC-a uslijedio je svojevrstan »odgovor« kroz »tečajeve« engleskog jezika. Riječ je bila o učenju engleskog na temelju rečenica koje su izvučene iz ratnoga konteksta s objašnjenjem kako se tako uče »korisne fraze«. Primjerice, korisnom je frazom ocijenjena izjava »Brod tone«, »Voda je hladna«, »Ja gorim«[174] itd. Motiv za takvu emisiju činile su glasine o planiranju iskrcavanja njemačke vojske na britansko tlo.

Britanija je također imala svojevrstan ekvivalent njemačkoga »narodnog prijamnika«, poznatog kao »korisni radio« (*Utility Sets*) ili »radio za građanstvo« (*Civilian Recivers*). Riječ je bila o proizvodu koji su, prema vladinoj preporuci, ondašnji britanski proizvođači radijske opreme trebali ponuditi tržištu. Preporuka je sadržavala napomene o važnosti standardiziranja zamjenskih dijelova kako bi prijamnici u slučaju kvara mogli lako i brzo biti popravljeni. Preporuka je ostala na snazi do 1947. godine.

Razvoj ratnih događaja doveo je u svibnju 1940. godine do Chamberlainove ostavke, a na mjesto premijera došao je Winston Churchill. U svojem prvom obraćanju parlamentu, 13. svibnja, Churchil je naglasio da ih čeka težak put, na kojemu on »nema što ponuditi osim krvi, muke, suza i znoja«.[175] Tih je dana njemačka vojska ušla u Belgiju, Nizozemsku, Luksemburg i Francusku, a ukupnim se ratnim zbivanjima pridružila i Italija. Bilo je samo pitanje vremena kada će Hitler pokušati napasti Britaniju. Prije prebacivanja njemačke pješadije preko La Mancha trebalo je riješiti pitanje moguće zračne obrane Otoka.

Bitka za Britaniju počela je u lipnju 1940. snažnim zračnim okršajima Luftwaffea i RAF-a. U rujnu, kad je postalo jasno kako Luftwaffe neće

[173] Majore Ed Rouse: Psychological Operations/Warfare, http://www.psywarrior.com/psyhist.html (preuzeto u listopadu 2008.).

[174] »Tečaj« se odvijao na ovoj razini:
»... *and so it will be best if you learn a few useful phrases in English before visiting us. For your first lesson, we take 'DIE KANAUEBERFAHRT'. The chanell crossing.*
Now, just repeat after me:
– 'DAS BOOT SINKT.' The boat is sinking. The boat is sinking.
– 'DAS WASSER IST KALT.' The water is cold. 'SEHR KALT'. Very cold.
Now I will give you a verb that should be very useful. Again, please, repeat after me:
– 'ICH BRENNE'. I am burning. -'DU BRENNST.' You are burning. – 'ER BRENNT.' He is burning. – 'WIR BRENNEN.' We burn. -'IHR BRENNT'. You are burning. -'SIE BRENNEN' They are burning.

[175] Churchill Winston: Blood, Toil, Tears and Sweat, First Speech as a Prime Minister, May 13 1940, www.winstonchurchill.org (preuzeto u listopadu 2008.)

uspjeti osigurati siguran zračni prostor, Hitler je promijenio ratnu ta
ku i odlučio bombardirati civilne ciljeve. Počeli su zračni napadi na L
don (*London Blitz*), ali i na mnoge druge engleske gradove. Zbog no
napada uslijedila je naredba zamračenja, a do proljeća 1941. deseci t
ća ljudi su poginuli ili bili ozbiljno ranjeni te je razoreno više od mil
domova. Hitler se potom okrenuo »Operaciji Barbarossa«, pa je u lip
1941. krenuo na Sovjetski Savez.

U takvim okolnostima ratno je izvještavanje bilo zahtjevan i težak, a
dasve odgovoran posao. Nesmotrenost u izvještaju mogla je rezult
ti ozbiljnim posljedicama. Broadcasting House pogođen je već u san
početku zračnih napada, u rujnu 1940. godine, a idućih je mjeseci r
ren niz važnih infrastrukturnih objekata. Službe su razmještene po
gim lokacijama i gradovima. Svi dotadašnji regionalni centri BBC-a
jeni su u jedan program, jednostavno nazvan domaćim servisom (*H
Service*). Prvi put u svojoj povijesti BBC je odlučio poslušati glas javn
pitajući što njegovi slušatelji žele i očekuju od radijskog programa. Oc
vor je bio jasan: očekivali su brze, točne i jasne vijesti, a u međuvrem
samo sadržaje koji bi ih mogli barem malo razonoditi!

Tehnička je oprema i dalje predstavljala problem jer nije bilo kvalite
prijenosnih snimača koji bi reporterima omogućili snimanje na ter
Ipak, 1943. godine BBC i MSS Company razvili su liniju prijenosnih
mofona – snimača. Nazvani su Riverside (engl. riječna obala) zato št
sličili prijenosnim gramofonima s početka tridesetih godina, koji su
obvezna oprema za izlete u prirodu. Ovaj »patuljasti snimač« (*The M
get Disc Recorders*[176]) mogao je u unaprijeđenoj verziji snimiti do sat
mena tonskog zapisa. Naravno, nije bilo govora o masovnoj proizvoc
Do rujna 1944. napravljeno je 48 takvih snimača.[177]

Tijekom Drugoga svjetskog rata, dijelom zahvaljujući novinarskim teč
vima koje je organizirala britanska vojska, ratno je izvjestiteljstvo posta
visoke standarde. Najslušanija »ratna« emisija bila je »War Report«, u
joj su emitirani izvještaji s bojišta. Osim izvjestitelja s engleskog podru

[176] Beckwith, Roger: The »Riverside« Midget Disc Recorders, http://www.btinternet.com/~r
beckwith/bh/repwar/wr_midget.htm (preuzeto u listopadu 2008.)

[177] Snimao je na ploču promjera 25 centimetara i ukupno je težio 18 kilograma. Prva proizvede
nija nazvana je Mark 1s, a nekoliko mjeseci poslije napravljen je Mark 1A.

BBC je ubrzo dobio i ratne izvjestitelje s europskih i drugih bojišta. Među najuglednijim ratnim BBC-ovim izvjestiteljima i poznato ime engleskog novinarstva bio je Richard Dimbleby (1913. – 1965.). Ratne je godine proveo po raznim bojištima, neprekidno izvještavajući o zbivanjima. Postao je poznat po nekonvencionalnim ratnim izvještajima, u kojima je napravio odmak od formalna i ukočena načina rada. Njegov je izvještaj iz logora Belsen 1945. godine bio toliko šokantan da se razmišljalo hoće li ga se uopće objaviti. Osim njega, iz ratne se BBC-ove ekipe najčešće spominju Frank Gillard, Godfrey Talbot i Wynford Vaughan-Thomas, sve redom ratni izvjestitelji s prvih linija, a poslije ugledni novinari.

Među najpoznatijim imenima ratnog izvjestiteljstva Drugoga svjetskog rata bio je i Amerikanac Edward Murrow (1908. – 1965.). Stigao je u London 1937. godine, kao šef dopisništva CBS-a za Europu. Njegova uloga nije podrazumijevala novinarski, a kamoli ratni izvjestiteljski rad, ali Murrow nije tako mislio. U suradnji s drugim američkim dopisnikom iz Europe, Wiliamom Shirerom,[178] napravio je za CBS 30-minutni pregled zbivanja u Europi. Izvještaji iz Berlina, Beča, Pariza, Rima i Londona, okupljeni na jednome mjestu, postavili su standard svih budućih sličnih »preglednih« emisija, a emisija je imala veliku slušanost. Idućih mjeseci pridružili su im se još neki ratni izvjestitelji, a ekipa je prozvana Murroowim dečkima (*Murrow's Boys*). Svima je bio zajednički oštar i jezgrovit pristup temama, s jasno izraženim gledištima.

Kratkovalno je emitiranje postalo vrlo važno, ponajprije zbog dometa signala. Empire Service (današnji BBC World Service), koji je počeo s emitiranjem 1932. godine, tijekom rata izrastao je u snažan, ugledan i slušan program. Od početnih stotinu ljudi do kraja 1941. broj zaposlenih povećao se na oko tisuću i pol, a program se odvijao na 34 jezika. Tako je već 1939. utemeljen i hrvatsko-srpski servis, poslije samo hrvatski servis.[179] Servis je uz emitiranje imao i ulogu slušača kroz službu koja se zvala Monitoring Service. Uspjeli su presresti i brojne političke poruke i ratne izvještaje koje su nacisti posebnim linijama slali svojim novinama i radijima kako bi ih objavili. Tako su često znali sadržaj i prije nego što je objavljen u njemačkim novinama pa

[178] William Lawrence Shirer poznat je i po knjigama koje je napisao o Hitlerovoj Njemačkoj.

[179] Ukinut je 2007. godine s obrazloženjem da je na temelju političkih i medijskih promjena u bivšim socijalističkim zemljama postao nepotreban.

su na vrijeme mogli pripremiti odgovarajuće komentare. Učestalost takv situacija rezultirala je Goebbelsovom uvjerenošću da ima špijuna u ProMi Kad je shvatio o čemu je riječ, poruke je kodirao, ali je tu uskočila špijunsl služba koja je, često bez većih problema, dekodirala sadržaje.

Popularni Churchillov pozdrav desnom rukom sa dva podignuta prst raširena u obliku slova »V« , koja simboliziraju pobjedu (*victory*), nast je na tragu programskog poziva slušateljima da uvijek kad to mogu, sl vo »V« negdje napišu. Ujedno prema Morseovoj abecedi slovo »V« pre stavljaju tri točke i jedna crtica, uvodne note Beethovenove »Pete simf nije«, što je postalo zaštitni znak svih europskih programa BBC-a. Chu chill je podržao ideju, a time je znak uveo u povijest.

S čvrsto zacrtanim programskim kriterijima BBC se nije upuštao u pr pagandne ili slične manipulacijske poteze. Tu je djelatnost prepustio ob vještajnim službama i njihovim tajnim postajama. Zbog takvog stava pr skrbio je slušanost i na njemačkom području. Primjerice, od 1943. sval su noći u trajanju do 15 minuta objavljivana imena i poruke njemački ratnih zarobljenika upućene njihovim obiteljima. Slušanost nije mog izostati, ali rezultirala je pooštrenjem[180] nacističke kontrole i mjera pr ma onima koji su slušali BBC.

Među novijim zabavnim emisijama koja se pojavila u eteru BBC-a 194 bila je »Iskreno vaša« (*Sincerly Yours*) koju je vodila pjevačica Vera Lyn Uz puno glazbe Lynn je prosljeđivala poruke u eteru vojnicima na bojišt Kontaktirala je njihove obitelji i prenosila im vijesti, čitala pisma i ispunj vala glazbene želje. U međuvremenu je i snimala glazbu pa su mnoge nj zine pjesme postale omiljene među vojnicima. Među najvećim ratnim hit vima bila je pjesma »We'll Meet Again«, koju je Lynn snimila 1939., a 194 snimljen je i istoimeni glazbeni film. Slična je emisija bila i »Over To You koju je radila Jane Welsh. Za razliku od Lynn, Welsh je putovala Engleskor

[180] Jedna od neprovjerenih priča govori o načinu kojim su nacisti pokušali osujetiti slušanje BBC-Objavili su kako raspolažu vozilom koje može na temelju posebne špijunske opreme detektirati r dijski program koji u tom trenutku neka obitelj sluša. Smiješna (za to vrijeme!) tvrdnja ipak je ima rezultat. Ljudi su se iskreno bojali nacista znajući prijeke metode kojim su se služili. BBC je uzvrat podjednako smiješnim prijedlogom rješenja te opasne situacije. Ustvrdio je da su njegovi inženje riješili problem »prikrivanja« identiteta radijskog programa običnim ključem! Ozbiljno su obavijest ilegalne njemačke slušatelje da dok slušaju njihov program, na radijski prijamnik stave običan ključ sobnih vrata. Objasnili su, opet vrlo ozbiljno, kako ključ s obzirom na to da je od metala, ometa d tekciju programa koju obavlja špijunsko vozilo!

i snimala poruke koje je potom emitirala. Međutim, prave zvijezde radijske zabave bile su emisije rađene u stilu varijetea, »Band Wagoon« i »It's That Man Again«. Vijesti, humor i glazba bile su dobitna kombinacija radijskog programa tijekom ratnih vremena. Bila je to mješavina informacija i emocija radi širenja optimistične atmosfere u iščekivanju završetka rata.

BBC nije zaboravio ni one koji nisu bili na bojištima, već u logističkim službama. Znajući koliko je važno podržati poslove koji su izravno utjecali na svakovrsnu opskrbu vojske i civilnog stanovništva, pokrenute su dvije »putujuće« emisije. »Worker's Playtime« i »Music While You Work« bili su specijalni projekti koji su putovali po tvornicama i najčešće bili emitirali iz tvorničkih restorana.

Obrazovna je uloga BBC-a tijekom rata dobila novi smisao. Budući da su mnoge škole bile srušene, a djeca evakuirana na sigurnije lokacije, radijski je program trebao preuzeti zahtjevnu ulogu »učitelja«. Budući da je ratno vrijeme bilo vrijeme mnogih nestašica, pa tako i papira, ta je obrazovna uloga bila još jasnija. Naravno, uz učenje i ovdje je bio prisutan optimizam, pa i sadržaji namijenjeni dječjoj zabavi. Do kraja rata u programu BBC-a bilo je više od 30 tjednih dječjih obrazovnih emisija.

BBC nije bio jedini radijski program koji se mogao čuti na Otoku. Naprotiv, frekvencije su zauzimali ili upadali u njih i brojni drugi radijski programi. Dio njih koristile su strane radijske postaje, ali dio je bio korišten i za potrebe tzv. tajne radiofonije. Riječ je, u pravilu, bila o špijunskim i protušpijunskim eterskim operacijama.

5.3. Tajna ratna radiofonija

Govoreći o tajnim radijskim postajama treba naglasiti kako je taj dio radiofonije Drugoga svjetskog rata izuzetno teško točno rekonstruirati. Uobičajeno je emitiranje bilo dio puno složenije tajne operacije koju bi osmislili i realizirali ljudi iz vojnih stožera. Radijski su programi činili važan dio takvih aktivnosti, ali su izvori[181] rijetki, a provjera gotovo nemoguća. Opet je razlog što tonskih snimki nema, a povremena objava nečijih

[181] Welcome to the Home of the Psywarrior, Psychological Operation: http://www.psywarrior.com (preuzeto u listopadu 2008.); WWW II Secret Intelligence, Activities Around Milton Keynes, http://clutch.open.ac.uk/schools/emerson00/home.html (preuzeto u listopadu 2008.).

sjećanja na ratne dane ili prigodom kakve obljetnice daju tek opće nazna ke ondašnje situacije.

Općenito, među tajnim radijskim postajama treba razlikovati program koji su bili tajni po svojoj lokaciji od programa koji su bili tajni u smisl da se nije znalo tko ih emitira. Ujedno treba napraviti razliku između taj nih postaja nekog pokreta otpora u odnosu na programe koje su organi zirale i emitirale obavještajne službe, a bili su namijenjeni i civilima i voj sci na zaraćenoj strani. Tajnost je bila zajednička karakteristika, ali su ci i metode bili drukčiji.

Pokreti otpora emitirali su program koji je najčešće bio tako i predstav ljen u eteru, dok su obavještajne službe emitirale programe koji su se ve ćinom lažno predstavljali. Tako su, primjerice, stanovnici okupiranih te ritorija vjerovali kako slušaju radijsku postaju pokreta otpora ili savezni ka, a zapravo je bila riječ o programu koji su emitirali nacisti. Podjedna ko tako i saveznici su emitirali slične programe, pretvarajući se da je ri ječ o izvorno njemačkim i prohitlerovski orijentiranim programima. U lažne često su se plasirale i »frizirane« vijesti i komentari koji su unato naizgled afirmativnom pristupu navodili na sumnju i preispitivanje rad ukupne demoralizacije civila i vojske. Treba napomenuti kako su neki oc tih programa zapravo bile emisije koje su išle u eter u točno određeno vri jeme i trajale sat-dva. Ovdje je opet na djelu bila crna propaganda, ali na sofisticiraniji način.

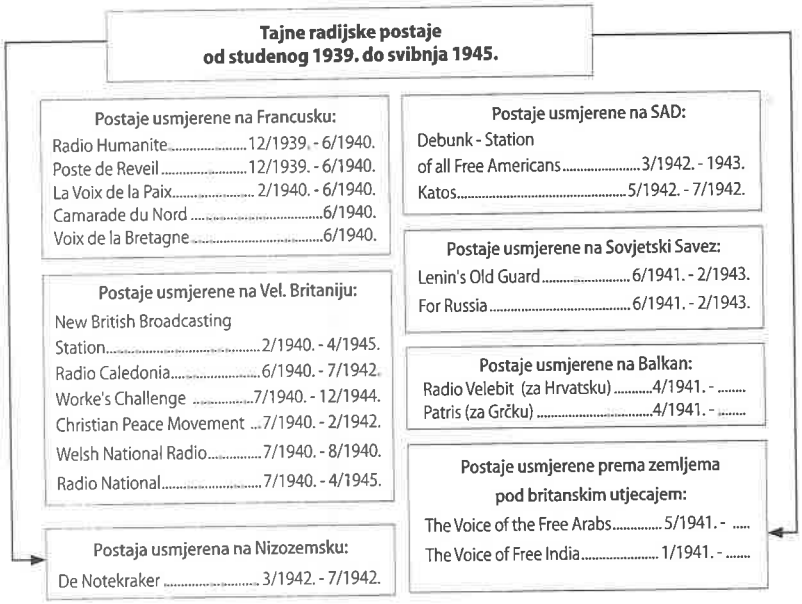
Büro Concordia bio je u sastavu njemačkog ProMija i objedinjavao je aktivnosti vezane uz osnivanje i rad tajnih radijskih programa. Prema prikazu iz Sheme 1. vidi se brojnost glavnih postaja i usmjerenost prema pojedinim regijama i državama. Također se vide podaci o početku i kraju emitiranja. Za nas posebnu zanimljivost predstavlja Radio Velebit, radijska postaja Ustaškog stana, koja je emitirala za Hrvatsku. Iako je bila riječ samo o emisiji, najavljena je kao »krugovalna postaja Glavnog Ustaškog Stana[182] iz tudjine. 5. travnja u noći čitava je Hrvatska slušala poviestni govor Poglavnika dra Ante Pavelića preko iste postaje...«. Pavelićev je govor nekoliko puta ponovljen. »Ploče, ustaška načela i pjesma ispunile

[182] Mussolini je dopustio Paveliću da nakon 22.00 sati koristi prostorije i odašiljač Radio Firenze za političko-propagandne emisije.

su cijelu emisiju koja je trajala do iza ponoći...« (Prpić, Hrvatski radio list, 7. 9. 1941.)

Tajne su se postaje spominjale i prije, u časopisu *Radio Zagreb* početkom srpnja 1940. godine, u kojem je nepoznati autor,[183] komentirajući poraz Francuske, pisao o strahovito jakom djelovanju tajnih radijskih postaja koje su danonoćno »sijale defetizam najgore vrste. Kakve su sve loše tendencije slijedile ove tajne radio-stanice koje su tvrdile da daju glasove pravih narodnih prijatelja naroda? Jedamput su se javljale na ovom, drugi put na onom valu. 'Glas mira', 'Radio istina', 'Zov domovine' i tko zna kako su se sve još nazivale ove radio-postaje u eterski kamufliranim visinama. Trebale su proširiti neodlučnost i sumnju u spavaonicama vojnika... i vojnici su se počeli pitati: 'Nisu li nas izdali? Gdje je zapravo istina?'... Zrake razbijanja bile su u punoj akciji«.

Shema 1. Ustrojstvo tajnih postaja: Büro Concordia



Izvor: Bergmeier, H. – Lotz, R.: Hitler's Airwaves, p. 197.

