

III  
FLEŠ IZVEŠTAJ

# JAVNI SERVISI, DECA I MLADI

Analiza programa Radio-televizije Srbije i  
Radio-televizije Vojvodine  
(januar-jun 2016)

OKTOBAR  
MMXVI

Dragana Todorović – Jelica Nikolić  
msr Nataša Starčević – msr Nataša Šaru

## RADIO-TELEVIZIJA SRBIJE

**P**rvi program Radio Beograda, odnosno njegova Redakcija programa za decu i mlade nije menjala svoju programsku šemu već pet godina. Od 1996. do 2011. godine ovaj program emitovan je u prepodnevnom terminu od 9 do 10 časova, a od 2011. program za decu emituje svoj program u terminu od 13 do 14 časova. U ovom terminu se emituje program koji se pod jednim imenom zove „Familiologija“, ali je svaki dan rezervisan za drugu emisiju. Tako se ponedeljkom emituje kolažni format „3 puta 3“, koji se vrlo često snima i van studija. Utorkom je na programu emisija „Iz drugog ugla“, namenjena tinejdžerima i fokusirana na kulturu. Emisija pod nazivom „Familiologija“, posvećena porodici i svim aktuelnim temama iz ove oblasti, emituje se sredom. Emisija „Korak ka nauci“ takođe je kolažnog tipa i ima tradiciju dugu 21 godinu; obraća se najpre tinejdžerima koji su zainteresovani za nauku. Svakog petka u pomenutom terminu tinejdžeri i mladi, ali i deca, mogu da slušaju emisiju pod nazivom „Rokjumentarac“, ukoliko ih zanimaju dokumentarne emisije u vezi sa muzikom. Što se tiče jutarnjeg programa, Radio Beograd je počeo sa reemitovanjem emisije „Dobro jutro, deco“ u trajanju od pet minuta svakog dana od 7.05h. Redakcija je kao novinu uvela igrano-dokumentarnu formu pod nazivom „Avantura crva Pere“, što je deo programske šeme od 1. septembra 2015. godine. Subotom je na programu emisija „Iz tinejdž ugla“, a nedeljom jednočasovna emisija „Poštovana deco“, koja postoji već 30 godina.

U okviru monitoringa koji je sproveden od januara do juna 2016. godine, analizirano je šest emisija koje su emitovane u istom terminu (od 13 do 14h) na Prvom programu Radio Beograda. Urednica Programa za decu i mlade u Radiju Beograd je Vesna Ćorović Butrić.

Emisija „Poštovana deco“ bila je menjana u prethodnih 30 godina u smislu rubrika ili termina, ali uvodna špica ostala je ista. U vreme kada je nastala, bila je to prva kontakt emisija za decu. Autori i voditelji su pozivali slušaoce da se uključe u program, ali u okviru ovog monitoringa nije zabeleženo nijedno tonsko uključenje.

Emisije su namenjene deci od 10 do 14 godina, u zavisnosti i od teme kojom se bave i od samog pristupa. Za svaki uzrast emituju se po dve emisije nedeljno, usklađene sa uzrastom dece koja govore o zadatim temama. U četiri emisije aktivno učestvuju deca od 6 do 12 godina, a u dve tinejdžeri, kao i pet stručnjaka, koji su zajedno govorili o različitim temama.

Obe emisije, „Poštovana deco“ – koja najpre predstavlja razgovor u studiju, kao i „Tri puta tri“ – koja je kolažnog tipa, imaju svoje rubrike, koje su češće, ređe ili stalne. Rubrika „Zaštolog“ je osmišljena kao skeč, odnosno kratka igrana forma koja se pojavila pet puta, kao unapred osmišljena na sličnu temu koju ima cela emisija. Rubrika „Šumski dopisnik“ je izveštaj iz prirode na zadatu temu, koji je uvek dat u vidu telefonskog javljanja, što emisiji daje posebnu živost i takav izveštaj zabeležen je četiri puta. Jednom je kao deo emisije emitovana kratka priča sa ciljem da se skrene pažnja na važnost događaja „na današnji dan“, što se postiglo prepričavanjem u formi kratke priče.