[183] (...): Radio nije odlučio bitku za Francusku, ali..., *Radio Zagreb*, Zagreb, br. 4, 6.7. 1940.

Britansko Ministarstvo vanjskih poslova osnovalo je u kolovozu 1941. g dine posebno i tajno operativno tijelo, Political Warfare Executive (PWI radi kreiranja i širenja crne propagande. Strategiju PWE-a osmišljavao odbor sastavljen od ondašnjih ministara gospodarstva i informiranja, n kadašnjih diplomata i savjetnika u BBC-u, a operativu su činili ljudi iz M nistarstva informiranja, stručnjaci za propagandu iz obavještajnih služ te provjereni ljudi s BBC-a. Budući da je odjel bio tajan, u vanjskoj se k munikaciji predstavljao tek kao dio obavještajne mreže Political Intel gence Department (PID).

Osnovna djelatnost britanske špijunske propagande temeljila se, između ostalog, i na tajnim emitiranjima, »friziranim« informacijama, pamflet ma i lecima koji su imali za cilj izazivati pomutnju u njemačkim oruž nim snagama, ali i strah među civilnim stanovništvom. U početku rat eteru nije bio zamišljen niti utemeljen na crnoj propagandi, već više k afirmacija borbe protiv nacizma, poziv pokretima otpora i razmetan vojnom moći saveznika.

Sefton Delmer (1904. – 1979.), novinar i u ratno vrijeme, propagandi u PWE, nije dijelio taj način razmišljanja. Smatrao je da će radioprop ganda biti efikasnija ako nije izravno usmjerena protiv Hitlera, već ga n izgled podržava. Ulaskom u Odjel posebnih operacija (*Special Operatio Executive* – SOE) osnovao je i vodio tajnu operaciju crne radijske prop gande (*Black Propaganda Radio*).

Delmer je već imao radijskog iskustva. Rođen je u Berlinu gdje mu otac bio sveučilišni profesor engleskog jezika. Delmer se dijelom škol vao i u Londonu gdje je neko vrijeme bio slobodni novinar. Kad je dobi posao šefa dopisništva *Daily Expressa*, preselio je u Berlin. Početkom tr desetih godina, u vrijeme kad se Hitler penjao na vlast, već je bio nov nar s vrlo dobrim kontaktima u visokim nacističkim krugovima, a bio i prvi engleski novinar koji je intervjuirao Hitlera. To mu je kod kuće pr skrbilo status simpatizera nacizma iako su nacisti s druge strane vjerova da je britanski špijun. Neko je vrijeme vodio i francusko dopisništvo *D ily Expressa* u Parizu.

Uoči rata vratio se u Englesku i kao bilingvalna osoba neko vrijeme radi na BBC-u u njegovu servisu na njemačkom jeziku. U rujnu 1940. dobi je ponudu da se pridruži obavještajnoj službi MI6 sa zadatkom organiz ranja tajne radijske postaje koja je trebala emitirati program namijenje

njemačkim vojnicima. Riječ je bila o crnoj propagandi. Sjećanja na te dane objavio je u knjizi pod nazivom *Crni bumerang*[184] koja je objavljena 1962. godine.

Delmer je osmislio emisiju »Gustav Siegfried Eins«[185] ili kraće GS1, no naziv nije imao baš osobito značenje. Emitiranje je počelo 23. svibnja 1941., iz kompleksa Wavendon Towers, u gradu Milton Keynes[186] na jugoistoku Engleske. Emisija je na sebe privukla pozornost jer se »netko u eteru« počeo razbacivati (jednostavnim i lako razumljivim) kodiranim porukama, glumeći važnu kariku u prijenosu tajnih informacija. Kad je pozornost slušatelja bila privučena, u eteru se javio njemački oficir koji se predstavljao kao »Šef« (*Der Chef*). Šef je naizgled svesrdno podržavao njemačku »Partiju« (nikad nije koristio riječ »nacizam«) i njihovu ideologiju, ali ih je u svojim govorancijama zapravo sustavno potkopavao. Pokušavajući ih pohvaliti, na (namjerno) nevješt način zapravo ih je ismijavao, kritizirao, a povremeno i vrijeđao. Šef je govorio jezikom običnoga njemačkog vojnika, izgovarajući na glas ono što su mnogi od njih i mislili, ali se nisu usuđivali izreći.

Teme za emisiju stizale su i od posebnog Odjela za glasine (*Rumor Commitee*). Riječ je bila o odjelu, čija je zadaća bila baviti se glasinama koje su usput »pokupili« engleski obavještajci tijekom uobičajenih terenskih aktivnosti. Bile su to doista tek glasine i neprovjerene informacije nazivane »sibil« ili »sibs« prema latinskoj riječi »sibilare«, što je značilo piskanje i šuškanje (u govoru). Glasine su, navodi Šiber (1998:321), vijesti o osobama ili događajima nepoznatog izvora, koje mogu biti, ali najčešće nisu istinite, a vrlo se brzo šire usmenim prenošenjem između pojedinaca unutar neke grupe. Međutim, za njihovo širenje trebaju postojati određeni uvjeti koje autor dijeli u četiri grupe: (a) zanimljivost sadržaja, (b) osjećaj nesigurnosti, (c) nedostatak informacija i (d) postojanje kohezivne socijalne grupe.

U ratno su vrijeme svi uvjeti bili zadovoljeni, pa su glasine bile najbrojnije. Generirane su kombinacijom lažnih i točnih podataka. Primjerice, »događaj« bi bio smješten u postojeći grad, s postojećim nazivom ulice

[184] Delmer, Sefton: Black Boomerang, www.seftondelmer.co.uk (preuzeto u kolovozu 2008.). Knjiga je dostupna u elektroničkoj verziji na navedenoj adresi. Nova se izdanja više ne mogu naći u tisku.

[185] WW II Secret Intelligence, Special Operations Executive, Gustav Siegfried Eins, http://clutch.open.ac.uk/schools/emerson00/soe_gs1_1.html, (preuzeto u ožujku 2009.)

[186] Tamo se nalazi i poznati Bletchley Park koji je tijekom Drugoga svjetskog rata postao lokacija Centra za kodiranje i kriptografiju (Government Code and Cypher School) u kojem je »razbijena« šifra najpoznatijega njemačkoga kodnog stroja, Enigme. Danas je pretvoren u muzej.

ili trga. Predočen je u kombinaciji s lokalnim izrazima, pa i podacima stvarnim ljudima iz te sredine. Kako se dolazilo do podataka? To je bil zadaća Odjela za glasine koji su konstruirali zbilju na temelju najrazno vrsnijih izvora. Podaci su prikupljani iz svakovrsnih njemačkih novina magazina, iz sadržaja poput osmrtnica, oglasa o rođenju ili proslavam određenih jubileja, rođendana, udaja ili ženidbi, ali i od samih obavješta jaca. Tako posložena »priča« sadržavala je dio istinitih podataka, ali ključ na je poruka uvijek bila lažna, osmišljena kako bi izazvala paniku ili sva kovrsne druge demoralizirajuće emocije.

Radio se pokazao izvrsnim posrednikom za plasman takvih sadržaja. Oslo njen na već stečenu vjerodostojnost nepristranog i brzog medija, s lakoćon je postao sredstvo manipulacije onih koji su proizvodili takve priče. Već san po sebi prolazan i neuhvatljiv radi ponovnog preslušavanja onog što je re čeno ostavljao je prostora za svakovrsne spekulacije. Radio je bio izuzetn pogodan za transformaciju glasina, pri čemu su se lako događale tri osnov ne promjene sadržaja. Nivelacija ili ispuštanje dijela detalja, asimilacija il dodavanje novih sadržaja i dramatizacija, odnosno naglašavanje nekih ele menata u želji da se privuče pozornost okoline (ibid. str.323).

Prema Delmeru, svakovrsni su podaci dnevno skupljani, zajedno s pripa dajućim detaljima poput adresa, imena srodnika i slično, kako bi mogli bit upotrijebljeni u trenutku kad je nekoj priči potrebno dati vjerodostojnost. Za primjer takvog načina rada Delmar navodi kreiranje priče o zaraženoj krvi Priča mu je pala na pamet nakon što je u njemačkim novinama pročitao vijest o ponovnom prikupljanju krvi za potrebe vojske. Kreirao je zastrašu juću priču o zaraženoj krvi, jer davatelji nisu testirani, koja sad u bočicama putuje na neko bojište. Naravno, sutradan je Šef priču plasirao u eter.

Slično se dogodilo i s Goebbelsovom objavom o dodatnoj količini čokolade koja je trebala biti podijeljena radnicima u njihovim tvorničkim kantinama Delmer je stvarnu vijest »doradio« glasinom kako je čokolada »začinjena« snažnom stimulativnom drogom radi pojačanja radnog elana i efikasnost u tvornicama. Sličan je i sljedeći primjer koji je usmjeren u najemotivni jem smjeru, prema djeci. Naime, kad je počela evakuacija njemačke djece u kampove izvan područja ratnih akcija, Delmer je kroz izmišljeni razgovor s nekim doktorom iz kampa plasirao informaciju o difteriji. Kroz potpun neutralnu »čestitku« na predanom radu o zbrinjavanju djece, »slučajno« je spomenuta difterija, ozbiljna zarazna bolest. »Doktor« je spontano izrazio

zabrinutost jer im u kampu ponestaje lijekova i imaju šest smrtnih slučajeva tjedno. Bio je to tipičan način rada te službe. Kroz naoko jednostavne informacije, slučajno su na površinu izranjale neusporedivo ozbiljnije, a za roditelje djece u kampovima naročito alarmantne vijesti.

Tako »fizirane« informacije padale su na plodno tlo, pogađajući sve grupe koje su njima bile obuhvaćene, od stanovnika određenog područja preko poslova kojima su se ljudi bavili do najemotivnijih privatnih odnosa. Širile su mržnju prema neprijateljima, bojazan i strepnju od ishoda, vodile u neprimjerene odnose prema stvarnim problemima, okretale ljude prema vjeri i praznovjerju, a u konačnici svaka je nosila sa sobom demoraliziranje i razočaranje (Šiber, 1998:322).

Tko su bili govornici u tim emisijama? Britanska je obavještajna služba tada na raspolaganju imala velik broj njemačkih izbjeglica, pa i dio ratnih zarobljenika. Zahvaljujući njima radijski se program mogao odvijati u terminologiji pojedinih gradova ili područja u Njemačkoj, s dodacima potrebnog slenga. Tako su glasovi u eteru zvučali autentično.

»GS1« je prestao s emitiranjem u listopadu 1943. nakon gotovo 700 emisija jer je Šef bio ubijen! U svojevrsnoj radiodrami, u kojoj je izveden napad na radio, Šefov je govor u eteru prekinut rafalom iz strojnice i uzvikom (na njemačkom!): »Imam te, svinjo!« Nažalost, dojam ubojstva pokvaren je slučajnim ponovnim emitiranjem iste snimke. Slušatelji su čuli kako je Šef ubijen čak dva puta, u manje od sat vremena.[187]

Krajem 1942. godine, umjesto dosadašnjih »ilegalnih« vojničkih programa, isplanirano je formiranje »službene« njemačke radijske postaje. Ideja je pokrenuta iz Britanskog admiraliteta kao mogući odgovor na njemačke postaje koje su emitirale uglavnom popularnu glazbu i plasirale pozdrave i vijesti iz domovine. Tako je PWE, opet preko Delmera, pokrenuo emitiranje »službenoga« njemačkog programa, namijenjenog njemačkoj mornarici, pod nazivom Njemački kratkovalni radio Atlantik (*Deutsche Kurzwellesender Atlantik*) ili kraće Atlantiksender. Radio je započeo emitirati program 22. ožujka 1943., od 18.30 do 7.00 sati idućeg dana, rabeći snažan kratkovalni odašiljač, lociran u Woburn Abbeyu u Bedfordshireu.

Prava zvijezda programa bila je Vicky nazvana »mornarskom miljenicom« (*sailor's sweetheart*) koja je umilnim glasom slala pozdrave »dečkima

[187] Op. cit. Delmer, S.: Black Boomerang, Part 6.

u plavom«, čestitala im rođendane, raspravljala o obiteljskim problemim
podsjećala na djecu. Teme su pribavljane iz njemačkog tiska, privatnih pis
ma i svakovrsnih informacija koje su se slijevale u obavještajne centre. Cij
su operaciju vodili i nadzirali stručnjaci i istražitelji. Nitko nije mogao p
sumnjati da je Vicky zapravo izgubila dio vlastite obitelji u Auschwitzu.[1]

Glazba je bila izrazito važan element svakog emitiranja. Atlantikse
der nije mario za ondašnje nacističke glazbene »preporuke i smjernic
nego je emitirao popularnu glazbu, osobito *jazz*. Tako je pribavio potre
nu atraktivnost programa, nudeći usput i »ekskluzivne« informacije, r
nih i zabavnih sadržaja. Posebnu je ponudi činio niz tzv. specijalnih, »p
sebno zatraženih« pjesama koje su zapravo bile rezultat rada posebne
vezničke glazbene proizvodnje. Takva je bila, primjerice, engleska ver
ja »Lili Marlen«, izvorne njemačke pjesme[189] koju je 1915. napisao Ha
Leip, učitelj iz Hamburga.

Emitirana je prvi put na radijskoj postaji Radio Beogradu (*Soldatensenc
Belgrad*) 1941. u okupiranoj Jugoslaviji. Bila je to puka slučajnost jer je sti
iz Beča u »paketu« jeftinih ploča kojima je trebalo pojačati glazbenu pon
du tog radija. Pjesma je postala gotovo preko noći silno popularna me
njemačkim, a svidjela se i savezničkim vojnicima. Melankolična i spora lj
bavna pjesma koja je govorila o razdvojenosti mladog para nije se svidj
Goebbelsu. Temu pjesme nije nalazio motivirajućom za moral vojnika
bojištu. Zabranio je sva izvođenja, javna i radijska. Međutim, popularn
pjesme više se nije mogla zaustaviti, a ubrzo je dobila i engleski prijevod.
jekom idućih ratnih godina pjesma »Lili Marlen« postala je omiljena pjes
zaraćenih vojnih strana, snažno obilježavajući atmosferu[190] na bojištima

Vojnički radio Calais (*Soldatensender Calais*) počeo je s radom 24. listopa
1943. godine na srednjem valu, emitirajući svakog dana od 18.00 sati pa
jelu noć do zore. Program je emitiran na moćnom odašiljaču »aspidistra«,

[188] Ibid. Part 5.

[189] Originalni naziv je »Djevojka pod lanternom« (*Das Mädchen unter der Lanterne*). Uglazbio j
Norbert Schultze, njemački skladatelj filmske glazbe, 1938. godine. Sljedeće je godine snimljen
izvedbi Lale Andersen, njemačke pjevačice, ali nije bila zapažena. No nakon Goebbelsove zabr
izvođenja Andersen je pokušala samoubojstvo.

[190] Najpoznatiju verziju snimila je njemačka glumica Marlene Dietrich. Vrlo se brzo i jasno odre
kao protivnica nacizma, što joj je donijelo dodatnu popularnost i ugled. Bila je jedna od istaknu
osoba iz svijeta zabave koja je obilazila savezničke baze u Europi.

[191] Aspidistra je naziv cvijeta iz porodice ljiljana, vrlo česta sobna ukrasna biljka. Odašiljač je tako
zvan prema ondašnjoj vrlo popularnoj pjesmi »The Biggest Aspidistra in the World«.

koju je proizvela američka RCA 1941. godine, a imao je snagu od 500.000 vati, deset puta jaču od dopuštene, propisanu pravilima američke Savezne komisije (FCC). Budući da u Americi nije smio biti instaliran, a RCA mu nije željela smanjiti snagu, odašiljač nije bio u funkciji, sve dok britanska obavještajna služba nije doznala za njegovo postojanje. Kupljen je za 112.000 funti (ukupan proračun plana iznosio je 165.000 funti) i brodom prevezen u Englesku, na lokaciju Ashdown Forest, u Sussexu. Radovi na temeljima i podzemnom bunkeru počeli su u ljeto 1942., a trebalo ih je dovršiti do listopada iste godine.

Aspidistra je prvi put bila u funkciji već za mjesec dana, više radi pokusnog emitiranja. Idućih je mjeseci odašiljala Europski servis BBC-a, sve dok BBC nije postavio snažniji od Aspidistre dugovalni odašiljač na istočnu englesku obalu, pokraj sela Ottringham. Nakon toga došao je na red Soldatensender Calais, radijska postaja s jakim odašiljačem, čiji je signal trebao »pokriti« njemačke radijske postaje i dio postaja na okupiranom teritoriju. Trebao je biti dovoljno jak da se može čuti i na jeftinu Goebbelsovu narodnom prijamniku.

Bilo je to rješenje za početak već osmišljenoga ratnog medijskog plana britanske obavještajne službe i Churchilla, »idealni *'big gun'* radijske propagandne bitke«.[192] Vojnički radio Calais bio je najsnažnija engleska radijska vojna postaja, locirana u Croworoughu u Engleskoj, koja je odašiljala program, pretvarajući se da je službeni njemački vojni radio. Program je bio kombinacija popularne glazbe, sporta, raznih zanimljivosti, ali i čestih vijesti o ratnim zbivanjima i promjenama na bojištima. Poseban status imala je crna propaganda s pažljivo odabranim sadržajima koji su precizno pogađali ciljeve, osobito ratnu spremnost njemačkih vojnika na bojištu. Teme su bile pažljivo birane poput zastrašujuće vrste novog oružja, te ljubavne i obiteljske. Naziv »Calais«, što je ime francuskoga grada koji je najbliži Velikoj Britaniji, bio je izabran u kontekstu glasina da će se upravo u Calaisu dogoditi iskrcavanje savezničkih snaga pa su mu Britanci htjeli dati dodatnu važnost.

Vijesti su bile najvažniji programski sadržaj, a njihov je odabir bio najjače oružje propagande. Primjerice, izvještaj o bombardiranju njemačkih

[192] Burden, R. Michael: The Biggest Aspidistra in the World, http://members.aol.com, Part 1.

gradova sadržavao je detalje poput dijelova grada, pa i naziva ulica do pr cjene veličine razaranja. Svaka je takva vijest bila pažljivo konstruirana ı temelju fotografija koje su donosili piloti i koje su potom detaljno prouč vane uz pomoć plana ulica svakoga pojedinoga grada. Čitajući vijesti kc su obilovale konkretnim podacima, izražavana je duboka »zabrinutos za sigurnost civila na tom području. Može se samo pretpostaviti kakav učinak imala takva vijest na vojnike na bojištu, osobito na one čije su ob telji bile na tim lokacijama. Time se ne samo razorno djelovalo na mor svih vojnika već se i poticalo razmišljanje o dezertiranju.

Ujedno, primajući preko teleprintera vijesti koje su nacisti slali službeni: novinama i radijskim postajama, saveznici su na vrijeme dobivali uvid i te sadržaje. Najbrže što su mogli plasirali su ih u eter, kombinirajući izvo ni sadržaj s lažnim detaljima što je moralo imati loš psihološki učinak ı njemačke vojnike i civile. Taj je način rada objedinjavao niz elemenat od sadržajnih do formalnih, pri čemu je bila potrebna velika precizno u odabiru riječi i strukturi rečenica. Svaka je vijest morala nositi i (zabr njavajuću) poruku skrivenu između redaka, ali opet dovoljno jasnu da l je vojnici i civili mogli razumjeti. Bila je to bit crne propagande.

Noćni radio 1212 (*Nachtsender 1212*) bila je tajna postaja američke ob: vještajne službe, koja je emitirala iz Luxembourga, rabeći uređaje Radi Luksemburga. Ciljnu su publiku predstavljali njemački antinacisti.

Britanske su tajne postaje djelovale i prema fašističkoj Italiji, na isti n: čin i s istim ciljem kao što su emitirale za područje Njemačke ili pod nje mačkom okupacijom. Radio Livorno predstavljao se kao domoljubna t: lijanska (antifašistička) radijska postaja koja je emitirala s broda i ciljn se obraćala talijanskoj mornarici. Republički fašistički radio bio je, prem Delmeru,[193] poseban radijski program, emitiran na kratkom valu, koji j osmišljavao i potpisivao sam Mussolini nakon što je u srpnju 1943. gc dine bio smijenjen. Program je trajao pola sata. Nakon što se u program nekoliko puta ubacila britanska crna radijska postaja sa svojim »frizira nim« vijestima i komentarima, Goebbels je donio odluku o zabrani dalj njeg emitiranja Republičkoga fašističkog radija, a Mussoliniju je dao mal radijskog vremena na Radio Münchenu.

[193] Op. cit. Delmer, S.: Black Boomerang, Part 6.

BBC je od rujna 1938. godine emitirao program na talijanskom jeziku pod nazivom Radio London (*Radio Londra*), koji je tijekom rata postao izuzetno slušan zbog već poznatih razloga kao što su nepristranost i točnost. Program je emitiran svake večeri, od 22.00 do 23.00 sati, a najčešće ga je vodio pukovnik Harlod Stevens. U Italiji je prozvan »Pukovnikom Dobravečer« (*Colonello Buonasera*).

Korištenje radijskih programa radi propagande nastavilo se i nakon Drugoga svjetskog rata, najčešće kao dio aktivnosti mnogih separatističkih i/ili pobunjeničkih skupina. CIA je zbog tehnologije mogla nadzirati većinu njihovih programa koji su najčešće bili izrazito propagandni radi afirmacije ideje za koju su se frakcije ili grupe zalagale. Najbolje primjere takvih revolucionarnih ilegalnih radija pedesetih i šezdesetih godina 20. stoljeća nalazimo na Kubi i u Latinskoj Americi. Često ih se naziva i *clandestine radio*. Riječ je o politički motiviranim radijskim programima koji su nastavili tradiciju tajnih vojnih postaja u Drugome svjetskom ratu, a postoje i danas u mnogim dijelovima svijeta.

5.4. Krugovalna postaja Zagreb

Nezadovoljstvo širokih slojeva stanovništva Kraljevine Jugoslavije naraslo je nakon potpisivanja pristupa Kraljevine Jugoslavije fašističkom Trojnom paktu u Beču 25. ožujka 1941. godine. Svojevrsnim pučem 27. ožujka srušeno je Kraljevsko namjesništvo i osnovana nova vlada na čelu s generalom Dušanom Simovićem. Knez Pavle napustio je zemlju, a dr. Maček pregovarao je s novom vlašću o svojem ulasku u novu vladu, uz uvjet da se poštuje sporazum o Banovini Hrvatskoj.

Dnevnik *Novosti* donio je početkom travnja 1941. naredbu[194] dr. Ivana Šubašića, bana Banovine Hrvatske, koja se izravno odnosila na radijske programe.

1. *Na čitavom području banovine Hrvatske zabranjuje se svako slušanje radio-emisija radiostanica nama neprijateljskih država odnosno uopće slušanje našoj državi neprijateljske propagande.*
2. *Svi vlasnici javnih lokala koji imaju radio-aparate u svojim radnjama imadu iste odmah predati u pohranu najbližoj banovinskoj vlasti odnosno žandarmerijskoj stanici.*
3. *Zabranjuje se svako širenje vijesti koje donašaju strane nama neprijateljski ra položene radiostanice.*
4. *Prekršitelji ove odredbe bit će kažnjeni oduzimanjem radio-aparata, novčano kaznom od 5000 do 10 000 dinara, prisilnim boravkom od šest mjeseci u ko centracionom logoru, a u slučaju neudovoljenja odredbi pod 2. osim toga oduz manjem obrta i zatvaranjem radnje.*
5. *Presude radi označenih prekršaja donose prvostepene redarstvene odnosno op upravne vlasti. Presude se imaju odmah izvršiti jer žalbe nemaju odgodne mo*

Tri dana poslije dr. Maček je položio prisegu kao prvi potpredsjedni movićeve vlade, a 6. travnja 1941. godine napadnuta je Jugoslavija i v je uskoro napustila zemlju. Maček se povukao u Zagreb i u Kupincu žao kratak govor[195] koji je prenio i Radio Zagreb, a *Novosti* objavile poslije Šubašićeve naredbe.

Uoči dolaska Pavelića u Zagreb *Hrvatski radio list*[196] pisao je kako se gram tih dana sastojao samo od glazbe i znakova za uzbunu. »Deset nuta prije 4 sata popodne 10. travnja projurilo je kraj krugovalne po u zagrebačkoj Vlaškoj ulici pet prvih njemačkih vojničkih automobi nešto kasnije zauzeta je krugovalna postaja (...). Oko 5 sati popodne govalna postaja doživljuje svoj najveći čas: general Slavko Kvaternik glavnikov zamjenik dr. Mile Budak ležao je za to vrieme u klinici po operacije) proglašuje Nezavisnu Državu Hrvatsku.«

Kvaternik je u to vrijeme doista objavio[197] postojanje Nezavisne D ve Hrvatske valovima Radio Zagreba. Potom je spiker pročitao izjavu

[194] Naredba bana Šubašića, *Novosti*, god. 35, Zagreb, br. 98, 8. 4. 1941.

[195] Govor dr. Vladka Mačeka, *Novosti*, god. 35, Zagreb, br. 99, 9. 4. 1941. »Hrvatski narode, b sestre, vratio sam se u vašu sredinu, pa vam tim povodom velim ovo: Stigla nas je najveća ne što jedan narod može stići, a to je rat. To zlo može se ublažiti samo na jedan način, da budemo ni i disciplinirani. Slušali ste me do sada u svim teškim časovima pa sam siguran da ćete to čini sada. Ja ću među vama ostati i dijeliti s vama, kao i do sada, i dobro i zlo. Razumije se da ću u kom pojedinom slučaju na uobičajeni način davati upute, bilo putem naših organizacija, bilo p izaslanika, koji će biti narodni zastupnici ili drugi opće poznati prvaci stranke. U ovom času t od vas puni red i disciplinu na svakom mjestu bilo kod kuće ili u vojsci. Završavam s našim s pozdravom Vjera u Boga i seljačka sloga!«

[196] J. P.: Krugoval u novoj Hrvatskoj, *Hrvatski radio list*, god. I, br. 12, 7. 9. 1941.

[197] »Božja providnost i volja našeg velikog saveznika, te mukotrpna stoljetna borba hrvatskog n uz veliku požrtvovnost poglavnika dr. Antuna Pavelića, te ustaškog pokreta u zemlji i inozem odredili su da dańas, pred dan Uskrsnuća Božjeg sina uskrsne i naša Nezavisna Država Hrv Pozivljem sve Hrvate u kojem god mjestu bili, a naročito sve časnike, podčasnike i momčad kupne oružane snage i javne sigurnosti, da drže najveći red i da smjesta prijave zapovjedništvu žane snage u Zagrebu mjesto gdje se sada nalaze, te da cijela oružana snaga smjesta položi zak vjernosti nezavisnoj hrvatskoj državi i njenom Poglavniku. Cjelokupnu vlast i zapovjedništvo kupne oružane snage preuzeo sam danas kao opunomoćenik Poglavnika. Bog i Hrvati – Za Spremni!« (Macan, 1992:469).

Mačeka. Donosimo njezin tekst s napomenom da je u tiskovinama tog vremena objavljen u nešto izmijenjenom sadržaju.

»Hrvatski narode! Pukovnik g. Slavko Kvaternik, vođa nacionalista u zemlji, proglasio je danas slobodnu i samostalnu Nezavisnu Hrvatsku Državu na cijelom teritoriju hrvatskog naroda, te je današnjim danom preuzeo vlast u svoje ruke. Pozivam sve Hrvate da se novoj vlasti pokore. Sve članove HSS molim da ostanu mirni, a kotarske poglavare pozivam da ostanu na svojim mjestima i da surađuju s novim vlastima. Dano u Zagrebu, dne 10. travnja 1941. dr. Vladko Maček.« (Krizman, 1978:386)

Ante Pavelić je došao u Zagreb 15. svibnja 1941. godine, rano ujutro oko pet sati. Kvaternik je istog dana objavio na Radio Zagrebu tu, kako je nazvao, »radosnu vijest«. Pavelić je već idućeg dana prvi put govorio na radijskoj postaji, obznanjujući da je preuzeo vlast i da su tog dana Hitler i Mussolini brzojavno priznali NDH (Horvat, 1992:629). Dana 17. travnja potpisana je bezuvjetna kapitulacija oružanih snaga Kraljevine.

Tjedan dana od preuzimanja postaje na programu Radio Zagreba uvedene su emisije vijesti i objave Vrhovnog zapovjedništva Wermachta na njemačkom jeziku, a potom i na talijanskom. Tijekom travnja radio je odlukom Ministarskog vijeća stavljen u nadležnost Državnog tajništva za prosvjećivanje. Novi mu je naziv bio Državna radiopostaja Zagreb, ali ubrzo je promijenjen u Državnu krugovalnu postaju Zagreb. Za ravnatelja je imenovan student Pravnog fakulteta Radovan Latković, jedan od prvaka hrvatske nacionalističke omladine i predsjednik Sveučilišnog pododbora Matice Hrvatske.

Nova je uprava od prvih dana naglasila snažnu politizaciju programa, nacionalnu osviještenost i ideološku angažiranost. Počelo je tiskanje *Hrvatskog radio lista*, novoga službenoga glasila postaje. Prvi je broj objavljen 13. lipnja 1941., a nakon 15 brojeva naziv mu je promijenjen u *Hrvatski krugoval*. Izlazio je redovito do travnja 1945. godine.

Naslovnica prvog broja donosi veliku fotografiju Ante Pavelića (s podignutim prstom upozorenja!) i tekst »... za sve čine cjelokupnog činovništva i svih državnih organa ja ću nositi odgovornost pred cijelim hrvatskim narodom. Ali svi državni organi, svi činovnici i namještenici nosit će odgovornost preda mnom, a svi znate da se ja ne šalim!«

U uvodniku prvog broja, što ga potpisuje Radovan Latković, stoji » dio postaja više nije privatna, trgovačka ili društvena ustanova koja se ne da njezini slušatelji, njezini pretplatnici, dobiju ugodnu zabavu, p ku, razonodu i da budu zadovoljni. Državna radio postaja Zagreb po je opće narodna ustanova i ona ima služiti velikim historijskim opće rodnim ciljevima. Kao takova ona mora po svojim nevidljivim valov okupiti cijeli hrvatski narod oko Poglavnika...« (Latković, Hrvatski ra list, 13. 6. 1941.).

Nova je uprava smjesta počela razmišljati o pojačanju signala, čest opravdavajući na stranicama svojega službenoga glasila kako su nasl dili zastarjelu i neupotrebljivu opremu za emitiranje, »... koja je bila v sništvo nekog židovskog dioničkog društva (...) u bijednom stanju. (... isto vrijeme ležala je u Drnišu...10-kilovatna telegrafska postaja koji Jugoslavija dobila na račun tzv. reparacija. Kako za nju nisu ništa pla tako se za nju nisu niti brinuli. (...) Komisija stručnjaka koja ju je u l nišu pregledala, našla ju je uslijed balkanskog postupka i neupotreblja nja, u jako oštećenom stanju. Ipak, neki sastavni dijelovi bili su u redu, je bilo nade da će se barem s njima nešto moći početi«.[198] U daljnjem t stu nepoznati autor opisuje i prostor radijske postaje koji se sastoji od velike dvorane za izvedbe i jedne sobe za najavljivanje programa. Upo jebljeni su samo najmoderniji kondenzatorski i kristalni mikrofoni (koji šalju glazbu i govor odašiljaču preko Save«.

Činjenica je da su ustaše dobile postaju koja je uoči nastanka NDH ožujku 1941. godine, počela emitirati sa snagom od 4,5 kW, što je isp slovala »prijelazna« uprava postavljena nakon eksproprijacije. Krajnj cilj nove uprave bio postići snagu od 10 kW, a često se spominjao i o šiljač od 120 kW koji je uoči rata naručila Kraljevina Jugoslavija. Una čestom spominjanju nekadašnjih derutnih prostora radiokluba na G njem gradu Radio Zagreb se već preselio u Vlašku ulicu 116, što je tak đer bio potez bivše »prijelazne« uprave.

Program je uskoro stekao prepoznatljiva radiofonska obilježja. Počinj je i završavao sviranjem hrvatske himne i pozdravom *Ustaška Hrv ska pozdravlja sve Hrvate i Hrvatice u Domovini i izvan Domovine. Ži*

[198] (...): Pitanje pojačanja Zagrebačke krugovalne postaje, *Hrvatski radio list*, god. I, br. 7, 3. 8. 19

Poglavnik. Jutarnje je emitiranje počinjalo u 6.30 sati i trajalo do 9.00, ali uskoro je produženo do 10.20 sati. Postaja se u podne ponovno oglašavala zvonima i emitirala do 16.00 sati, zatim imala jednosatnu stanku te nastavljala program u 17.00 do 22.00 sata.

Noću su trajali radovi na pojačanju odašiljača. Odašiljač je 1. siječnja 1942. godine napokon pojačan na 10 kW, a program se produžio do 23.00 sata.

Glede glazbenih sadržaja program je sadržavao brojne hrvatske budnice i koračnice, a u prvim su danima NDH na glavne zagrebačke trgove postavljeni zvučnici. »Glazbeno vodstvo krugovalne postaje odmah je pokrenulo pitanje reorganizacije našeg orkestra (...). Naročitu pažnju posvećuje orkestar izvedbama hrvatskih skladatelja (...) u proteklih je šest mjeseci orkestar izveo više hrvatske glazbe nego li prije unatrag dvadeset godina (...). Kako veliki dio našeg naroda, a naročito pokrajina, rado sluša emisije tamburaškog orkestra uz pjevanje starih narodnih, kao i ostalih u narodu poznatih pjesama, to smo naravno i tim emisijama posvetili stanovito vrijeme...« (Gürtl, *Hrvatski krugoval*, 21. 12. 1941.). Dana 23. veljače 1942. prvi je put u eteru bio izravan prijenos zasjedanja Hrvatskoga državnog sabora.

Latković je u *Hrvatskom krugovalu*[199] zapisao kako *Radio Zagreb* ima čak 60.000 pretplatnika. Razlog je bio zasigurno bolja čujnost zbog pojačanje snage zagrebačke radijske postaje na snagu od 10 kW, ali i potreba za informacijama jer se rat sve više zahuktavao. Na programu su se tako svaki dan nalazila »ideološka izdanja: izdanje 'Za dom spremni' (...) koje je posve kratko i sažeto krugovalno izdanje popraćeno sa koračnicom u kojem se svaki dan daje jedna misao (...) tri puta dnevno u 7 sati, 12 i 21 sat kao motiv jednog dana (...). 'Ustaška riječ' je izdanje u kojem se iznosi povijest ustaške borbe, život i djela ustaških mučenika, ustaški pogledi na narodni život (...) uz odgovarajuću glazbenu pratnju (...). Posebna izdanja, jednom tjedno, daju se za Ustašu, Hrvatski oslobodilački pokret, za Žensku ustašku mladež i za djecu pod imenom 'Hrvatska dječja nedjelja'. U ovom izdanju sudjeluje stalno Ustaška uzdanica«.

[199] Latković, Radovan: Krugovalna služba u NDH, *Hrvatski krugoval*, god. II, br. 15, Zagreb, 12. 4. 1942.

Tjedni pregled najvažnijih izvedbi
Državne krugovalne postaje – Zagreb

6.30 — Početak izvedbe, Himna, Za dom spremni
7.00— 7.10 — Vijesti
10.00—11.00 — »Za naše selo« (nedjeljom)
10.00—10.20 — Izvedba »Rad i radost« (u tjednu)
11.00—12.00 — Nedjeljna misa
11.30—11.45 — »Žena i dom« (u tjednu)
12.50—13.00 — Vijesti
13.00—13.30 — Narodne pjesme uz pratnju tamburaškog zbora
13.30—13.40 — Zanimljiva aktuelna predavanja reportaže i čitanja iz književnih djela (u tjednu)
14.00—15.00 — Koncert po željama slušača (nedjeljom)
14.15—14.30 — Vijesti i obavijesti (u tjednu)
15.00—15.10 — Dnevno ratno izvješće, pregled najvažnijih vijesti (u tjednu)
17.00—17.10 — Predavanje za mladež
17.30—18.00 — Narodne pjesme uz pratnju tamburaškog zbora
18.00—18.30 — »Dječja nedjelja«
18.30—18.40 — Predavanja iz suvremenog života (u tjednu)
19.00—19.15 — Reportaža (nedjeljom)
19.15—19.30 — Sportski izvještaj (nedjeljom)
19.45—19.55 — Ustaška riječ,
Politički pogledi,
Politički pregled (srijedom i subotom),
Tjedni politički pregled (nedjeljom)
20.00—20.10 — Vijesti
20.10—22.00 — ponedjeljak: Simfonijski koncert
utorak: Posebna priredba za naše dobrovoljce
srijeda: Opera
četvrtak: Drama
petak: Posebna priredba za dobrovoljce
subota: Vedro veče
nedjelja: Koncert krugovalnog orkestra
22.00—22.15 — Pjesma naših legionara, Vijesti
22.15—23.00 — Koncert malog krugovalnog orkestra
23.30 — Svršetak izvedbe, Himna.

Slika 49. Pregled programa krugovalne postaje Zagreb

Osim ideoloških sadržaja, radijski se program obogatio i vijestima na se dam stranih jezika, emisijama za radnike »Rad i radost«, pozdravima z hrvatske dobrovoljce na istočnom i ostalim bojištima, a uvedena su i bro na posebna predavanja o hrvatskom jeziku, programi namijenjeni ženskc populaciji te drugi sadržaji iz književnosti, gospodarstva i povijesti. Među narodna se suradnja nastavila, ali samo s postajama osovinskih sila.

Kako je izgledao sadržaj programa Radio Zagreba u rujnu 1942. godi ne, prikazuje Slika 49. Dnevno je emitiranje počinjalo u 6.30 sati i zavr šavalo u 23.30 sati.

Središnja politička figura, oko koje je bila koncentrirana sva političk moć u NDH, bio je Pavelić. Zemlja je bila opterećena brojnim problemim

kao što su oružane pobune četnika i partizana, velikim izdacima za domobranstvo i ustašku vojnicu te materijalnim obvezama prema talijanskim i njemačkim saveznicima. Netolerantna politika ustaškog vrha prema Srbima, Židovima, Romima i Hrvatima koji nisu prihvaćali totalitarni režim iskazivala se u teroru zasnovanom na odredbama o zaštiti arijske rase i časti hrvatskog naroda. Cjelokupna politika ustaškog vrha, a posebno osnivanje koncentracijskih logora i masovne fizičke likvidacije izazvale su revolt među hrvatskim stanovništvom te je stvorena podloga za razvoj antifašističkog pokreta predvođenoga Komunističkom partijom (Matković, 1998:245).

Već u srpnju 1941. godine u Zagrebu je počelo probno emitiranje ilegalne partizanske radijske postaje. Cjelokupni se posao obavljao noću, u stanu braće Engel u Tuškanovoj ulici. Znatiželjnicima je rečeno da je riječ o konstrukciji pojačala za kino. Prvo pravo emitiranje uslijedilo je 23. srpnja kad je u eter pročitan proglas CK KPH, kojim se poziva na ustanak protiv okupatora. Umjesto studija poslužila je kupaonica, a jedna je soba bila privremeno pretvorena u režiju. Tom je prilikom i prvi put oglašena parola »Smrt fašizmu – sloboda narodu!«. Zbog sigurnosti odašiljač je često prebacivan na druge lokacije, dok ga ustaše ipak nisu pronašle u jednom stanu na zagrebačkoj Sigečici (Pavlović, *List RTZ-a*, br. 13/15, 1974.).