Muzika koja upotpunjuje ovaj program najčešće je prava dečija muzika, u 50% slučajeva, dok je ostatak popularna omladinska muzika (38%) ili nemarkirana muzika (13%), što adekvatno upotpunjuje program. Muzičke pauze su kratke, u trajanju od tri do pet minuta i ima ih tri ili četiri u toku jedne emisije. Ovo je pokazatelj da autori i urednica više pažnje poklanjaju razgovornom nego muzičkom delu programa, a diskusija se ostvaruje kroz razgovor o deci i sa decom. Sve muzičke pauze bile su usklađene uzrastu kojem je emisija namenjena.

Pristup koji su autori programa izabrali najčešće je bio *učenje kroz igru*, kao tema programa u 50% slučajeva, bilo da se govori o tome kako deca uče o preradi vune i pletenju na Zlatiboru ili govore o umetnicima naučnicima koji su potekli iz Vršca. Sport je takođe tema koja je bila zastupljena u jednoj od posmatranih emisija, ali i umetnosti u vidu lutkarstva ili dramskih sekcija i pozorišta imale su svoj prostor u okviru ovog programa.

Svaka od tema nastala je kao posledica medijske inicijative, na koju su govorila deca, tinejdžeri ili razni stručnjaci, poput etnologa, dramskih umetnika, lekara ili trenera plivanja. Njihov odnos prema datoj temi najčešće je bio pozitivan u 70% slučajeva ili neutralan u znatno manjem procentu. S obzirom na to da su govorili jedni o drugima, umetnicima, svojim roditeljima ili onome čime se bave u slobodno vreme, nije bilo povoda da govore u negativnom kontekstu. Retorika u svim emisijama veoma je pozitivna i ima edukativni karakter, jer se promovišu znanje, učenje i ljubav prema umetnosti, kao i ljubav prema sportu i principi zdravog života, što i nalaže uloga javnog servisa kada je program za decu i mlade u pitanju.

Javni servis ovu ulogu ostvaruje i kroz „Školski program“ koji se emituje na programu RTS2, počinje između 7.20 i 7.30 i završava se između 9.45 i 10.20. Redakcija školskog programa RTS-a ove godine obeležava 50 godina rada. Emisije koje su ih obeležile bile su „Tvoja čitanka“, „Hemija u praksi“, „Galilej“, „Šampion vas upozna sa automobilom“,

„Ocene se nigde ne beleže“, „Kocka, kocka, kockica“, kao i mnogobrojne druge. Valja takođe naglasiti, u kontekstu 50. godišnjice, da RTS u poređenju sa ostalim televizijama sa nacionalnom frekvencijom jedini ima ovakvu redakciju.

U okviru monitoringa koji je sproveden od januara do juna 2016. godine, analizirano je 6 emisija.

„Dobro veče, ovo je Mali dnevnik“ rečenica je kojom voditelji započinju svaku emisiju. Ono što je odvoja od drugih jeste činjenica da je u potpunosti realizuju deca – za decu. Teme su raznovrsne, bude radoznalost, objašnjavajući različite fenomene koji su zaintrigirali decu, pa tako nude rešenja „enigmi“ kao što su - zašto je muškarcima omiljen sajam automobila, šta su zdrave navike i sl. Ovo je primer kratke emisije koja je deo školskog programa RTS-a, a predstavlja modernu TV formu koja je postala prepoznatljiva i koja, uprkos tome što je kratka, ostvaruje dugoročne ciljeve šaljući poruku vršnjacima da se mogu poistovetiti sa decom – voditeljima, koji svoje slobodno vreme troše na kreativan način, a mogu i naučiti mnogo novih stvari, koje su predstavljene na njima razumljiv i prijemčiv način.

Pitanje koje se nakon „Malog dnevnika“ nameće jeste zbog čega nemamo više ovakvih emisija? Školski program RTS-a je nesumnjivo kvalitetan u pogledu vrednosti koje promovise, a to su u najvećoj meri ljubav i prijateljstvo, kao i znanje i učenje. Ove vrednosti su lajtmotiv većine crtanih filmova emitovanih u sklopu školskog programa (Kalimero, Snupi, Kloi, Džoni Test, Lav Leon). Ono što je potencijalno jedina negativna vrednost promovisana u ovim segmentima jeste nadmetanje među decom, jer u crtanim filmovima ima rečenica poput „Zašto je on bolji od mene? Čime je on to zaslužio, a ja ne?“ (Kalimero, Kloi), a takođe u „Metli bez drške“ ponekad ima opaski poput „Ta devojčica je bez veze, ja sam bolja od nje“. Jasno je, međutim, da je nemoguće imati potpunu kontrolu nad sadržajem crtanih filmova nezavisnih produkcija.