Godine 1942. u Hrvatskoj su proradile i prve lokalne radijske postaje. U travnju je utemeljena Državna krugovalna postaja Dubrovnik, a na Badnjak 1943. emitiranje je počela i radiopostaja u Osijeku. Bili su to odašiljači malih snaga (250W i 200W), ali ih je vrijedno zabilježiti jer su to bile prve lokalne radijske postaje na ovom području. Zanemariva i nedostatna snaga signala uzrokovana je vrlo vjerojatno ratnim stanjem u Europi i nedostatkom svih potrebnih materijala da bi se napravio jači odašiljač.

Državni zavod za krugovalnu službu Hrvatski krugoval, krovna institucija za gradnju, izvedbu, ustrojstvo i vođenje cjelokupne krugovalne službe u državi, osnovan je 17. siječnja 1942. godine odlukom vlade NDH. Upraviteljem je imenovan Radovan Latković. Krajem 1943. godine pri njemu je osnovan i Ured za razvitak krugovalne službe, čiji je osnovni zadatak bio istraživati slušanost. Prvo je istraživanje provedeno uoči Božića iste godine. Hrvatski krugoval objavio je upitnik s pitanjima za slušatelje, ali odaziv je bio loš. Odgovore je poslalo oko pet tisuća pretplatnika

od gotovo 87.000[200] koliko ih je Radio Zagreb imao početkom 1944. g dine. Dobiveni su zanimljivi podaci prema kojima su najpopularnije bi emisije narodne glazbe, potom koncerti po željama, zabavna glazba, dramske i humorističke emisije.

Rat se bližio kraju.[201] Nepoznati autor u dvotjedniku *Radio Zagreb* (br. 1946.) ovako opisuje dane uoči ulaska partizana u Zagreb:

> *6. svibnja u večer počeo je panični bijeg okupatora i ustaških bandita iz Zagreba. Zajedno s njima jurile su kroz grad i bande, koje su sa fronte bježale pred nezadrživim naletom naše slavne Armije (...). Trebalo je spasiti radio-stanicu za taj veliki čas! Nije se smjelo dozvoliti da najveći dan našega grada poprati šutnja u eteru! (...). 7. svibnja u jutro na radio-stanici bio je izvršen velik dio priprema za obranu. Medju samim namještenicima bio je veliki broj simpatizera Narodno oslobodilačke borbe. (...). Uspostavljena je veza s našom Armijom, koja se već potpuno približila Zagrebu. Odatle je također došao nalog: sačuvajte radio-stanicu po svaku cijenu! Program se odvijao bez prekida. Davalo se ono što se u onim prilikama moglo davati (...). Svanuo je i slavni 8. svibanj. Dok ustaške i njemačke kolone stalno prolaze ispred zgrade studija u Vlaškoj ulici, braniteljima su stigla pojačanja (...) trojica drugova iz 10. korpusa (...) i petnaestak zagrebačkih aktivista. Da ne svrate na sebe pozornost bježećih bandi, oni nose znakove Crvenog križa (...). Kazaljka na satu pokazivala je nekoliko minuta iza podneva. Dio jedne ustaške kolone, koja je prolazila pored zgrade, povukao je oružje. Banditski oficir sasuo je na zgradu prvi rafal iz šmajsera. Branitelji su izgubili jednog druga. Tehničar Bartoš pao je izrešetan metcima. Sa svih prozora sasula se u tom trenu na napadače kiša bombi i puščanih metaka. Među banditima je nastao nered (...). Oko 1,15 sati poslije podne stigla je radosna vijest. Sa odašiljača preko Save javili su se prvi borci naše armije. Odašiljač je spašen (...). Za čas su eterom odjeknule riječi spikera: – Ovdje radio-Zagreb... Pozor, pozor! Za nekoliko minuta dat ćemo važnu obavijest! (...). Nakon četiri godine fašističke strahovlade, glavni grad Hrvatske oslobođen je od njemačkih i ustaških bandita. Jedinice Jugoslavenske armije ušle su u grad...*

Autor piše i o nastavku borbi oko zgrade radija, koji je trajao sve do veče ri, kad je braniteljima stigla pomoć, a napadači se konačno povukli. Ula skom partizana u Zagreb hrvatska je radiofonija ušla u sljedeću fazu ra zvoja koja je također bila obilježena snažnim političkim utjecajem i sva kovrsnom političkom kontrolom.

Završetak Drugoga svjetskog rata oživio je zamrle aktivnosti na uspo stavi televizije. Nije prošlo dugo do prvih eksperimentalnih emitiranja,

[200] Ova se izrazito visoka brojka odnosi na sve slušatelje na cijelom (ondašnjem) području nezav sne države.

[201] Dana 30. travnja 1945. godine Hitler i njegova ljubavnica Eva Brown, te Goebells i njegova obite počinili su samoubojstvo. Drugi svjetski rat bio je završen.

potom je televizija snažno ušla u pedesete godine 20. stoljeća. Površni su zaključci govorili kako je vrijeme radija završilo.

No je li doista bilo tako?

6. RADIO U DOBA TELEVIZIJE

Nakon velikih ratnih uspjeha radijski je medij još jedno kratko vrijeme nastavio svojim zvjezdanim putem. Pojavilo se »novo čudo tehnologije« – televizija. Iako na početku skromno, sa svega nekoliko sati emitiranja na dan, televizijski se medij širio nezaustavljivo poput plimnog vala.

Televizijska je povijest, kao i radijska, puna individualnih istraživanja. Stoga je teško izdvojiti jednog izumitelja jer su mnogi istraživači pridonijeli njezinu razvoju i uspostavi. Ukratko ću se osvrnuti na neka najvažnija imena televizijske povijesti i tijek zbivanja do početka Drugoga svjetskog rata.

Škot John Logie Baird (1888. – 1946.), Amerikanac Philo Farnsworth (1906. – 1971.), Rus Vladimir Zworykin (1889. – 1982.) i Mađar Kálmán Tihanyi (1897. – 1947.) predstavnici su sljedeće generacije inženjera i inovatora koji su istraživali prijenos slike i zvuka. Bili su to skromni počeci nejasnog ishoda. Trebalo je riješiti niz tehničkih i tehnoloških problema, da bi se mogao predstaviti sljedeći veliki masovni medij. Nisu bili jedini koje je zanimala slika, pa je tako od dvadesetih godina 20. stoljeća otpočela bitka za patente i vječite rasprave o tome tko je što i kad izumio.

Međutim, kad je moćna Radio Corporation of America ušla s velikim financijskim potencijalom u daljnja istraživanja, uspjeh nije mogao izostati. U studenom 1929. godine, na Konvenciji radiotehničkih inženjera u Pittsburghu, izumitelj Vladimir Zworykin[202] (1889. – 1982.), predstavio je eksperimentalni TV sustav. Demonstraciju je gledao i David Sarnoff, direktor RCA, koji mu je smjesta ponudio šefovsko mjesto u budućem »televizijskom« dijelu RCA.

Sljedećih godina, u vrijeme velike gospodarske krize, Zworkynov istraživački rad nije pretrpio financijske udare. Naprotiv, bila je to ekipa ljudi

[202] Zworykin je, prije emigracije u Ameriku, radio u Marconijevoj tvrtki u Moskvi, testirajući radijsku opremu. Rusiju je napustio 1918. godine i zaposlio se u Pittsbourghu, u kompaniji Westinghouse. Najviše ga je zanimao prijenos slike, što je rezultiralo izumima ikonoskopa i kineskopa, nužnih za njezino slanje i primanje. Nakon prve demonstracije sustava 1924. rukovodstvo Westinghousa nije bilo previše zainteresirano za daljnja ulaganja. Zworkyn nije odustao, već je i dalje, trošeći gotovo sve svoje slobodno vrijeme, radio u laboratoriju.

pod izravnom Sarnoffovom zaštitom. Nova je verzija ikonoskopa, prv televizijske kamere, prikazana 1935. godine. Slično se događalo i s drug strane Atlantskog oceana gdje je BBC započeo prve eksperimentalne po kušaje s prijenosom slike.

Tih je godina američki inženjer i inovator Edwin Howard Armstron (1890. – 1954.) osmislio za radijski medij revolucionarnu inovaciju. Bil je riječ o unaprijeđenoj tehnologiji emitiranja, vrsti modulacije poznatoj korištenoj pod kraticom FM. Uz dotadašnju amplitudnu (AM), ponudi je frekvencijsku modulaciju. Bilo je to rješenje koje je znatno smanjiva lo interferenciju, a radijskom signalu omogućilo novu kvalitetu. Sarnoff koji je u to vrijeme bio opsjednut televizijom, nije bio osobito zainteresi ran. Uostalom, taj je izum trebao porušiti svijet AM radija koji je Sarnof pažljivo gradio. Povrijeđen i ljut, Armstrong je nastavio istraživati. Susta FM radija trebao je pričekati još dvadesetak godina do konačne afirmacije Iako su ga neke američke radijske postaje prihvatile puno prije, za stvar nu afirmaciju, a osobito zakonske odluke o prelasku ukupnog emitiranja na FM, trebalo je puno više vremena. Danas je situacija obrnuta i AM radio predstavlja alternativu, dok je FM u širokoj uporabi.

Višegodišnja istraživanja i golemi novac koji je RCA uložila u razvitak televizijske tehnologije dali su rezultate 1939. godine kad je učinjen izravni prijenos otvorenja međunarodne izložbe u New Yorku, »Svijet sutrašnjice«. Prijenos u trajanju od tri i pol sata realizirala je ekipa okupljena oko NBC-a, prve američke televizijske kompanije, čiji je vlasnik u to vrijeme bila RCA. Prijenos je realiziran preko prve TV postaje u New Yorku, W2XBS Channel 1, i mogao se vidjeti u krugu od šezdesetak kilometara. Predsjednik Roosevelt, koji je otvorio izložbu, postao je prvi predsjednik koji se pojavio pred televizijskim kamerama.

RCA je vrlo brzo počela s daljnjom proizvodnjom i prodajom. Zainteresiranih kupaca baš i nije bilo jer su cijene bile visoke, a programski sadržaj oskudan. Ipak, prve su televizore nabavili hoteli i restorani, a sadržaj koji je pridonio daljnjoj zainteresiranosti za kupnju TV uređaja svakako su bili izravni prijenosi sportskih nadmetanja. Daljnji je razvoj usporen zbog ulaska Amerike u rat.

Poraće je donijelo nastavak istraživanja. BBC je skromno počeo, sa svega četiri sata dnevno. Krunjenje kraljice Elizabete u svibnju 1953. godine

i izravni televizijski prijenos bio je svojevrsna prekretnica. Televizija se, kao i televizijsko novinarstvo, počela snažno razvijati.

Bila je jasno kako je radio dobio snažnu konkurenciju jer je televizijski medij brzo i lako stjecao popularnost. Iako se u početku činilo da će »stari« medij biti jednostavno pregažen, to se nije dogodilo. Međutim, morao je doživjeti snažne formalne i sadržajne promjene koje su se u prvom redu očitovale u jačanju komercijalizacije američke radiofonije, i to kroz blisku suradnju s diskografskim kućama. U Europi je situacija bila obrnuta. Države su bile prisiljene uz već uspostavljene javne servise (najčešće pod njihovom kontrolom) ponuditi javnosti mogućnost uspostave komercijalne radiofonije.

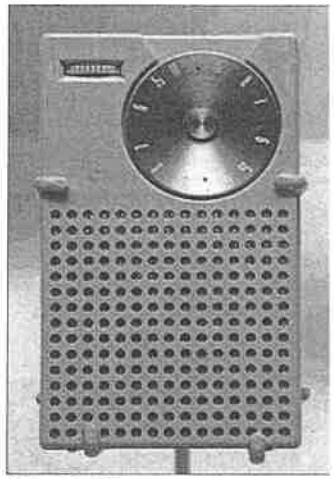
U drugim su se dijelovima svijeta javili ilegalni programi izrazito političkih ciljeva koje se uobičajilo nazivati *clandestine radio.*[203] Naime, radijski su valovi, vrlo slično današnjem internetu, predstavljali slobodne kanale kojima se bez obzira na proklamirana pravila, čije je kršenje bilo zaprijećeno kaznama, moglo slati raznolike sadržaje. Tu su priliku iskoristile brojne organizacije i grupe koje su odlučile upotrijebiti radijski medij kao sredstvo promocije svojih političkih ideja. Ključnu razliku među njima činio je emitirani sadržaj te cilj koji su tako željele ostvariti (Soley, Nichols, 1986:52-55).

Povijest takvih emitiranja počela je prije Drugoga svjetskog rata kad su nastale kao izraz otpora službenim politikama i režimima. Takve su postaje ponajprije (a) neprofitne i nekomercijalne, a (b) emitirale su s nepoznatih lokacija, što ih je činilo pogodnim za izlaganje učincima crne propagande. Njihove su nazive kao i simuliranje programskih sadržaja često zloupotrebljavale suprotne strane (Chapman, 2005:215).

Općenito, najintenzivnije vrijeme svih ilegalnih programa bile su šezdesete godine 20. stoljeća. Međutim, pokušaj dublje analize *clandestine* radija znači lutanje u golemom broju podataka upitne točnosti, posebno s aspekta stvarnog vlasnika i cilja radijskog programa. Mnogi od takvih programa bili su proizvod jedne osobe ili grupice ljudi, sporadični i nesigurni po svakom pitanju. Tako je i danas iako informatizacija medijskog prostora, a naročito internet, čini *clandestine* radio staromodnim i nezanimljivim.

[203] www.clandestineradio.com (preuzeto u siječnju 2009.).

Za daljnji razvoj radijskog medija bila je važna pojava tranzistorske[204] tehnologije koja je uz sadržajne promjene u programima »izvela« radijski medij na ulice. U svega nekoliko godina preplavila je svijet. Prvi radijski prijamnici, koji su u nas kolokvijalno nazvani tranzistorima, pojavili su se na američkom tržištu 1954. godine. Bili su relativno skupi, od 50 do 90 dolara, a proizvela ih je tvrtka Texas Instruments. Uskoro su se smanjili na džepnu veličinu (Slika 50.) i postali pogodni za nošenje u svim prilikama. Nekadašnji glomazni i teški prijamnici »lampaši« zauvijek su izgubili svaku poziciju u kućanstvima.



Slika 50. Džepni radijski prijamnik Regency TR-1

Japanska je konkurencija, osobito tvrtka Sony, cijenu uskoro svela na desetak dolara, što je tranzistorski prijamnik učinilo dostupnim svim slojevima stanovništva. Osobito su ga prigrlili đaci i studenti. Radijski se program odjedanput mogao slušati cijelog dana, bez značajnijih ograničenja. Praktične veličine i težine, predstavljao je pravo rješenje za novu i modernu generaciju željnu zabave. Tranzistor je omogućio ponovnu snažnu afirmaciju radija, pri čemu su korisnici mogli birati program prema vlastitom ukusu.

Osvrnimo se ukratko na nosače zvuka koji su uslijedili nakon tranzistora. Riječ je o snimačima, pri čemu su magnetofoni već bili etablirani uređaji. Uz studijske na tržištu su se nalazili i oni praktičnih dimenzija, pogodni za nošenje. Međutim, njihove su vrpce i dalje predstavljale relativno kompliciranе medije, nepraktične za rukovanje. Tražilo se novo rješenje, a rezultat je bila audiokaseta.

Audiokasetu u veličini koja je postala standard prva je predstavila nizozemska tvrtka Philips 1963. godine. Sljedeće je godine krenula u osvajanje i američkog tržišta nudeći kasetu pod zaštićenim imenom »compact cassette«. Philips je povukao revolucionaran potez: nije htio zaštiti kasetu

[204] U laboratoriju AT&T kompanije u New Jerseyu poznatom kao Laboratoriji Bell (*Bell Labs*) osmišljen je krajem 1947. godine tranzistor. Riječ je bila o novom vodiču od silicija koji je služio za preusmjeravanje ili pojačavanje radijskog signala. Istraživačka je ekipa u sastavu Johna Bardeena, Williama Shockleya i Waltera Brattaina nagrađena 1956. Nobelovom nagradom za fiziku.

Slika 51: Kasetofon i kaseta

autorskim pravom, i to ponajprije zbog pokušaja otpora prema agresivnoj japanskoj tvrtki Sony i njezinim proizvodima. Potez se pokazao ispravnim jer je kaseta prihvaćena kao standard, a s obzirom na »slobodno kopiranje«, počele su je proizvoditi brojne tvrtke (Slika 51.).

Kaseta i kasetofoni postali su vrlo brzo popularni uređaji i ušli u masovnu proizvodnju. Podjednako kao što su tranzistori omogućili individualno slušanje glazbe, tako su kasetofoni zbog mogućnosti snimanja ponudili pravo na izbor »vlastite« glazbe. Iako nisu mogli dosegnuti profesionalnu razinu snimanja Nagre ili studijskih magnetofona, krajnji su korisnici o tomu malo vodili računa. Kasetofoni su, ovisno o kvaliteti, pružali korektan glazbeni doživljaj, a kasete su zbog jednostavnog rukovanja postale najpraktičniji nosači glazbe, što im je otvorilo put prema automobilskoj industriji, jer su se u vozila uskoro počeli ugrađivati kasetofoni.

Podjednako kao što se afirmirala kao nosač glazbe, kaseta je postala važan dio novinarske opreme. Uz novinarske kasetofone ubrzo su se pojavili i diktafoni džepne veličine koji su novinarima olakšali posao. Iako će mnogi radijski novinari ustvrditi kako to nije bila zadovoljavajuća kvaliteta zvuka, neosporno je da su za kraće tonske zapise, a osobito za zapise pri skupljanju podataka ili vođenju intervjua za objavu u tisku, postali neizostavan novinarski alat.

Slika 52. Walkman

Bogata je ponuda, od veličine do kvalitete, a time i cijene, mogla zad voljiti sve potrebe, pa su kasetofoni ubrzo potisnuli teške i velike novina ske magnetofone. Uskoro su doživjeli još jedan golemi iskorak. Ni des tak godina poslije Sony je predstavio revolucionarni »walkman« (šetač kazetofon sa slušalicama, nešto malo veći od kasete, pogodan za nošen u džepu. *Walkman* je predstavljao promjenu koja je uskoro postala obv zan, gotovo modni dodatak mlađe generacije (Slika 52.).

Walkman je simbolizirao promjene podjednako kao i pojava tranzist ra, ali glazba je sada postala neusporedivo osobnija, namijenjena jedir ušima vlasnika. Uskoro su *walkmani* dobili mogućnost snimanja i sl šanja radijskih programa. U jednom su se uređaju našle tri mogućnos Bio je snimač, radijski prijamnik i uređaj za reporodukciju glazbe pren vlastitom izboru.

Razdoblje *walkmana*, kasetofona i kaseta trajalo je sve do konačne afi macije digitalne tehnologije i novih nosača zvuka poput CD-ova (*cor pact disca*) u devedesetim godinama 20. stoljeća.

Pojava CD-a predstavljala je novu tehnološku revoluciju. Iako je osm šljen ranih osamdesetih godina 20. stoljeća, CD je morao pričekati d datna istraživanja i dogovore, osobito između Philipsa i Sonyja. Umjes

nadmetanja kompanije su odlučile surađivati na podizanju kvalitete *compact disca*. Prvi su CD-ovi otisnuti u Njemačkoj i sadržavali su uglavnom klasičnu glazbu. Međutim, već sredinom osamdesetih, na digitalnim se nosačima počinju javljati i druge vrste glazbe. Oprema za reprodukciju bila je isprva vrlo skupa, ali u svega nekoliko godina cijene su stagnirale, a diskografija se potpuno usmjerila na novu tehnologiju. Bio je to snažan i nepovratan prevrat u smjenama tehnologija. Digitalizacija je jednostavno pomela sve dotadašnje analogne nosače zvuka i pripadajuću opremu za reprodukciju.

Magnetofoni, gramofonske ploče i kasete morali su ustuknuti pred cijelim nizom prednosti koje je donijelo digitalno snimanje. Dodamo li tomu još i afirmaciju megamedija interneta koji se, u ovom kontekstu, javio kao golemi glazbeni resurs kompatibilan s novim digitalnim nosačem zvuka, promjene se nisu mogle zaustaviti. Komprimirane je zvučne zapise moguće poslušati na vlastitom računalu, a potom i »skinuti« (*download*) te »pospremiti« u vlastitu fonoteku. Uzimanje glazbe bez naknade autorima kulminiralo je oštrim suprotstavljanjem strukovnih organizacija i ta je aktivnost danas spriječena sudskim odlukama i visokim odštetama.

6.1. Američka radiofonija

Oporavak američke radiofonije od snažnog naleta televizije početkom pedesetih godina temeljio se na nekoliko sretnih okolnosti koje su se dogodile u isto vrijeme. Sadržajno gledano, pedesetih se godina pojavio (a) *rock and roll* i (b) radijski voditelji, popularno nazvani *DJ*-i. U tehničkom smislu, osmišljena je (c) tranzistorska tehnologija koja je radijskom mediju omogućila mobilnost i izlazak iz kućnih prostora. Konačno, obje su okolnosti dovele do (d) snažnog povećanja broja radijskih postaja i početka (e) formatiranja radijskih programa. Medij se brzo prilagodio novim uvjetima i pozicionirao na tržištu.

Druga, ali ne manje važna promjena očitovala se u političkim zbivanjima. Početak Hladnog rata i antikomunistička histerija rezultirali su u području radiofonije ekspanzijom mnoštva međunarodnih programa. Zapadni i Istočni blok nadjačavali su se brojnim programima koji su ponajprije bili namijenjeni onima na »drugoj strani«. Mnoge su zemlje bile »pokrivene«

brojnim službenim (ali i neslužbenim) programima jer su postratovs vrijeme i »željezna zavjesa« predstavljali plodno tlo za radije, čija se mi ja temeljila na emitiranju ciljnih političkih propagandnih poruka.

Najstariji međunarodni radijski program bio je Glas Amerike (*Voice America*) koji je počeo s emitiranjem 1942. godine pod nadzorom je nog od vojnih informativnih ureda. Završetkom rata činilo se da je n gova uloga završena, ali propaganda je uspješno zamijenila vojni ang žman. Kongres je 1948. godine odobrio daljnji rad tog radijskog serv kao promotora američke držSavne politike, što je za Hladnog rata doi: i bio. Glavni cilj emitiranja predstavljale su zemlje Istočne Europe i S vjetski Savez.

U međuvremenu je u Berlinu počeo s emitiranjem RIAS (*Rundfunk amerikanischen Sektor, Radio in American Sector of Berlin*). Dva najvažı ja politička i međunarodna radijska programa u doba Hladnog rata bili Radio slobodna Europa (*Radio Free Europe* ili *RFE*) utemeljen 1949. i Rad Liberty iz 1951. godine. Spojeni su u zajednički program 1976. godine.

RFE je osmišljen kao privatna i neprofitna organizacija sa sjedištem New Yorku. Bio je rezultat inicijative Nacionalnog udruženja za slobo nu Europu, a počeo je s emitiranjem 1950. godine. Program je bio usmj ren prema Istočnoj Europi, a u njemu su sudjelovali brojni emigranti tih zemalja. Radio Liberty je imao sličan početak kao i RFE, a počeo je redovitim emitiranjem 1953. godine, usmjerenim prema Sovjetskom S vezu. Naravno, nisu bili bez odgovora jer su slični međunarodni progr mi u Sovjetskom Savezu imali dugu i bogatu tradiciju. Najčešće su emit rani za područje Zapadne Europe i Amerike.

Takve su radijske misije na obje strane rezultirale programima koji s tjedno brojili nekoliko stotina emitiranih sati na više desetaka jezika i na ječja. Snažni i dobro organizirani vodili su u sustavno nadjačavanje sval vrste, a početkom sedamdesetih okrenuli su se i novim »tržištima« popı Afrike i Azije (Kine).

Konsolidiranje radijskog medija u Americi uslijedilo je sredinom pedes tih godina 20. stoljeća, kroz snažno povezivanje s diskografskim kućam Tih je godina na tržište prvo stigao *rock and roll*, a nešto poslije i tranz stor. Uslijedila je poplava novih zahtijeva za dodjelu licencija za emitira nje pa je broj postaja uskoro uvećan sa tisuću na gotovo 3,5 tisuće (Turo

2008:428). Osim toga zbog »smanjivanja« radio je odlično pristajao i u automobile pa je krajem pedesetih godina gotovo 60 posto američkih automobila imalo već ugrađene prijamnike. Bio je to preporod za radijski medij i slijedilo je razdoblje novog uspona.

Međutim, potpuna i snažna komercijalizacija medija dovela je do sve glasnijih zahtjeva za uvođenjem sustava javnih radijskih servisa. Njihovom je uspostavom medij trebao povratiti odavno izgubljenu funkciju zadovoljavanja javnog interesa. Tako je i bilo, ali sustav i danas pati od niza nedostataka, osobito s obzirom na izvore financiranja.

Danas se više od deset tisuća komercijalnih radijskih postaja u Americi i dalje sustavno razvija na tržišnoj osnovi, s jakim uporištem u glazbenoj i oglašivačkoj industriji. Međutim, ne mogu biti bezbrižni jer mnoge promjene, osobito tehnološke, kazuju kako bi američka komercijalna radiofonija uskoro mogla posustati. Osim toga posebno zabrinjava koncentracija vlasništva jer se javljaju divovske medijske kompanije kao što su Clear Channel Communications, Cumulus Broadcasting i Citadel Broadcasting Corp. koje zajedno imaju oko 1800[205] postaja.

Okrupnjavanje kapitala zabrinjava i analitičare koji smatraju da se time izravno gubi na uvažavanju i njegovanju različitosti jer su programi tipizirani i nevezani uz stvarni život regionalne i lokalne zajednice. Problem ima i političku dimenziju jer se radijski medij opet očituje kao snaga o kojoj treba voditi računa.

Snaga rastućih radijskih divova zabrinula je još 1999. godine i FCC koji je ponudio projekt malih radijskih postaja (*low-power* FM). Združene s javnim servisima male radijske postaje trebale su profunkcionirati kao radio lokalnih zajednica i promovirati javni interes. Prijedlog je, međutim, doživio snažan otpor politički vrlo utjecajne Nacionalne udruge *broadcastera* (*National Association of Broadcaster* ili kraće NAB). Zahvaljujući promjeni političkog ozračja (dolasku G. W. Busha) uspjeli su dijelom eliminirati opasnost koja je za njih proizlazila upravo iz mogućnosti dodatnog fragmentiranja publike, što bi vodilo u daljnju segmentaciju tržišta i mogući pad oglašavanja. Oštar su otpor argumentirali mogućnošću

[205] CCC ima 1190 postaja, Cumulus Broadcasting 303, a Citadel Broadcasting 225 postaja (podatak za veljaču 2008., Turow, 2008:452).

tehničkog nereda u eteru, osobito interferencijama.

Rasprave su i dalje vrlo intenzivne, ali očekuje se kako će konačnu rije imati tehnologija. Digitalizacija, kako zemaljskih tako i satelitskih komu nikacija, već donosi neusporedivo širu ponudu izvora audiosadržaja št će prisiliti sve *broadcastere* na promjene.

Američki se ukupan radiofonski sustav još od 1934. nalazi u nadležnos Savezne komisije za komunikacije (*Federal Communications Commissio* ili FCC[206]), nezavisne državne agencije. Komisija je sljednica Savezne ra dijske komisije koja je ujedno bila i prva strukovna organizacija ameri kih *broadcastera* osnovana 1927. godine. Područje poslovanja pokriva sv radijske, televizijske, žičane, satelitske i kabelske komunikacije. Nadzir ih u 50 američkih država, okrug Kolumbija te ostali teritoriji pod ameri kom vlašću. Vodi je uprava od pet direktora koje predlaže predsjednik, imenuje Senat na razdoblje od pet godina. Nitko od njih ne smije na bil koji način imati poslovnih interesa u domeni FCC-a. Unutarnje ustroj stvo razdijeljeno je na sedam glavnih odjela i deset službi. Medijima s bavi Odjel za medije (*Media Bureau*) koji je nadležan za izdavanje dozvo la, nadzor, pritužbe i sve vrste poslova vezane uz FM, AM, televizijsko kabelsko emitiranje te satelitske servise.

6.1.1. Komercijalna radiofonija

Televizija je početkom pedesetih godina postala nova medijska zvijez da i nov zlatni rudnik. Dojučerašnje velike radijske mreže poput ABC-a CBS-a i NBC-a zapostavile su radijske sastavnice i potpuno se okrenul televiziji uspostavljajući novi televizijski mrežni sustav. Radio, dojučeraš nji općenarodni miljenik, našao se bačen na medijske margine, suočen gubitkom velikog dijela najpopularnijih zabavnih sadržaja, što se izravn osjetilo u zaradama radijskih kuća. Mnogi su popularni radijski žanrov jednostavno prebačeni u televizijske formate, podjednako kao što je veli dio najpopularnijih radijskih glasova i voditelja otišao na ekrane.

Takva je situacija dovela u pitanje opravdanost i smislenost daljnjeg ostan ka u mrežnim sustavima. Stasalo je vrijeme da se radijski medij oslo ni na vlastite snage, ali kriza je bila duboka, a rješenje se nije naziralo

[206] www.fcc.gov (preuzeto u veljači 2009.).

Ocjenjujući situaciju kao beznadnu i nerješivu, mnogi su vlasnici jednostavno odustali i prodali ili zatvorili postaje. Ostali su počeli tragati za načinom preživljavanja na tržištu. U razdoblju od 1947. godine, kad je mrežama bilo obuhvaćeno gotovo 97 posto radijskih postaja, do 1955. godine, taj je broj pao na svega 50 posto (Turow, 2003:359).

Izlazak iz mrežnog sustava suočio je radijske postaje s gubitkom velikog dijela atraktivnih programskih sadržaja i utjecajnih oglašivača nacionalne važnosti. Trebali su se okrenuti vlastitim lokalnim tržištima, onima koje je snaga odašiljača mogla »pokriti«. Najvažnija i ključna promjena temeljila se na iznalaženju novih programskih sadržaja koji bi privukli slušateljstvo, ali i oglašivače tog područja. Drugih mogućnosti nije ni bilo. Nekadašnje raskošne mrežne produkcije poput umjetničko-zabavnih programa, kvizova, radiodrama, sapunica i »kućnih« orkestara jednostavno su bile preskupe i gotovo nemoguće u lokalnim uvjetima.

Izlaz iz krize ponudila je diskografska industrija. Nakon početnog uspjeha dvadesetih godina uslijedila je gospodarska kriza koja je snažno uzdrmala i tu djelatnost. Prodaja gramofona i ploča gotovo je zamrla. Radijske mreže nisu bile zainteresirane za bilo kakvu pomoć. Raspolagale su uspješnim i popularnim medijem koji je glazbene sadržaje isporučivao iz vlastitih i dobro opremljenih radijskih studija. Zvuk je pritom imao čak i bolju kvalitetu od reprodukcije snimljenih sadržaja. »Kućni« su orkestri zadovoljavali većinu potreba, marketinške i programske, pa se u emitiranju koristilo relativno malo snimljene glazbe. Osim toga bilo je obvezno plaćanje naknada koje je ASCAP (*American Society of Composers, Authors and Publishers*) tražio na ime autorskih honorara za emitiranje snimljene glazbe.

Uoči Drugoga svjetskog rata u Americi je poslovalo svega 400 registriranih diskografskih kuća. Većinom su to bile male i nezavisne produkcije. Najviše su se oslanjale na izvođače lokalnoga karaktera, poštujući glazbeni ukus sredine u kojoj su radile. Razdoblje stagnacije nastavilo se i idućih godina. Ratna su zbivanja svu pozornost usmjerila opet radiju koji je nastavio s politikom ignoriranja snimljene glazbe. Činilo se da ni poraće za diskografiju neće biti uspješno. Međutim, početkom pedesetih godina pojavila se televizija i radio se našao suočen s najdubljom krizom u dotadašnjem postojanju.

Jedna od malih i nezavisnih diskografskih kuća bila je Memphis Recording Service, koju je u siječnju 1950. utemeljio Sam Phillips, ljubitelj glazbe

rhytm&blues i voditelj na lokalnom radiju. Osmislio je vlastitu marku po nazivom Sun Records i počeo sa sustavnim snimanjima kvalitetnih izvo đača. Uglavnom je bila riječ o Afroamerikancima, čija je glazbena tradi cija bila izuzetno bogata i atraktivna, ali zbog rasne segregacije getoizira na i bez ikakve prilike da se predstavi široj publici. Tako je lokalna radic fonija postala mjesto rasne integracije.

Phillips je bio među glavnim promotorima nove vrste glazbe, hrabr kombinacije dotadašnjih popularnih glazbenih stilova koja se poslije afi mirala kao *rock and roll*. Naziv te nove glazbe potekao je od Alana Fre da, voditelja glazbenih emisija na radijskoj postaji u Clevlandu (Dougla 1999:246). Freedu se nova glazba toliko svidjela da ju je želio svakako em tirati u svojim emisijama. Međutim, naišao je na probleme koji nisu ima veze s glazbom, nego s problemima rasne netrpeljivosti. Osmislio je naz koji je trebao »zamaskirati« podrijetlo i izvođače nove glazbe, računaju na njezinu brzu afirmaciju. Tako je i bilo.

Pjesme, čiji su tekstovi otvoreno pa i provokativno govorili o ljubav seksu, čvrst i brz ritam te novi plesni koraci, začas su privukli pozorno mlađe publike. Ubrzo je *rock'n'roll* postao toliko popularan da su i vel ke diskografske kuće, dotad rezervirane samo za bijele glazbenike, mor le iskazati zanimanje. Pa ipak, svjetska je afirmacija *rock'n'roll* glazbe p čela tek s pojavom bijelih izvođača poput Billa Haleya, Elvisa Presley Jerryja Leeja Lewisa.

Nova je glazba dala diskografiji potreban uzlet. Sredinom pedesetih g dina postojalo je već oko tisuću produkcijskih kuća (Turow, 2003:360) cijene ploča postale su dostupne najširoj publici. U međuvremenu je r dijski medij zapao u duboku krizu. Televizija je privukla svu pozornc oglašivača, a radijske se mreže gotovo raspale. Međutim, radio se pok zao kao sjajno mjesto za promociju ploča. Nakon dogovora s ASCAP-c snižene su cijene emitiranja snimljene glazbe, čime je otpočela dugovje na suradnja obiju industrija. Diskografi su dobili promidžbu, a vlasn postaja popularan i tražen sadržaj. Vrijedno je napomenuti kako su pl če stizale na radijske postaje besplatno, što je bilo od goleme važnosti razdoblje konsolidacije radijskog poslovanja.

Tih je godina došlo do tri vrlo važne tehničke i tehnološke promjen sustavu snimanja i reprodukcije glazbe. Columbia i RCA predstavile su

ploče sa sporijim brojem okretaja (33,5 i 45 umjesto 78 okretaja u minuti), što je omogućilo više mjesta za glazbene sadržaje i vodilo u smjeru prvih albuma. Uvođenje novih kriterija poput (2) »visoke vjernosti« (*high fidelity* ili *Hi-Fi*) te stereofonije silno je unaprijedilo kvalitetu zvuka u reprodukciji snimljene glazbe, a otporne (3) ploče od vinila (*vinyl record*) zamijenile su lomljive i sklone oštećenjima ploče od šelaka (*shellac records*).

Radijskim je prijamnikom u Americi pedesetih godina 20. stoljeća raspolagalo gotovo 95 posto američkih kućanstava (Ennis, 1992:132). Diskografija je u *rock'n'rollu, countryju, westernu, bluesu, gospelu* i mnogim drugim podvrstama pronašla svježinu i goleme izvore novih glazbenih materijala, a u komercijalnim radijskim programima izvrsno mjesto za promociju. Na radijske su se postaje uskoro slijevale bujice novih glazbenih snimki pa je uz uobičajeno dnevno emitiranje glazbe bilo nužno osmisliti namjenske programske sadržaje. Nova je situacija zahtijevala promotore, osobe koje nisu nužno bili novinari, nego više zaljubljenici i poznavatelji glazbe.

Uskoro je središnji lik većine radijskih programa postao radijski voditelj glazbenih emisija, nazvan »disc-jockey«[207] (DJ ili *deejay*). Izraz potječe još iz sredine[208] tridesetih godina i opće je prihvaćen. Prava je afirmacija uslijedila sredinom pedesetih godina kad su DJ-i postali prave radijske zvijezde, dajući radijskim programima na kojima su radili jasan identitet.

Njihova je uloga podrazumijevala nekoliko aspekata koje je trebalo zadovoljiti. Ponajprije bili su (1) zaposlenici radijske postaje i odgovorni njezinoj upravi ili direktoru. Na temelju posla koji su obavljali bili su (2) izloženi utjecajima izvođača, diskografskih kuća i distributera glazbe, ali i (3) utjecajima oglašivača koji su se promovirali u njihovim emisijama. Osim tih uloga bili su i svojevrsni (4) glazbeni impresariji, čije su se povratne informacije temeljile na izravnoj vezi s publikom kojoj su se obraćali, a uza sve nabrojeno bili su i (5) osobe koje su se na temelju svojeg posla i mjesta rada morale pridržavati raznih, povremeno ograničavajućih, saveznih odredbi o emitiranju (Killmeier, 2001:364).

Uskoro više nisu bili »samo« voditelji, već izdvojena grupa radijskih umjetnika koji su izvodili redoviti performanse u eteru (ibid., 365).

[207] U doslovnom prijevodu »jahač ploče«, odnosno osoba koja »jaši na pločama«.

[208] Navodno je taj termin prvi upotrijebio Walter Winchell, američki novinar, pionir »žutog« novinarstva.

Najpopularnija forma njihovih nastupa u programu postale su top-ljestvice, u Americi poznate pod zajedničkim nazivom »Top 40«. Naziv (najvjerojatnije) potječe iz terminologije vezane za džuboks jer je 40 *singl* ploča bio standardni kapacitet prosječnog džuboksa.

U okruženju brojnih postaja sljedeći je korak bila klasifikacija ili kategorizacija radijskih programa (*format*). Određenje kojem formatu[209] pripada koja radijska postaja uvjetovano je (1) izborom glazbe, (2) vremenom kad je glazba nastala (npr. stara, suvremena, moderna itd.) (3) intenzivnošću (npr. lagana, teška, mekana itd.) i (4) glazbenim izričajem i tekstovima (Turow, 2008:435).

Uslijedilo je vrijeme fragmentirane publike kad su umjesto emitiranja za svakog (*broadcasting*) otpočeli programi namijenjeni određenoj grupi slušatelja (*narrowcasting*). Budući da je izbor formata bio ključan za slušanost, a time i za oglašivače, radijske su uprave dugo odlučivale o izboru. Konzultirani su i mnogi profesionalni savjetnici, a osnovna je podjela napravljena na temelju podataka o publici na određenom području. Pri odlučivanju se vodilo računa na kojem se području nalazi radijska postaja, obraća li se bijelcima, crncima ili latinskom stanovništvu, više muškarcima ili ženama, imućnijima ili siromašnijima itd. Danas su u Americi najbrojniji radijski programi s *country*-glazbom (2049 postaja, kratica CW), a slijede govorni informativni (*news/talk*, 2025, kratica NX), programi religijskog usmjerenja (1231, kratica RL) te mnogi drugi formati (Turow, 2008:438).

Međutim, valja obratiti pozornost na stvarne posljedice formatiranja jer iako na prvi pogled djeluje gotovo idilično, realna je situacija drukčija. Budući da je riječ o komercijalnim programima koji se financiraju oglašavanjem, najbrojniji su upravo formati koji se najviše slušaju i samim tim lako prodaju za reklamiranje. Drugim riječima, nikog ne zanimaju formati koji se obraćaju siromašnijim slojevima stanovništva jer takvi sadržaji ne nose zaradu. Čini se da je glavni kriterij pri izboru formata bilo pitanje može li takav program zarađivati ili ne. Danas su posljedice formatiranja, unatoč obećanjima o raznolikosti i specijaliziranosti, unificirani i jednolični sadržaji koji komercijalni radio u Americi čine zbornim pjevanjem.