Sa druge strane, nalazimo da se napredak može ostvariti u pogledu modernijeg pristupa, u tehnološkom smislu, kao i uvođenjem više originalnog sadržaja u školski program. Jedini originalan sadržaj, pored gorepomenutog Malog dnevnika jeste repriza „Metle bez drške“, kao i repriza „Kocke, kocke, kockice“. Ovo su emisije uz koje su rasle mnoge generacije dece, ostale su im u sećanju kao jedan od simbola detinjstva, ali treba se zamisliti nad tim koliko uspevaju da privuku pažnju modernih generacija, koliko današnja deca mogu da se poistovete sa onim o čemu se u tim emisijama govori i koliko vizuelno to može da zadrži njihovu pažnju. Primer ove nedoumice jeste sinhronizovana verzija edukativnog crtano-filma „Bio jednom... čovek“ čija je ideja da pratimo snalaženje istih animiranih likova kroz različite epohe, obiluje istorijskim činjenicama i zanimljivostima. Pretragom informacija o ovom crtano-filmu nalazimo da je prva epizoda emitovana 1978. godine. U eri tableta i smartfona,

kojima barata veliki broj dece, šta je ono što će ih privući televiziji koja prikazuje animaciju koja je daleko manje detaljna i vizuelno bliska njima?

To je ujedno i opšti utisak nakon analiziranja školskog programa RTS-a - sadržaj zbog svoje forme može izgubiti publiku kojoj se obraća. Kvalitetan je i edukativan, ali neophodno je stvaranje originalnog sadržaja koji bi uključio novotarije sa kojima se deca sada svakodnevno susreću, a da istovremeno promoviše vrednosti koje su se promovisale u „starim“ emisijama i crtaćima, jer su one iste i važe u svim epohama, kao postulati po kojima bi se trebalo ponašati i koje bi uvek trebalo poštovati.

## RADIO-TELEVIZIJA VOJVODINE

Javni servis Vojvodine izmenio je programske šeme u jesen 2015. godine – obavljena je reorganizacija redakcije za mlade, uvedene su nove emisije, a televizijska i radijska lica iz prethodnog perioda zamenjena su novim kadrom. Publika Radio-televizije Vojvodine je od početka 2016. godine mogla da prati emisiju za decu „Fazoni i fore“ koja predstavlja oživljavanje ideje nastale 1985. godine, a čiji je tvorac pisac za decu Ljubivoje Ršumović. U novu ponudu uključene su i emisije „Vodič za preživljavanje“ i „Pundravci 2“ – namenjene srednjoškolcima.

U okviru monitoringa koji je sproveden u periodu od januara do juna 2016. godine, korpus čine emisije dečijeg i omladinskog programa RTV-a i RNS-a. Analizirane su dve emisije sa radija, „A sad ja“ i „Tinejdž svet“, dok su sa televizije monitorovane emisije „Vodič za preživljavanje“, „Hajde sa mnom u obdanište“, „Pitam se, pitam se“, „Priče od kojih se raste“ i studentska emisija „Akademac“. Analizirano je ukupno 16 sati programa za decu i mlade na oba medija, a svaka emisija u proseku traje 24 minuta.

Radijske emisije „A sad ja“ i „Tinejdž svet“ predstavljaju proizvod dečije radijske grupe i voditeljke Mirjane Petrušić – ZmajJovane. Uvertiru za emisiju „A sad ja“ čini prikladna dečija muzika – mahom instrumentalna. Nakon špice, voditeljka sofisticiranim glasom postavlja zanimljivo pitanje. Ono je istovremeno uvod u temu koja će biti obrađena, a posle pitanja sledi muzika. Nastavak emisije posvećen je zanimljivostima u vezi sa glavnom temom. Svaki blok informacija se završava muzikom, čime se deci daje mogućnost da pojedine podatke bolje upamte i/ili možda roditelje pitaju za detaljnija objašnjenja. Emisija na vrlo uspešan način pažnju usmerava na najmlađe članove našeg društva. Aktiviranjem dece kao voditelja i sagovornika ističe se značaj deteta i detinjstva. Istovremeno, deci se pruža sloboda da kažu šta osećaju, misle, tj. o čemu razmišljaju. „A sad ja“ je emisija namenjena nižim razredima osnovne

škole a konceptualno je slična emisiji „Tinejdž svet“ – preovlađuje kolažno-magazinska struktura medijskog sadržaja.