[209] *Country, news/talk, religion, contemporary christian, spanish, oldies, easy listening, ethnic, R&B, jazz, top 40, classical, classic hits, classic rock, gospel, black gospel, pre-teen, rock, modern rock* itd.

Međutim, u eri formatiranja posao DJ-a bio je od izrazitog utjecaja. U radiofoniju je unesen drukčiji način komunikacije, neformalan i spontan stil govora, povremeno vrlo familijaran, pa i intiman, s čestom upotrebom slenga i lokalizama. Uz promicanje glazbe, DJ-i su postali svojevrsni vođe publike, a eter mjesto za razmjenu misli i stavova. Naravno, do određene granice. Iako naizgled autonomni i samosvojni, DJ-i su zapravo bili u čvrstom okruženju političko-ekonomske pozicije radija, njegovih vlasnika i/ili uprave te diskografske industrije. Proklamirana je autonomija poslužila za kreiranje dojma o otvorenom i slobodnom eteru. Međutim, cilj je postignut jer su najbolji među njima imali veliku slušanost, što je upravi i sponzorima odgovaralo, pa su stigli i do pravih zvjezdanih statusa. Bila je zadovoljna i publika kojoj je pružen dojam o vlastitoj važnosti.

Angažman u vezi s promocijom uveo je modu nadimaka, što je prihvatio i tisak, pa je utjecajni *Billboard* uveo rubriku posvećenu DJ-ima i njihovim *play*-listama. Postali su »proizvođači hitova« (*hit-makeri*), o čijim je komentarima ovisila sudbina mnogih novih pjesama. Uslijedila su visoka primanja, a i prvi transferi s manjih na veće radijske postaje. Unatoč tome nisu bili neranjivi, osobito kad je u pitanju bio novac. Unosnu spregu DJ-a i diskografskih kuća, pa i »suradnje« s izvođačima, potresao je 1959. godine žestok korupcijski skandal poznat pod nazivom »payola scandal«.

Naime, otkriveno je da su mnogi popularni DJ-i bili na platnim listama uglednih diskografskih kuća. Njihova je zadaća bila jednostavna. Trebali su samo promovirati novu glazbu diskografske kuće koja ih je za to obilato nagrađivala. Uslijedila su brojna otpuštanja, FCC je pooštrio kriterije, a uprave mnogih radijskih postaja oduzele su DJ-ima pravo izravne komunikacije s diskografima. Ubuduće je takve poslove obavljao direktor programa.

Početkom šezdesetih godina glazba je postala neusporedivo angažiranija i izrazito kritična prema američkom društvu i državnim institucijama. Umjesto ljubavnih u pjesmama su se javile teme koje su američko društvo ocrtavale kao represivno, diskriminacijsko i eksploatatorsko, pozivajući na otpor i protest (Rosenstone, 1969:134). Svoje je korijene nova protestna glazba našla u antinukleranom pokretu i razdoblju makartizma u Americi.

Jačanjem pokreta za građanska prava i sve krvavijim ratom u Vijetnamu nastala je nova generacija društveno i politički angažiranih glazbenika.[210]

[210] Woody Guthrie, Pete Seeger, Joan Baez, Bob Dylan i mnogi drugi.

Slijedile su godine protestnih marševa, okupljanja, afirmacija *hippy*-kulture, eksperimenti s drogama i tzv. seksualna revolucija. Bio je to snažan i masovan zaokret nove generacije adolescenata u promišljanju dotadašnjih općeprihvaćenih i poželjnih normi društvenog ponašanja. Kulminirao je trodnevnim koncertom na Woodstocku, od 15. do 18. kolovoza 1969. godine. Više od trideset popularnijih glazbenika i oko milijun posjetitelja uveli su Woodstock u povijest *rock*-glazbe. Vrijedno je napomenuti kako su tijekom tog vremena nastale brojne manje diskografske kuće, utemeljene jedino za potrebe snimanja nove glazbe. Bile su izvan sustava najvećih i najmoćnijih pa su nazvane nezavisnim produkcijama (*independent music, indie music*).

6.1.2. Javni servisi

Radio kao javni servis nije zaživio u Americi sve do šezdesetih godina. Na samom početku uspostave američke radiofonije, kad se još nije moglo znati hoće li i koliko biti isplativa, javljale su se ideje o društveno odgovornijoj ulozi radija od pukog emitiranja glazbe i oglašavanja roba i usluga. Međutim, ubrzo nakon što se pokazao »zlatnim rudnikom«, velike su ga korporacije počele razvijati na komercijalnoj osnovi. Zbog njihova snažna utjecaja na ondašnju aktualnu političku vlast ni prvi zakoni kao ni prva nadzorna tijela nisu se jače angažirali oko uspostave drukčijih pravila. Komercijalni se radio već od kraja dvadesetih godina počeo ugrađivati u proces koji danas znamo kao američku društvenu i političku tradiciju.

Nešto malo osamljenih glasova protiv takve uloge radija u društvu ušutkano je i onda kad je javnost već bila zasićena reklamama, što je bila prilika za ponovno razmatranje radijskog spektra i programa. Marginalizacija vrijednosti služenja javnosti u raspravama o komunikacijama u Americi, odnosno eliminacija političke rasprave o komunikacijama, objašnjava tužnu povijest američkog javnog radija i televizije te početak mračnog doba javnog emitiranja, smatra McChesney (u Sakolsky i Dunifer, 2002:19-20). McChesney upozorava kako je snaga komercijalnog emitiranja toliko velika da svi zagovornici javnog emitiranja moraju znati kako ne smiju prijetiti njihovoj postojećoj ili potencijalnoj dobiti.

Iako je FCC redovito razmatrao licencije radijskih divova CBS-a i NBC-a kako bi se uvjerio da služe javnom interesu i udovoljavaju traženim kriterijima pogodovanja i korisnosti zajednici, nikada nijedna licencija nije

bila ukinuta. Uspostavom televizije FCC je zapravo predao mladi televizijski medij istim onim mrežama koje su dominirale i radijem.

Nakon mnogih neuspješnih pokušaja afirmacije ideje javnog servisa američki je Kongres 1967. godine usvojio Zakon o javnom emitiranju (*Public Broadcasting Act*) i osnovao Korporaciju za javno emitiranje (*Corporation for Public Broadcasting* ili CPB). Osnovni joj je cilj bio unaprijediti javni interes, što se prema FCC-ovim pravilima definiralo kao poznavanje i sudjelovanje u rješavanju problema regionalnih i lokalnih sredina. Činilo se da će se nova Korporacija uspješno pozicionirati ondje kamo nije stizao interes komercijalnih *broadcastera*, a to je bilo obrazovanje i kultura.

CPB je 1969. utemeljio Državni javni servis (*Public Broadcasting Service* ili PBS) i Državni javni radio (*National Public Radio* ili NPR). Međutim, došlo je do znatnih promjena u zamišljenom modelu financiranja tih javnih službi. Odustalo se od zamišljenoga europskog modela da se glavni izvor novca pronađe u postotku od prodanih uređaja, čime bi se osigurala svakovrsna nezavisnost.

Ostavljeni bez osnovnog izvora financija potrebnih za emitiranje, PBS i NPR su stavljeni u podređen položaj prema svim eventualnim financijerima, osobito saveznim fondovima i državnoj vlasti. Time se izgubila glavna ideja javnog emitiranja pa su ti servisi bili suočeni s traganjem za novčanim potporama. Gotovo 60 posto sredstava potrebnih za rad mora se namaknuti iz drugih izvora. Samim tim okrenuli su se krupnim donatorima kojima je to bila prilika za izravan utjecaj na programske sadržaje. Tako je zapravo odmah izgubljena ideja javnog interesa. Državna potpora, koja pokriva gotovo 40 posto potrebnih sredstava, omogućuje političke pritiske na javnog *broadcastera*. Javni servis danas, prema mnogima, igra samo dopunsku ulogu komercijalnom sektoru. Pitanje je dokad s obzirom na to da raspolaže velikim brojem televizijskih i radijskih postaja, čije bi se licencije mogle komercijalno iskoristiti. Primjerice, danas NPR objedinjuje 797 radijskih postaja, a PBS 354 nekomercijalne televizije.

McChesney (ibid.) smatra da je javno emitiranje ipak donijelo pomake iako je struktura sustava pogrešna, a u usporedbi s nekim moćnim europskim sustavim farsa. Navodi kako i u međunarodnim raspravama o javnom emitiranju izraz »sustav u stilu PBS-a« označava marginalan i nepotpun javni servis, kojem se funkcija javnog emitiranja sastoji od ponude onih sadržaja za koje komercijalni *broadcasteri* nisu zainteresirani jer im ne nose dobit.

Unatoč svih problema NPR nije jedini javni američki radijski servis. Godine 1983. godine počeo je emitirati konkurentski javni radio koji su osnovale četiri radijske postaje s idejom novog, drukčijeg programa od NPR-a. Desetak godina poslije naziv mu je promijenjen u Međunarodni javni radio (*Public Radio International* ili PRI) jer se opredijelio za međunarodnu suradnju i distribuciju, a reemitira dio BBC-ova programa *World Service*.

Treću grupu čini neprofitna kompanija American Public Media Group. Ta kompanija objedinjuje tri mreže javnih radija (Minnesota Public Radio, Southern California Public Radio i Classical South Florida) i kompaniju Greenspring.

Iako ga zakon ne priznaje kao izdvojen sektor javne američke radiofonije, u Americi emitira i *communitiy* radio. Ta je vrsta radijskih programa tipična upravo za Ameriku iako slična razmišljanja o ciljevima i misijama *community* radija nalazimo i u Europi.

6.1.3. Community *radio*

U hrvatskom rječniku nema preciznog prijevoda za izraz »community radio«. U doslovnom bi prijevodu to bio »radio zajednice« ili nezgrapnije »komunski«[211] radio, a naći ćemo ga i pod nazivima »alternativni«, »radikalni«, pa i »građanski« radio. Mnogi će ga površno okarakterizirati kao javni radio lokalne zajednice, što ne odgovara onomu što *community* radio zapravo jest. Zbog tog ćemo se u ovdje služiti izvornim izrazom *community* radio.

Riječ je o malim radijskim postajama ograničene čujnosti koje funkcioniraju u manjoj zajednici, uglavnom na temelju volontiranja i novčane potpore slušatelja. Budući da je u pitanju vlastiti izbor, takav bismo radio mogli nazvati i »aktivističkim radijem«.

Teško je ustvrditi vrijeme nastanka prvih *community* radija. Ti bi se korijeni mogli pronaći još u prvim eksperimentalnim emitiranjima, a prije uspostave samoga radijskog medija, ali i tijekom idućih desetaka godina, u kojima su započete borbe za drukčiji radiofonski izraz. Nakon uspostave CPB-a, sredinom sedamdesetih godina, razlika između *community* radija i javne radiofonije postala je jasnija. Temeljila se na postavkama poput (a) aktivnog sudjelovanja volontera, (b) slušateljima koji ne moraju biti brojni, već

[211] *Communis (lat.)*: opći, zajednički svačiji, *commune* (engl.): komuna, teritorijalna zajednica uprave, *community* (engl.): zajedništvo, zajednica, društvo, općina.

osviješteni i angažirani, (c) sadržajima koji su selektirani, pa ih tako treba i slušati umjesto da radio predstavlja zvučnu kulisu te (d) svijesti kako sudjelovanje volontera nije vrsta uštede u smislu jeftine radne snage, već kontakt s publikom, čiji su oni predstavnici (Dunaway, 1998:89). Krovna organizacija, Državni savez *community* radija (*National Federation for Community Broadcaster* ili kraće NFCB), osnovana je 1975. godine.

NFCB je programski usmjeren prema zajednici na čijem području emitira. Uz obveznih pet zaposlenika, koliko ih prema zakonu mora imati svaka javna lokalna postaja, većinu programa osmišljavaju i proizvode volonteri. Budući da ne primaju naknadu za svoj rad, ukupna je financijska situacija znatno olakšana. Međutim, obveza zapošljavanja pet djelatnika, prema Zakonu o telekomunikacijama iz 1996. godine, ipak znatno opterećuje *community* radio te ga dovodi sve bliže onomu što on zapravo ne želi biti, a to je lokalna javna postaja.

Naime, lokalni javni radio u klasičnom smislu, koji čini četvrtinu ukupnog broja postaja u mreži PBS-a, podliježe svim pravilima funkcioniranja javnog radija, pa i prikupljanju financijskih sredstava za rad. Glavna razlika između javnog i *community* radija je u tomu što su javne radijske postaje postavljene izvan zajednice za koju emitiraju, a tako stižu i informacije koje objavljuju. *Community* radio naprotiv dolazi iz zajednice koja pruža glavne informacije, a i program se priprema u postaji koja ga emitira (Ivanović, 2000:65).

Community radijske postaje koje zbog velikog broja volontera imaju niže proračune od ostalih javnih postaja većinu novca prikupljaju izravno od slušatelja ili *ad hoc* donacija s različitih lokalnih događaja kao što su plesovi, festivali, sajmovi, kazališne predstave, koncerti i slične dobrotvorne priredbe. Ne libe se ni od otvorenih poziva na pomoć kad, obično u proljeće i jesen, desetak dana u programu intenzivno pozivaju slušatelje da novčanu potpomognu radio (ibid.).

Za emitiranje im je potrebna dozvola koju odobrava FCC i podliježu istim zakonskim odredbama kao i javni radio. Takvo generaliziranje ne odgovara duhu *community* radija jer ga tjera i obvezuje (osobito zapošljavanje pet djelatnika) na uvođenje određene organizacijske strukture i tehničkih standarda. Unatoč tomu ti programi drukčije zvuče, ponajprije zbog ležernijeg jezika i česte uporabe lokalnog ili manjinskog slenga.

U kontekstu daljnjeg razvoja te vrste radija Dunaway smatra da će nastati svojevrsna mješavina, hibrid javnog i *community* radija. Argumentira to golemim odstupanjem od osnovne ideje *community* radija u razdoblju od 1975. do kraja 20. stoljeća. Umjesto alternativnog, šarenog (*patchwork*), volonterskog, lokalnog i manjinski usmjerenog programa, danas se *community* radio približio modelu standardnoga javnog radija koji vode profesionalci na temelju jasne programske usmjerenosti, najčešće državnim novcima kojima se proizvodi program namijenjen tipiziranoj publici (ibid. str. 95).

Svaka osma postaja u Americi je ili javna ili neprofitna, a od toga tri četvrtine otpadaju na radije na koledžima. Većina ostalih pripada ili Državnom javnom radiju ili Državnom savezu *community* radija (*National Federation of Community Broadcasters*), navodi Raboy.[212] U nastavku, isti autor smatra da preostalih jedan posto čini pravi *community* radio koji ne pripada nijednoj instituciji. Zbog svoje nezavisnosti i statusa društvenog oruđa za razvoj zajednice, okrenut manjinama i nižim društvenim slojevima, predstavlja alternativu i komercijalnom i javnom radiju. Počeo se razvijati kasnih sedamdesetih godina kao simbol borbe za osvajanjem prostora slobode govora izvan autoritativne strukture državnoga radijskog monopola.

Pretpostavljamo kako autor misli na pojavu tzv. mikroradija. Naime, riječ je o vrlo maloj čujnosti, pa se stoga takvi radiji i nazivaju mikroradijima (*micropower broadcast station*). Njihovo je učestalo osnivanje slijedilo primjer Slobodnog radija Berkeley (*Free Radio Berekley*) u istoimenom kalifornijskom gradu. Naime, nezadovoljan medijskom situacijom njegov osnivač Stephen Dunifer je u travnju 1993. godine počeo emitirati 24-satni radijski program na odašiljaču od 50 vati. Namjera mu je bila emitirati lokalne vijesti, svakovrsnu glazbu, intervjue i sve ono što danas čini taj program. Cilj takvog emitiranja bila je »obnova demokracije i povratak otvorenog i slobodnog društva«.[213]

Ubrzo se sukobio s FCC-om pa je emitiranje završeno gašenjem odašiljača 1998. godine. Međutim, bio je to uvod[214] u žestoke rasprave u kojima je FCC bio suočen sa sve jačim pokretom »elektroničkoga građanskog

[212] Raboy, Marc: Radio kao emancipacijska kulturna praksa, http://boo.mi2.hr (preuzeto u siječnju 2009.).

[213] Free Radio Berkeley, http://www.freeradio.org (preuzeto u siječnju 2009.).

[214] Godine 1988, osnovan je «Projekt Prometej« (*Prometheus Radio Project*), neprofitna udruga za LPFM postaje, www.prometheusradio.org (preuzeto u siječnju 2009.).

neposluha« (Tarleton[215]). Na koncu je popustio i podupro projekt postaja male snage (*low power FM broadcast service* ili LPFM), od deset do sto vati, čujnosti od tri do trideset kilometara. Žestoka reakcija utjecajnog NAB-a, o čemu je već bilo govora u prethodnom poglavlju, dijelom je spriječila cjelokupnu realizaciju tog projekta. Broj LPFM-ovih postaja ograničen je na tisuću, podliježu istim pravilima kao i sve druge radijske postaje, pa tako i plaćanju obveznih taksi. Mnoge radijske mikropostaje ostaju i danas izvan sustava LPFM-a, kao svojevrsni radiopirati, ali bez onakvog utjecaja kakvog su imali nekadašnji europski pirati.

Mikroradio jest vrsta *community* radija jer su im razlozi emitiranja isti ili vrlo slični. Riječ je o vrsti organiziranog otpora prema koncentraciji vlasništva i unifikaciji programskih sadržaja, stvarnom građanskom neposluhu, pri čemu je radijsko emitiranje odabrano kao metoda njegova iskazivanja. Smatraju se borcima za uvažavanje bogatstva raznolikosti, svojevrsnim prosvjetiteljima i osviještenim dijelom društva. Međutim, mnogi od njih nemaju kontinuitet niti kvalitetu, podjednako kao što mnogi od njih promoviraju samo određen tip glazbe, bez dodatnih ambicija. Ipak, objedinjeni u temi, zasigurno provociraju i dio razmišljanja koja se kreću u rasponu od romantičnoga mladenačkog bunta preko hobija do ozbiljnih i argumentiranih upozorenja kako je potrebno mijenjati sadržaj i formu američke radiofonije.

Čini se da će s obzirom na digitalizaciju koja postaje nova platforma za promišljanje razvoja radijskog medija, pri čemu izdvajamo satelitsko i internetsko emitiranje, budući razvoj američke radiofonije uvjetovati upravo tehnologija.

6.2. Britanska radiofonija

Radijskim prostorom Velike Britanije pedesetih je godina i dalje suvereno dominirao BBC. Unatoč nekim programskim osvježenjima kojima se pokušalo osuvremeniti program (*The Light Programme*), eter je ostajao »gluh« za modernu glazbu koja je već suvereno vladala američkim prostorom. Među razlozima bilo je programsko ograničenje minutaže za emitiranje snimljene glazbe, što je bio rezultat ugovora s engleskim diskografskim

[215] Tarleton, John: Intervju sa Stephenom Duniferom, http://boo.mi2.hr (preuzeto u siječnju 2009.).

kućama, a dijelom i internih pravila koja su štitila BBC-ov orkestar. Među tim, popularne pjesme u izvedbi BBC-ova orkestra, unatoč slušanosti pro grama, nisu mogle zadovoljiti publiku željnu originalnih izvođača. Mlad je publika željno iščekivala *rock and roll*, pod čijim se utjecajem već ubr zano počela razvijati moderna engleska glazbena scena.