Uvodna špica emisije „Tinejdž svet“ namenjene mlađim srednjoškolicima i starijim razredima osnovne škole, već na početku može da zbuni slušaoca-tinejdžera, budući da se na snimku čuju glasovi dece dosta mlađeg uzrasta, u formi vesele dečije pesmice. Kada je u pitanju odabir muzike koja popunjava 60% programa, u prvoj pomenutoj emisiji je ona adekvatna i primerena uzrastu kojem se obraća, dok je u emisiji „Tinejdž svet“ najčešće reč o popularnoj i estradnoj muzici (Zdravko Čolić, evrovizijska muzička scena itd). Odabir tema u emisiji „Tinejdž svet“ nije primereno predstavljen, jer pojedini segmenti, uprkos dobroj zamisli, nemaju odgovarajuću realizaciju. Primer je tema video igara gde dečak iz radijske grupe čita unapred pripremljen tekst, kao voditelj, bez spontanosti i prirodnog toka razgovora.

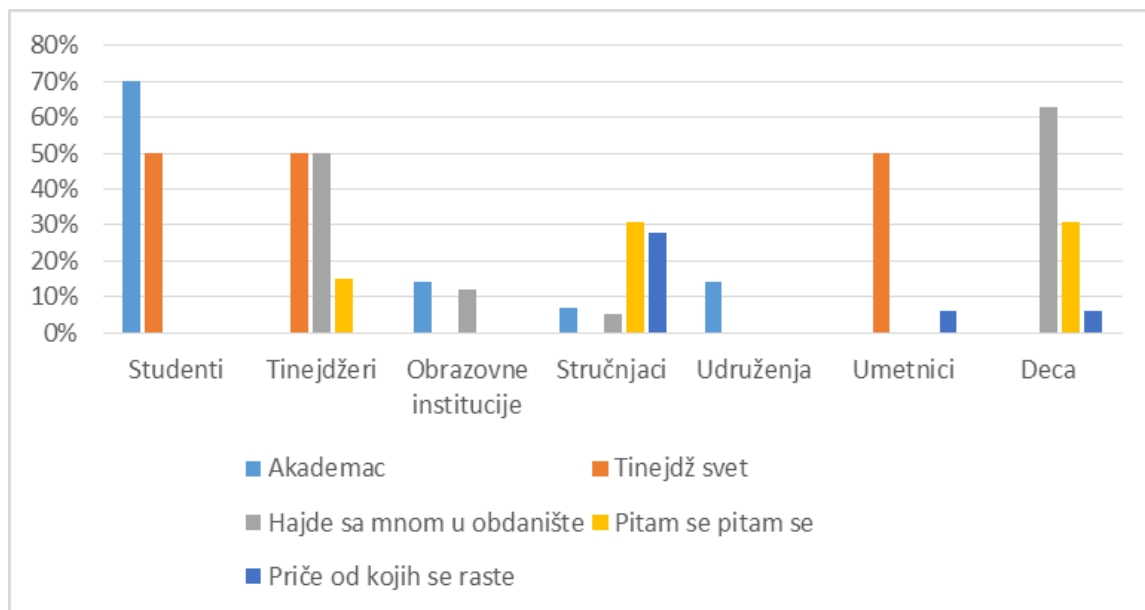
U televizijskom programu RTV-a primetna je želja za osavremenjivanjem sadržaja u cilju približavanja ovog medija dečijoj i omladinskoj publici. Eklatantan primer predstavlja „Vodič za preživljavanje“ – novi serijal Programa za decu i mlade koji se sastoji od video klipova tinejdžera koje oni snimaju mobilnim telefonima i šalju redakciji. Emisiju u potpunosti realizuju tinejdžeri. Pažnja se posvećuje temama koje su od krucijalne važnosti za *savremene* tinejdžere.

„Akademac“ je debatna emisija u kojoj gostuje šest studenata, „glavni gost“ i voditeljka koja svakom gostu-studentu stigne da postavi svega po jedno ili dva pitanja. Tokom 24 minuta ove emisije, teme ostaju nedorečene i površno pokriveno. Analizirano je šest izdanja, u okviru kojih je voditeljka jednolično vodila svaku emisiju. Ova emisija je jedini medijski prostor na kojem studenti dobijaju reč, a studentski predstavnici mesto gde će širiti svoje ideje i razmišljanja.