Jedina alternativa bio je Radio Luksemburg, radijska postaja duge tradi cije, koja je završetkom Drugoga svjetskog rata lako i brzo prihvatila su vremene glazbene trendove. »Zvjezdana postaja« (engl. *The Station of th Stars*), kako se predstavljala u programu, postala je ubrzo vrlo popularna Međutim, zbog sve većeg broja europskih radijskih postaja signal Radi Luksemburga na Otoku nije bio baš kvalitetan. Interferencije i »pokriva nje« s drugim, jačim signalima, uzrokovale su loš prijam i nekvaliteta zvuk. Unatoč tomu njegova je slušanost osobito u subotnjim noćnim sa tima, kad je prijam bio kvalitetniji, bila sve veća.

Situacija u britanskoj radiofoniji izazivala je sve više prigovora i sve gla snije zahtjeve za dozvolom uspostave komercijalnog sektora. Tomu je pri donijela i afirmacija FM spektra jer je pružila nove tehnološke mogućno sti. Dostupnost i jednostavnost opreme za emitiranje rezultiralo je poja vom sve češćih nelegalnih emitiranja. Staromodni i monopolistički pristu BBC-a nije odgovarao ni nabujaloj diskografiji. Uz već postojeće, nical su nove profesionalne glazbene kuće koje nisu imale prostora za promo ciju svoje glazbe. Svakovrsna ograničenja nisu odgovarala ni procvjetalc američkoj R&R i *rock*-sceni koja se, šireći svoje tržište, usmjeravala pre ma Europi, ponajprije Velikoj Britaniji.

Međutim, ozbiljnije bavljenje nelegalnom radijskom djelatnošću bilo j moguće jedino premještanjem izvora emitiranja izvan državnog teritorija Najjednostavnijim se rješenjem činio brod i isplovljavanje izvan teritori jalnih voda. Takav način emitiranja nije bio nešto posebno novo, osobit u uvjetima Hladnog rata. Slični su »brodski projekti« postojali i program su emitirani s američkih brodova za područje Kine i neke dijelove Medi terana. Razlika u programima je, naravno, bila golema jer budući britan ski pirati nisu imali političke ciljeve.

Početkom šezdesetih godina u međunarodnim vodama oko Otoka dogo dila se koncentracija ilegalnih, glazbenih i komercijalnih programa. Termi »pirati« izvrsno se uklopio u sliku koju su pružali: bili su na brodovima

izvan zakona. Izraz »piratski radio« (engl. *pirate radio*) osmislili su danski novinari jer se baš u Danskoj pojavio prvi takav projekt. Drugi izraz za istu djelatnost bio je »offshore radio«, koji su najčešće rabili vlasnici piratskih radija u Engleskoj kako bi izbjegli neugodne konotacije vezane za pojam pirata.

6.2.1. Radio pirati

Prvi glazbeni ilegalni program u Europi osmislila je grupa Danaca koja je početkom kolovoza 1958. utemeljila Radio Mercur. Program s brodske radiopostaje čuo se na području Kopenhagena i dijelom oko njega, a uskoro je postao toliko popularan da su jedan odašiljač usmjerili na švedsko obalno područje. Emitiranje je završeno 1962. godine intervencijom vlasti, i to nakon gotovo četiri godine emitiranja. Pa ipak, bio je to svojevrstan znak za uzbunu i početak niza sličnih pothvata. Brodovi opremljeni radijskom opremom za emitiranje nudili su atraktivan i komercijalan sadržaj, ponajprije popularnu glazbu, svima koji su je željeli slušati.

Godine 1961. u Danskoj je emitirao DCR (*Danish Commercial Radio*), u Belgiji Radio Antwerpen (1962.), u Švedskoj Radio Nord (Stockholm, od 1960. do 1962.) i Radio Syd (od 1962. do 1966.), u Nizozemskoj CNBC (*Commercial Neutral Broadcasting Company*, 1961.) i Radio Veronica (od 1960. do 1974.) (Chapman, 1992:27). Riječ je bila o radijskim programima koji su nastali dijelom kao reakcija na rigidne programe u zemlji, dijelom kao izazov vlastima, a dijelom kao stvarna želja za emitiranjem nove glazbe. Vješto iskorištena praznina u ondašnjim međunarodnim i nacionalnim zakonima otvorila im je prostor za djelovanje. Emitiranje je trajalo sve do usvajanja antipiratskih zakona u pojedinim zemljama ili kronične besparice koja bi uzrokovala raspad projekta.

Osnovna postavka nelicenciranih emitiranja bila je u izbjegavanju jurisdikcije, odnosno preciznoj lokaciji, uvijek milju ili dvije izvan teritorijalnih voda države prema kojoj je usmjereno emitiranje.

Nizozemci su također, kao i Britanci, imali vrlo restriktivne zakone o radijskom emitiranju. Obje su države pokušavale spriječiti rad tih »radijskih brodova« koji su zbog vlastite ilegalne pozicije (a ne samo zbog sadržaja) predstavljali pravi hit među mladima. Spektar državnih intervencija znao

se kretati od brojnih sitnih ograničenja do grubih i dijelom nelegalr poteza tegljenja (brodovi su ipak bili u međunarodnim vodama). Unat atraktivnosti i pozornosti koju su privlačili većina projekata ipak se gas ponajprije zbog financijskih razloga. Naime, bili su to vrlo skupi poslc od zakupa (ili kupnje) broda preko djelatnika, opskrbe pa do teških uv ta rada. Isplativost je ubrzo postala upitna pa se dio takvih programa je nostavno sam od sebe ugasio.

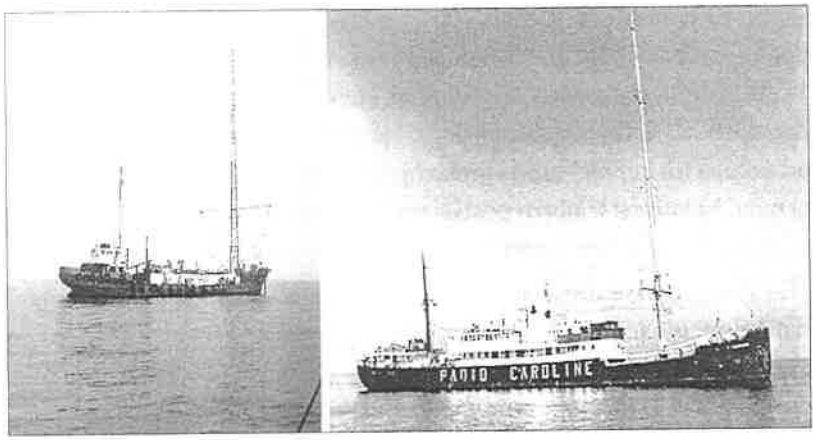
Godine 1964. u eteru se prvi put pojavio Radio Caroline, prvi britan radiopirat. Bio je to program emitiran s preuređenog trajekta Frederic usidrenog u međunarodnim vodama, nekoliko milja od obale Essexa. V dio ga je Irac Ronan O'Rahilly (1940.), ambiciozan mladić iz dobrosto će irske obitelji koji je došao u London s namjerom promoviranja mlad glazbenika. Obožavatelj Raya Charlesa i *rhythm & blues* glazbe otvorio mali klub u kojem su glazbenici imali priliku nastupati. Osnovao je i gla benu marku te sam financirao neke rane snimke. Pokušaji da snimlje glazbu plasira u eter naišli su na odbijanje, pa i podsmijeh. O'Rahilly je n išao na monopol snažnih diskografskih kuća koje su zauzele prostor BB a, ali i programske minute Radio Luksemburga. Za nepoznate izvođa snimljene u privatnoj produkciji nitko nije imao vremena niti volje.

Družeći se sa sebi sličnim ljudima i razmišljajući o rješenju proble monopola, O'Rahilly se upoznao s vlasnicima sličnih projekata. U međ vremenu je i Australac Alan Crawford počeo pripremati svoj projekt p ratskog radija. Brod Mi Amigo preuređen je za emitiranje radijskog pr grama pod nazivom Radio Atlanta.

Problemi koje donosi rad s brodovima, od pridržavanja odredbi pomo skog prava preko preinaka do popravaka, uspješno su riješeni uoči Uskr 1964., kad se s motornog broda Fredericia prvi put oglasio Radio Caro ne.[216] Nakon najave »Ovdje Radio Caroline, vaša glazbena postaja«, usl jedila je pjesma »Not Fade Away«, mladog sastava The Rolling Stones.

Gotovo cjelodnevno emitiranje popularne glazbe i odsutnost svakov snih informativnih i edukativnih sadržaja koji su bili specijalnost BB ovih programa predstavljalo je pravu revoluciju u eteru. Ubrzo se pojav i Radio Atlanta, program koji je emitiran s broda Mi Amigo. Projekti s

[216] Dvojbe o podrijetlu naziva »Caroline« donosim u Dodatku 7, na kraju knjige.



Slika 53. Brodovi Mi Amigo (lijevo) i Caroline (desno)

naposljetku spojeni pod nazivima Radio Caroline South (brod Mi Amigo) i Radio Caroline North (bivša Fredericia, a sada Caroline). Prvi je ostao u vodama nasuprot Essexu, a drugi je otplovio prema lokaciji Otoka Mana, u Irskome moru (Slika 53.).

Unatoč brojnim pokušajima vlasti nisu uspijevale pronaći dovoljno jaku pravnu osnovu za isključivanje tih programa, što je rezultiralo pojavom još nekoliko radiobrodova u vodama oko Otoka. Odjedanput se probudila engleska glazbena scena koja je takoreći do jučer bila indisponirana spoznajom kako njihovu »podrumsku« glazbu nikada nitko neće moći čuti preko radija. Piratske su radijske postaje nudile sve što je ondašnja mladež htjela. Bila je to nova domaća glazba kojoj je nezakonitost emitiranja dala dodatnu popularnost. Porast slušanosti piratskih programa donio je porast komercijalnih sadržaja, pa su tako najjači »ilegalci« počeli dobro zarađivati.

Međutim, stekli su velik broj neprijatelja jer su (a) nedopušteno koristili frekvencijski spektar, pri čemu su (b) mogli oštetiti kvalitetan prijam signala legitimnih radijskih postaja. Pri tomu (c) nisu plaćali autorska prava, (d) štetili su prodaji nosača zvuka i zaradi od oglašavanja u tisku (osobito lokalnom), a postavljeno je i pitanje (e) neprofesionalnog i neetičkog postupanja te same kvalitete emitiranja (Chapman, 1992:32). Pirate nije volio nitko osim slušatelja (ibid. str. 50).

BBC je emitiranje Caroline shvatio vrlo ozbiljno. Mnoga su se istraživ nja bavila pitanjima poput tko sluša taj program, koliko često i zašto. R zultati su pokazivali kako su prosječni slušatelji piratskog radija zaposl ne osobe ispod 30 godina starosti, podjednako muškarci i žene, vlasn ci tranzistora umjesto kućnih radijskih prijamnika, ne odviše izbirljivi radijskim sadržajima jer im radijski program zapravo najviše predstavl zvučnu kulisu (Chapman, 1992:47). Nije to bilo ništa novo niti neobičn tek slika prosječnog auditorija koji čine slušatelji popularne glazbe.

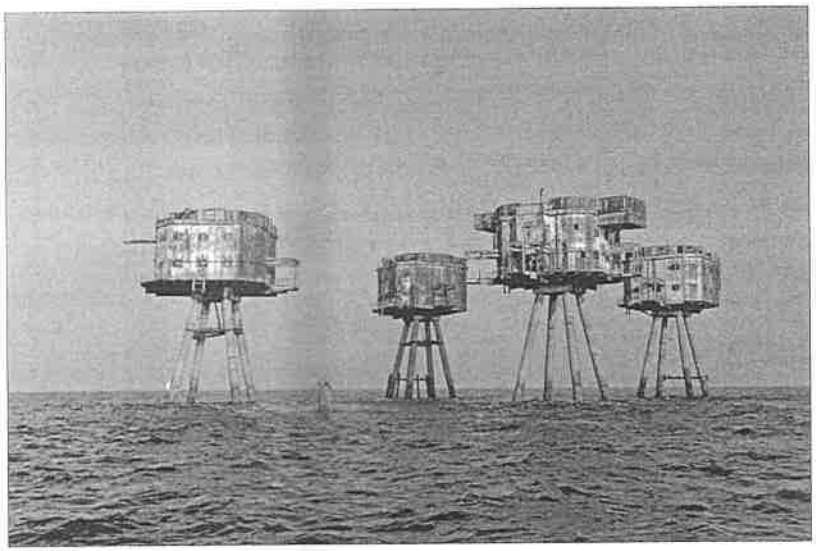
»Slobodno« tržište privuklo je strane investitore, pa je u prosincu iste g dine otpočeo s radom Radio London (*Big L*) na motornom brodu Galax čiji je pokretač bio Amerikanac Don Pierson. Uspjeh i slušanost Caroli poslovnim (i avanturistički orijentiranim) ljudima predstavljala je pra izazov. Pierson je bio uvjeren da će »recept« komercijalnoga američk radija, s »Top 40« (naziv je promijenjen u *Fab 40*), glasnim DJ-ima, rekl mama i suvremenom radiofonskom opremom (džinglovi, špice), izazva pravu revoluciju u engleskom eteru, što se i dogodilo.

Većina DJ-eva koji su radili u tim piratskim projektima bila je »uvezena« Amerike, čime je britanska *pop*-scena dobila uzore za rad. Američki engl ski jezik odlično se uklopio u ukupnu sliku pirata, a slušanost tih program ubrzo je afirmirala niz novih izraza. Afirmacija »međunarodne pop-term nologije« (engl. *international pop-speak*) šezdesetih je godina globalizira široku publiku na oba kontinenta, Europi i Americi (Morris, 1999:54).

Jug Otoka tako je sljedećih godina mogao birati što će slušati u bogat ponudi piratskih radija kao što su Radio Caroline South, Radio Londo Radio 390, Swinging Radio England i Britain Radio. Sjeverni je dio Ot ka bio izložen emitiranju Radio Caroline North i Radio 270, dok je Šk ska mogla slušati Radio Scotland.[217]

Unatoč romantičnoj i/ili pobunjeničkoj auri koja je pratila piratsko em tiranje, pružajući iluziju kako su u otklonu od svakoga službenog stav pirati su se povremeno priklanjali izuzetno »normalnim« i pristojni normama ponašanja. Primjerice, na dan pokopa Winstona Churchill 24. siječnja 1965. godine, obje su Caroline suspendirale redovit progra i emitirale klasičnu glazbu, dok je Radio London prestao s emitiranjem vrijeme pogrebne ceremonije.

[217] The Pirates Set Sail, http://radio.eric.tripod.com (preuzeto u siječnju 2009.).



Slika 54. Shivering Sand: lokacija offshore *radija*

Uz brodove, pirati su naselili i napuštene obalne vojne stražarnice koje su završetkom Drugoga svjetskog rata i odlaskom vojske imale nejasan vlasnički status. Podjednako nejasnom odlukom neke od njih našle su se u pojasu međunarodnih voda, što ih je činilo idealnom pozicijom za emitiranje piratskih programa.

Najzanimljivija od svih jest lokacija Maunsellove utvrde (*Maunsell Sea Army Forts*), prema imenu projektanta Guya Maunsella. Uz morske obrambene linije, 1942. godine, sagrađena je zračna obrana, niz građevina koje sliče stražarnicama, a međusobno su povezane mostovima. Ti su pontoni nosili naoružanje, u pravilu namijenjeno protuzračnoj obrani. Na ulazu u estuarij Temze nalaze se utvrde Red Sands, Shivering Sands i Great Nore. Dovršene su 1943., a završetkom rata vojska ih je napustila i odnijela naoružanje. Nakon neuspješnih pokušaja prodaje, od njih je odustala i britanska vlada, pa su bile prepuštene moru i vremenskim uvjetima. Great Nore više ne postoji, dok druge dvije utvrde za sada odolijevaju vremenskim uvjetima.

Početkom svibnja 1964. s lokacije utvrde Shivering Sands (Slika 54.) počelo je emitiranje radiopirata Radio Sutch. U rujnu iste godine promijenio je

vlasnika i postao Radio City (*the tower of power*) koji je emitirao do 1967. godine. Utvrda Red Sands udomila je program Radio Invicta.

Međutim, nisu svi piratski radioprogrami bili podjednako slušani ni popularni. Oni s najjačom čujnošću nosili su zaradu svojim vlasnicima. Ostali su se snalazili dok je bilo volje za taj poprilično osamljenički i naporan posao. Već nakon nekoliko tjedana boravka na brodu ili stražarnici mnogi su odustajali i gasili odašiljače.

Radiopiratstvo, osobito projekti poput Caroline i Radio Londona, nisu bili plod trenutnog nadahnuća, već precizno osmišljene poslovne investicije. Stoga su se tako dugo i održali. Međutim, unatoč romantičnoj auri koju su širili, čestim gostima i općenito popularnošću koju su stekli, posao je bio naporan i monoton. Brodovi se nisu micali iz međunarodnih voda, mnogi su djelatnici patili od morske bolesti, a raspoloženje je često ovisilo i o vremenskim prilikama. Snažne su oluje dodatno pogoršavale situaciju. Radijske postaje smještene u željeznim utvrdama na estuariju, stradavale su od udaraca gromova. Upravo zbog loših uvjeta rada česti odlasci, dolasci i odustajanje od daljnjeg rada na brodu ili u utvrdi bili su uobičajeni.

Ipak, programi su se odvijali i svakim danom privlačili sve više slušatelja. Uprave obalnih gradića na lokacijama gdje su emitirali ubrzo su ih počeli doživljavati kao lokalnu atrakciju koja je privlačila turiste. Međutim, slično kao i u Americi, i na engleskim piratskim postajama pojavio se problem korupcije. Diskografske su kuće počele plaćati za uvrštavanje nekih njihovih hitova na »Fab 40«. Takva »poslovna« politika uskoro je izazvala nezadovoljstvo kod manjih ilegalnih postaja, osobito kod manje popularnih DJ-eva, koji su postajali sve glasniji tvrdeći da se time gubi smisao piratskih radijskih programa.

Do 1966. godine Engleska je imala više od dvanaest »stalnih« piratskih radijskih postaja (Soley, Nickhols, 1986:5). Osim toga otvoreno su ih podržavali mnogi poznati i ugledni izvođači, pa tako i Beatlesi koji su sredinom šezdesetih bili vrlo popularan sastav. Zarade su postale toliko unosne da je neminovno došlo do međusobnih obračuna, pa je ubojstvo Rega Calverta, vlasnika Radio Cityja, dalo dobar povod za državnu intervenciju u ukupnu situaciju.

U kolovozu 1967. stupio je na snagu Marine Broadcasting (Offences) Act, zakon kojim je svaka suradnja u opskrbi brodova te oglašavanje na

piratskim programima proglašeno protuzakonitim. Uskoro su svi programi jednostavno zamrli osim Caroline koja se održala još neko vrijeme, opskrbljujući se s brodova pod nizozemskom zastavom. U ožujku 1968. brod je morao uploviti u amsterdamsku luku zbog neplaćenih troškova.

U pokušaju popunjavanja praznine u eteru koja je nastala ušutkavanjem pirata, u rujnu 1967. godine BBC je utemeljio novi program »Radio One«. Unatoč naporima programu je nedostajalo originalnosti i kreativnosti za programske iskorake u stvarnoj modernizaciji sadržaja. BBC je učinio iskorak prema lokalnim programima, osnivajući čak osam novih radijskih postaja koje su djelovale na određenim područjima. Međutim, sve to nije bilo dovoljno jer je publika tražila sadržajne promjene.

Nakon prestanka rada piratskih radija velik se broj radijskih djelatnika, pa i vrlo popularnih DJ-eva, našao bez posla. Umjesto pirata na moru odlučili su se za kopnenu radijsku ilegalu. Slijedile su ih nove generacije tinejdžera koje su s oduševljenjem prihvatile ideju o kopnenoj nelegalnoj djelatnosti koja je s obzirom na radijski monopol BBC-a imala čak i smisla.