Analizom je ustanovljeno da je na oba medija dominantan žanr magazinskih emisija. Jedini izuzetak predstavlja „Akademac“ kao primer debatne emisije. Od ukupno sedam analiziranih emisija 75% je magazinskog tipa, što odgovara televizijskom formatu, dok je za RNS primetan nedostatak prilagođenijih formata kao što su dečije muzičke emisije ili radio drame.

U skladu sa primarnom ulogom Javnog medijskog servisa, obrazovanje je najčešća tema analiziranih emisija na oba medija. Osim toga, najveći procenat analiziranih tema se mogao kategorisati kao promocija slobodnog vremena, ali i formiranje i jačanje ličnosti. Televizijske emisije pokušavaju da isprate savremene tokove u obrazovanju – emisija „Pitam se, pitam se“ u središte stavlja značaj i potrebu razvijanja ekološke svesti kod najmlađih članova našeg društva, „Priče od kojih se raste“ je posvećena inkluziji, a „Hajde sa mnom u obdanište“ na zanimljiv način uvodi predškolce u svet znanja.

Analizom subjekata ustanovljen je visok procenat prisutnosti one kategorije gledalaca kojoj je posvećena određena emisija. Npr. glavne aktere emisije „Hajde sa mnom u obdanište“ čine deca predškolskog uzrasta, dok su u emisiji „Akademac“ najzastupljeniji studenti.



Grafikon: Akteri u emisijama

Program pokušava da isprati promene u svim sferama društva i da na njih adekvatno odgovori. Pojedine emisije u potpunosti realizuju ovu funkciju, npr. radijska emisija „A sad ja“ i televizijska „Hajde sa mnom u obdanište“, dok druge emisije još uvek pokušavaju da pronađu pravu meru – „Akademac“ i „Pitam se, pitam se“. Emisija „Akademac“, koja je za vreme monitoringa predstavljala jedini studentski format na javnom servisu, ne prati aktuelnosti, nego pokušava da nametne teme o kojima bi trebalo da se razgovara. Uočena je i neadekvatna obrada sadržaja u odnosu na uzrast publike. U emisiji „Pitam se, pitam se“ glavnu ulogu imaju stručnjaci iz razlikih oblasti nauke, koji na stručan i suvoparan način govore o odabranim temama (ptice, domaće životinje, psi lutalice u gradskim uslovima, i tsl.). Istovremeno, deca – učesnici ove emisije – postavljaju unapred pripremljena pitanja, bez inventivnosti i kreativnosti, kao imanentnih odlika dečije znatiželje.

\* \* \*

Ukupno posmatrano, i RTS i RTV u segmentu dečijeg programa zadovoljavaju osnovne kriterijume predviđene Zakonom o javnim servisima: sadržaji su mahom predstavljeni na adekvatan način, usklađeni su sa uzrastom dece i – uz retke izuzetke – promovišu pozitivan sistem vrednosti, sa fokusom na učenje, solidarnost i zdrav život. Ovakvom postavkom, javni

servisi ostaju jedina brana potpunoj komercijalizaciji dečijeg programa na elektronskim medijima u Srbiji. Sa druge strane, javni servisi se u velikoj meri oslanjaju na reprizni program, što je opravdano kada je reč o promociji univerzalnih vrednosti, ali istovremeno (manje ili više) upada u zamku deaktuelizovanosti. Serije za decu iz sedamdesetih ili osamdesetih godina 20. veka po mnogim kriterijumima predstavljaju „zlatni standard“, ali ne mogu da odgovore na sve izazove sa kojima se suočavaju deca 21. veka – poput pitanja privatnosti u onlajn sferi, problema sajber nasilja i slično. Nove sadržaje za decu na RTS-u i RTV-u trebalo bi kreirati uz oslanjanje na bogatu tradiciju dečijeg programa bivše Jugoslavije, ali uz inovativne tehničke, vizuelne i pedagoške pristupe. U eri interneta, koji je u potpunosti baziran na dvosmernoj i višesmernoj komunikaciji, javni servisi moraju da osmisle posebne strategije na polju interaktivnosti kako bi izbegli jednodimenzionalnost, te kako bi privoleli decu radijskom i televizijskom programu. ■