Nered u eteru se nastavljao, a sporadične policijske akcije isključivanja malih odašiljača i gašenja amaterskih programa rezultirale su objedinjavanjem malih u veće projekte kao što su Radio Free London, Radio Jackie i Kaleidoscope. Sva tri programa emitirana su iz Londona, na srednjem valu, a zanimljivo je da nisu išli izravno u eter. Naime, ukupan je program bio snimljen i potom samo »pušten« u eter. Višegodišnje rasprave, nadmudrivanja i progoni ilegalaca riješeni su 1973. godine, kad je napokon dopušteno osnivanje nezavisnih i komercijalnih radijskih postaja u Velikoj Britaniji. Time je zauvijek završio monopol koji je BBC imao gotovo pedeset godina.

Piratska se tradicija obnovila osamdesetih godina, ali zbog afirmacije određenih glazbenih trendova. Prema Barbrooku (1992.), u jednom tjednu ljeta 1989. godine u Londonu je emitiralo 35 piratskih postaja, što se objašnjava i niskom cijenom odašiljača kućne izrade. Nakon policijske akcije traganja i isključivanja ispostavilo se kako je akcija skuplja od opreme. Naime, odašiljač male snage nije trebao biti veći od obične građevinske cigle. »Pročešljavanje« etera u potrazi za ilegalnim programima postalo je preskupo jer su se odmah nakon isključenja uključivale nove postaje. Postala je to igra mačke i miša koja je uveseljavala slušatelje i poticala maštu, a službene organe ljutila.

Ilegalno se emitiranje događa i danas, uglavnom po najvećim gradovim poput Londona, Birminghama, Leedsa i Manchestera. U suradnji s pol cijom 2007. i 2008. godine obavljene su čak 43 racije po brojnim studij ma i zaplijenjeno 838 ilegalnih odašiljača. Samo u jednom studiju uhić ne su tri osobe, zaplijenjena 22 ilegalna odašiljača i upozoreno 20 noćni klubova koji su se reklamirali na njihovim frekvencijama. Svatko tko j na bilo koji način u vezi s ilegalnim emitiranjima, krši zakon, a to se o nosi i na oglašivače u programima. Kazna može biti zatvorska, i to u tr janju do dvije godine.[218]

Kratka i intenzivna pojava radijskih pirata odlučila je daljnji razvoj br tanske radiofonije. Unatoč svim negativnostima uspjeli su u namjeri j se uskoro otvorio prostor za komercijalne radijske programe. Time je br tanska, ali i većina drugih europskih radiofonija, ušla u novu fazu razvoj Danas je dualizam javnih servisa i privatnih *broadcastera* uobičajen.

6.2.2. Komercijalizacija

Nacionalne radiotelevizijske kuće većine europskih država početkom se damdesetih godina 20. stoljeća već su prošle proces »odvajanja« od drža ve i definirale se kao javna služba radi zaštite i promoviranja javnog in teresa. Zamišljene su kao odgovorni i nepristrani javni servisi, javno fi nancirani i nadzirani. Međutim, iako dobro zamišljeni, u praksi se njiho rad tek mogao izolirati od političkih utjecaja i državne politike. U pravi lu veliki, pa i tromi sustavi nisu raspolagali dovoljnom svježinom i otvo renošću pa ni zanimljivošću koja bi privukla mlađu publiku. Državne s vlasti bile suočene sa sve glasnijim zahtjevima za otvaranjem medijsko prostora komercijalnoj radiofoniji.

Britanska je radiofonija među prvima, a upravo na tragu slavnih radio pirata, bila izložena izrazito jakim zahtjevima za liberalizacijom radiofo nije. Nositelji takve inicijative bili su velikim dijelom oglašivači koji su dolasku komercijalnih programa uvidjeli priliku za zaradu. Vlada je pal s druge strane u tome vidjela rješenje za ukidanje svih postojećih ilegal nih emitiranja i demotiviranje novih, sličnih ambicija. Osim toga popuni ti frekvencijski spektar s komercijalnim programima značilo je prebacit

[218] The modern reality of the pirate radio, www.ofcom.org.uk (preuzeto u veljači 2009.).

problem ilegalnog upadanja u eter na one kojima bi takvi postupci izravno nanosili štetu. Ne manje važna bila je i naplata autorskih prava što ilegalci nisu plaćali. Općenito, bili su državi u cijelosti neisplativi jer su izbjegavali sve troškove emitiranja, od najamnine prostora do raznih državnih taksi. Legalno je emitiranje bilo skupo, pa je državi zapravo bilo neusporedivo isplativije.

Nekako u to vrijeme pojavio se sektor nekomercijalnih programa koji su općenito nazvani *community* radijima. Zbog male čujnosti i nekomercijalnog usmjerenja mogli su emitirati bez obzira na zakonska ograničenja. Predstavljali su i štitili javni interes manjih sredina, pri čemu ipak nisu mogli zadovoljiti publiku koja je htjela više zabavnih sadržaja.

Iako je na području televizije duopol postojao još od 1955. godine (ITV), radijski je medij čekao sve do 1973. godine. Dozvolom za uspostavu komercijalne radiofonije otpočela je tržišna utakmica u kojoj BBC više nije bio jedini i nedodirljivi vladar britanskog etera. Danas komercijalni sektor britanske radiofonije broji 350 postaja, čiji rad nadzire Agencija za komunikacije (*Office of Communications*) ili kraće Ofcom.[219] Agencija je uspostavljena krajem 2003., kao krunska organizacija koja je preuzela ovlasti dotadašnjih regulatora. Odgovorna je za postojeće radijske i televizijske licencije, digitalne i internetske servise te *community* radio.

Primjer Velike Britanije slijedile su i druge zemlje pa je Italija donijela sličnu odluku 1975. godine, slijedila je Španjolska (nakon Francove smrti), zatim Francuska 1980., Finska i Njemačka 1985., Norveška 1988. godine itd. Poljska, Mađarska, Češka i Slovačka trebale su pričekati političke promjene u svojim zemljama kako bi demokratizirale prostor elektroničkih medija. Procesi su počeli devedesetih godina. Zadnja europska zemlja koja je dopustila osnivanje komercijalnih radijskih postaja bila je Austrija. Monopol ORF-a (*Österreichischer Rundfunk*) postojao je sve do 1995. godine kad su nakon dugih i burnih rasprava utemeljene prve dvije privatne i komercijalne radijske postaje u Salzburgu i Styriji, a do 1998. godine proradilo ih je još 43. Dualizam u radiofoniji danas ima i trećeg člana, nekomercijalne radijske postaje koje sebe nazivaju trećim sektorom (Kelly, Mazzoleni i McQuail, 2004.).

[219] www.ofcom.org.uk (preuzeto u veljači 2009.).

Komercijalizacija programa u cijelosti je izmijenila radiofoniju europskih država. Program je postao predmet trgovanja, roba koja traži kupca. Budući da se radijski medij tada jasno profilirao kao moćan promotor diskografske industrije, bilo je samo po sebi razumljivo da će »roba« uglavnom biti glazbena. Uz kratke vijesti, većina se komercijalnih postaja opredijelila za neki od glazbenih formata kojima su traženi »kupci« bilo kao slušatelji ili bilo kao oglašivači. Naravno, većina formata išla je u smjeru najpopularnijih vrsta glazbe, uglavnom *rock*- i *pop*-formata s pratećim podvrstama.

U utrci za oglašivačima, pri čemu su najcjenjenija roba bili upravo zabavni sadržaji, komercijalni je radio zanemario velik dio programskih sadržaja iz mješovite informativno-obrazovne domene. Time je pretvoren u pukoga glazbenog posrednika. Raspolažući s već uobičajenom mobilnošću, što je bio rezultat tranzistorske tehnologije, uskoro više nije bio senzacija i novost, već sve više glazbena kulisa, pozadinski zvuk i neobvezujući zabavljač. Temeljne medijske komponente poput brzine i aktualnosti bile su obezvrijeđene. Bila je to cijena komercijalizacije.

Uz sadržajne manjkavosti, komercijalizacija je vodila i u smjeru okrupnjavanja medijskih grupa i tvrtki. Budući da se pokazala unosnim biznisom slijedom ekonomske logike bilo je jasno kako se podjednaki programski sadržaji mogu ponuditi na svim razinama. Razlika je bila jedino u količini i vrsti reklama kojima su se punili programi različite čujnosti (lokalni, regionalni, nacionalni). Slijedilo je umrežavanje postaja u vlasništvu iste medijske grupacije ili tvrtke. Takav je postupak pridonio dodatnoj programskoj unificiranosti, pri čemu je lokalne programe postalo teško razlikovati. Tomu još treba dodati da su se mnoge *community* postaje »zarazile« privlačnošću komercijalnih programa, zanemarile razloge i cilj svojeg postojanja i uvele reklamne sadržaje.

Na prijelazu stoljeća ponovno je reaktivirana ideja lokalnog radija usmjerenog na služenje i zaštitu javnog interesa u manjim zajednicama. Zbog dostupne i jeftine opreme za emitiranje, osobito kad je riječ o odašiljačima malih snaga, opet je oživljena ideja i svrha pravih *community* radija.

Njihov rad danas uređuju tri zakona, i to *Community Radio Order* iz 2004., *Communications Act* iz 2003. i *Broadcasting Act* iz 1990. godine. Temelj za dodjelu dozvole za emitiranje čini *key commitments* (ključni

obveze, glavni sadržaj, misija) koji svaki tražitelj dozvole mora detaljno obrazložiti. Programski sadržaji počivaju na volonterskom radu (u prosjeku 73 volontera po postaji), a novac potreban za emitiranje pribavlja se raznim javnim natječajima[220] (45 posto), donacijama (12 posto) i ugovornom suradnjom s lokalnim vlastima (11 posto). Oglašavanje u eteru je ograničeno kako se ne bi ugrozila komercijalna radiofonija, pa tako *community* radiji iz reklama prosječno ostvaruju oko 18 posto novca potrebnog za rad postaje, a mnogi ih uopće i ne emitiraju.

Prema podacima iz Godišnjeg izvještaja[221] o radu, danas na području Velike Britanije emitira čak 191 *community* radio. Većina ih emitira opći programski sadržaj namijenjen lokalnom auditoriju na području emitiranja, i to u manjim gradovima (18 posto) te gradovima u ruralnim područjima (41 posto). Uz takve programe postoji i niz specijaliziranih poput sadržaja za manjine (14 posto), za mladež (9 posto) te za vjerske zajednice (7 posto).

Zaključno, većina europskih radiofonija danas ima sličnu sliku koja se temelji na javnim servisima te komercijalnoj i *community* radiofoniji. Međutim, treba voditi računa o nekoliko različitih aspekata. Prvo, treba uvažavati specifičnosti svake države, primjerice veličinu teritorija i regionalni razvoj, politiku i gospodarstvo, višejezičnost i višekulturalnosti, te gospodarske i tehnološke pokazatelja. Drugo, treba voditi računa o stupnju tehnološke razvijenosti. Digitalizacija i multimedijsko okruženje otvaraju nove mogućnosti emitiranja i rezultat se već vidi. Uz »zemeljske« radijske postaje, postoji bogata ponuda satelitskih radija te radija na internetu. Treći element u sagledavanju ukupne slike predstavlja vlasništvo nad radijima, odnosno najčešće koncentracija vlasništva koja se na prijelazu stoljeća očitovala u dominaciji pojedinih medijskih kompanija ili grupa. Jedan dio tih kompanija izrazito je nacionalan i ne prelazi državne granice prostora na kojem djeluje. Međutim, u mnoge su europske radiofonije ušli višenacionalni medijski divovi koji uz vertikalnu raspolažu i horizontalnom koncentracijom vlasništva nad brojnim medijima, nakladnicima, diskografskim kućama i internetskim *providerima*.

[220] Sredstva daje Ministarstvo kulture, medija i sporta, a dijeli ih Ofcom.

[221] Community Radio: Annual Report on the Sector, http://ofcom.org.uk/radio/ifi/rbl/commun_radio/cr_annualrpt (preuzeto u ožujku 2009.).

Stabilno je financiranje od ključne važnosti za rad javnih servisa. Najrašireniji model financiranja jest tzv. mješoviti koji se temelji na pretplati i oglašavanju u programima. Vrlo je mali broj javnih servisa koji ne emitiraju reklame. To su primjerice BBC, skandinavske zemlje te belgijski javni servis (samo flamanski dio). Ipak, i među njima postoje izvjesne različitosti (posebno u visinama pretplate) kojima se nastoji osigurati kontinuiranc financiranje kako bi se servis mogao dalje razvijati i unapređivati.

Početkom 21. stoljeća digitalno okruženje otvara brojna pitanja o budućnosti javnih servisa. Aktualne rasprave usmjeravaju se na nekoliko glavnih tema poput prepoznatljivosti, financiranja i upravljanja pa do prilagodbe novim tehnologijama koje bi javne servise trebale učiniti transparentnijima i atraktivnijima u ponudi. Isto tako je važno pitanje publike odnosno slušatelja, jer u uvjetima segmentiranja opravdano je postavit pitanje trebaju li javni servisi i dalje biti tržišno zaštićeni i privilegirani u svojemu radu. Danas, jače nego ikada prije, javni servisi moraju opravdat svoje postojanje. Ubrzo će se pokazati, već u idućoj dekadi, ima li postojeći europski koncept javnih servisa budućnost ili ne (Bardoel, d'Haenens 2008:351-352, Jakubowitz, 2006).

7. RADIO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Ovo poglavlje obuhvaća više od šezdeset godina radiofonije u Hrvatskoj. Naj duža faza bila je za vrijeme jugoslavenske federacije kad je radijski medij bic pod izravnom kontrolom države i političkog aparata, koja je počela završet kom Drugoga svjetskog rata i proglašenjem Federativne Narodne Republik Jugoslavije (FNRJ) u studenom 1945. godine. Nova je država bila federacij sastavljena od šest republika, a glavnu je kohezivnu snagu predstavljao sna žan jednopartijski sustav. Vođena je čvrstom rukom Saveza komunista, pr čemu je ukupna medijska politika bila u funkciji službene ideologije. Snažn se oslanjala upravo na radio jer je tzv. zvukovna propaganda bila vrlo važn zbog visokog postotka nepismenog stanovništva (30 posto).

Nije bilo dvojbe o ulozi radija u društvenom razvoju budućega socijali stičkog društva. Medij je imao važnu i strogo određenu ulogu koju su m brojnim aktima, pravilnicima i zakonima propisale najviše političke dr žavne strukture. Programska je politika bila u izravnoj vezi s politikon

Saveza komunista Jugoslavije, čije su se odluke morale bespogovorno provoditi. Radio je, u takvom okruženju, izgubio svoj medijski smisao i postao samo vrsta snažnog zvučnika za objavu političkih poruka.

Šezdesetih godina počelo je osnivanje lokalnih radijskih postaja, izvan sustava službene državne radiofonije. Smatralo se da će radio unaprijediti kvalitetu života u manjim sredinama i utjecati na njihov javni i društveni život. Naravno, postaje su osnivane pri političkim tijelima ili zajednicama kao društveno vlasništvo. Tijekom tih godina hrvatska je radiofonija obogaćena za pedesetak novih radija.

Početkom 1971. Hrvatsku je zahvatio nacionalni zanos koji je doveo do masovnog pokreta nazvanog Hrvatsko proljeće. Nakon sjednice u Karađorđevu (30. studenoga i 1. prosinca 1971.) hrvatsko je partijsko rukovodstvo okrivljeno za jačanje nacionalizma te je smijenjeno. Radio i televizija su znatno čvršći nego prethodnih godina, stavljeni pod svakovrsni nadzor. Samoupravljanje i samoupravljačko društvo, radni kolektivi, radnički savjeti, komiteti, uloge i zadaci, idejno obrazovanje i tomu slične teme dominirale su u svim programima. Medija u privatnom vlasništvu nije bilo.

Osamdesetih je godina federacija zapala u duboku političku i gospodarsku krizu. Slijedom tih kretanja ni radiofonija nije predstavljala izuzetak. Bilo je to vrijeme stagnacije. Tijekom jeseni 1987. aktualna je srpska politika iznjedrila novog vođu Slobodana Miloševića, nositelja ideje o Velikoj Srbiji. Početkom siječnja 1990. uslijedio je raspad Saveza komunista i uskoro su raspisani prvi višestranački izbori u svim republikama.

Nakon izbora u svibnju 1990. godine u Hrvatskoj je pobijedila Hrvatska demokratska zajednica (HDZ) pod vodstvom dr. Franje Tuđmana. Godinu poslije referendumom[222] je odlučeno da će se Hrvatska izdvojiti iz federativne jugoslavenske zajednice. Dana 25. lipnja 1991. Sabor Republike Hrvatske usvojio je Ustavnu odluku o suverenosti i samostalnosti Republike Hrvatske. Time je završena federacijska faza hrvatske radiofonije. Uslijedio je raspad Jugoslavije i rat u Hrvatskoj.

Na temelju usvajanja međunarodnih[223] smjernica krajem 1990. godine, kad Hrvatska još nije bila članica Vijeća Europe, mogla se očitati politička

[222] Referendum je proveden 18. i 19. svibnja 1991. Odazvalo mu se 85,5 posto glasača, od kojih se 93,2 posto izjasnilo za suverenu Hrvatsku.

[223] Rezolucija o prihvaćanju akata Vijeća Europe o slobodi izražavanja i informiranja, što je uključivalo i Deklaraciju o slobodi izražavanja i informiranja iz 1982. godine (više o tomu kod Peruško, 1999.).

volja za strukturiranjem medijskog sustava u skladu s europskim kriterijima. Međutim, tijekom tih ratnih, a i poratnih godina hrvatska se medijska politika formirala bez posebno razrađenih razvojnih smjernica. Mogla se tek iščitati iz spomenutih međunarodnih dokumenata, relevantnih ustavnih odredbi (1990.) te zakonskih prijedloga i rasprava provedenih tih godina u Saboru (Peruško, 1999:195-6).

Tako (ne)određena i nesigurna manifestirala se u tri prva zakona kojima su postavljeni okviri iako bi se prije reklo da su bili platforme za daljnje promjene. Riječ je o Zakonu o javnom informiranju[224] (1992.), Zakonu o Hrvatskoj radioteleviziji (1990.) i Zakonu o telekomunikacijama (1994.).

Za područje radiofonije Zakon o telekomunikacijama značio je početak potpuno novih odnosa. Predstavljao je pravni temelj za ulazak privatnog vlasništva u radijsko i televizijsko emitiranje. Jedini izuzetak bila je Hrvatska radiotelevizija koja je od početka shvaćena kao najvažniji medij u državi, o čemu dovoljno govori i česta promjena[225] »njezina« zakona.

Uspostavom komercijalne i privatne radiofonije započeo je proces demokratizacije elektroničkog prostora. Danas na području Republike Hrvatske emitira više od 150 radijskih postaja, čiji su vlasnici trgovačka društva. Postaje emitiraju na temelju dodijeljene koncesije, na način i pod uvjetima određenim zakonom i pratećim pravilnicima. Hrvatska radiotelevizija ima status javne ustanove i vlastiti zakon. U njezinu se sastavu nalazi i Hrvatski radio sa osam regionalnih radijskih centara.

Nakon kratkog uvoda u širi društveni i politički kontekst zbivanja potrebno je detaljnije izložiti spomenute promjene u radiofoniji. Prvu i najdužu fazu čini razdoblje od 1945. do 1991. godine.

7.1. Radio Zagreb od 1945. do 1991.

Od svibnja do rujna 1945. godine program Radio Zagreba bio je skup improvizacija bez konkretne sheme, ali s osnovnom karakteristikom radikalne politizacije. Dominirali su ruski i općenito slavenski skladatelji te borbene i druge pjesme i skladbe nastale u vrijeme Narodno-oslobodilačke

[224] Ovaj je zakon srušen na Ustavnom sudu, a novi je usvojen 1996. godine.

[225] Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji doživio je najbrojnije izmjene u ukupnom medijskom zakonodavstvu Hrvatske. Mijenjan je 1991., 1992., 1993., 1996, 1998. i 2001. Sada je aktualan zakon iz 2003. godine, ali se 2010. godine očekuje novi tekst.