

---

---

## СЕМИНАРИ

---

---

Чланак примљен 21. 2. 2007.  
УДК 654.191(497.11):316.422"1918/1941"

Биљана Срећковић

### РАДИО БЕОГРАД У КОНТЕКСТУ МОДЕРНИЗАЦИЈЕ СРПСКОГ ДРУШТВА ИЗМЕЂУ ДВА РАТА<sup>1</sup>

Модернизација подразумева разматрање односа „традиционалности“ и „модерности“, а тумачи се као „глобална трансформација традиционалних, односно стагнантних друштава у динамичне системе“ (Гредељ, 1997; 41).<sup>2</sup> Такође, модернизацију можемо схватити као „процес социјалне промене, при коме мање развијена друштва прихватају карактеристике уобичајене код развијених друштава“ (Марковић, 1990; 8).<sup>3</sup> Појава модернизације, дакле, упућује на „друштвени развој“, те „згушњавање процеса социјалне диференцијације и непрекидно мењање унутрашњих и спољашњих услова друштвеног система“ (Гредељ, 1997; 41).<sup>4</sup>

Парадигматичан пример за сагледавање процеса модернизације у првој половини 20. века јесте медиј радија.<sup>5</sup> Радио се најпре јавио као сред-

---

<sup>1</sup> Напомињемо да је овај рад настао на петој години студија музикологије, школске 2005/2006. године, под менторством др Весне Микић, којој овом приликом захваљујемо на помоћи и сарадњи.

<sup>2</sup> Теорија модернизације била је посебно актуелна шездесетих година 20. века, а након тог периода омаловажавана је као „идеологија западног империјализма“ (Berger, 1992, нав. према: Гредељ, 1996; 239). Пола века касније проблем модернизације је поново постао предмет интересовања.

<sup>3</sup> Теорија модернизације и њена примена на сагледавање живота у Београду између два рата тема је магистарског рада Предрага Ј. Марковића под називом *Европски утицаји на процес модернизације Београда 1918–1941*. (детаљ.: Марковић, 1990). Ова студија била је полазиште за наше проучавање процеса модернизације.

<sup>4</sup> На појаву модернизацијског процеса упућују следеће формалне карактеристике: утицај страног капитала, раст економске партиципације (изражен растом дохотка по глави становника), осећање националне припадности, политичка партиципација (која се очитује у гласању становника), секуларизација (одвајање религије од државе), повећана социјална диференцијација, индустријализација, урбанизација, велика емпатија, ширење писмености и средстава масовног комуницирања (Марковић, 1990; 11; Гредељ: 1996; 242).

<sup>5</sup> У даљем тексту, када мислимо на радио као медиј користимо мало почетно слово, док ћемо за радио као институцију користити велико слово.

ство за комуникацију, упоредо с појавом телеграфа и телефона, у контексту развоја индустријског капитализма крајем 19. века (Middleton, 1990; 84).<sup>6</sup> Тек у другој деценији прошлог века радио је добио специфичну форму („broadcasting“) и нову друштвено-социјалну функцију, односно постао је масовни медиј (Middleton, 1990; 84).<sup>7</sup> Експанзија радија као средства масовне комуникације допринела је бржем и ефикаснијем продирању напредних модела у традиционална друштва, те су пратећи радио програм слушаоци постајали учесници у модернизацији на нивоу локалног, односно глобалног културног простора (Марковић, 1990; 102).<sup>8</sup> У том смислу било би значајно установити колико је развој радија и радио-технологије утицао на модернизацију српског друштва, односно београдске културне средине.<sup>9</sup>

Разматрање овог проблема је оправдано ако имамо у виду да је крајем двадесетих година 20. века у Београду основана прва јавна радио-станица – Радио Београд, што указује на чињеницу да је српско друштво било укључено у модернизацијски процес.<sup>10</sup> Стога ћемо Радио Београд користити као мо-

<sup>6</sup> Најранија практична примена радио-телеграфије у свету датира из 1896. године (први је користио Маркони [Guglielmo Marconi]), а радио-телефоније из 1902. године.

<sup>7</sup> О значају радија за развој медијске комуникације: Frith, 2004; 96; упор. и: Negus, 1996; 75–83.

<sup>8</sup> Марковић истиче да је радио поставио темеље принципа глобализације (Марковић, 1990; 103). Глобализација се базира на „измештању друштвених активности из локалног знања и њиховом смештању у мреже у којима су условљене светским дешавањима“ (Смирс; 2003: 124). Коначан резултат глобализације је „монокултура“ – „глобална хомогенизација културе и стила живота, као и уједначавање технолошког нивоа, које прати нестанак локалних традиција и привреда“ (Мандлер и Голдсмит, 2003; 7–8).

<sup>9</sup> Процес модернизације у Београду, како тврди Предраг Марковић, започео је најкасније 1878. године. Марковић је тип модернизације ове средине окарактерисао као „најпротивречнији пример прелазног друштва“ (Марковић, 1990; 313). Теза о противречности се базира на чињеници да српско друштво није никада доживело потпуну модернизацију, већ се кретало на граници између традиционалности и модерности. Појам „прелазно друштво“ подразумева „скуп акција којима се односи, институције, вредности западног друштва преносе на тло источноевропских земаља“ (Гредељ, 1996; 242).

<sup>10</sup> Посебне потребе за комуницирањем које су наметнуле ратне околности (мисли се на I светски рат) условиле су појаву првих радио-станица (Симовић, 2000; 15). Прва радио-телеграфска станица у Србији уведена је 1915. године, да би се успоставила веза између Врховне команде и Српске владе у I светском рату (Гашић, 2005; 106). У том периоду настају и прве радио-станице у другим европским земљама (на пример, у Холандији, Немачкој и Француској прве радио-станице настају од 1919. године). За развој радија у Србији значајан је био допринос француске компаније TSF, која је имала дозволу за изградњу радио-телеграфске мреже, преко које је емитован радио-сигнал између Европе и Блиског истока. Отпремна станица (налазила се у Раковици) била је једна од најјачих радио-телеграфских станица у овом делу Европе. Поменута станица је у почетку одржавала везу само са Бејрутом, а касније, када је снага сигнала повећана, подручје емитовања се проширило (детаљније: Марковић, 1990; 103). Радио Београд, као девета радио-станица у Европи, почео је са емитовањем експерименталног програма 1. октобра 1924. године (најпре уторком, четвртом и суботом). Први почетак „епохе радија“ у Србији јесте тренутак када је започело редовно емитовање програма и основано друштво *Радио Београд* а. д. (1927. године), односно када је институционализована домаћа радио мрежа – 24. марта 1929. године. Међутим, како су постојале тешкоће при емитовању у средњеталасном систему, ради ефикаснијег деловања формирана је и краткоталасна станица. Краткоталасна радио-станица основана је 1936. године, у циљу дистрибуирања радио програма у удаљене крајеве Југославије. Ова станица је била подређена тежњама југословенске владе, те су главни део програма

дел за проучавање параметара модернизације, а сагледавањем особености ове радио-станице у првој деценији њеног развоја настојаћемо да укажемо колико је српско друштво усвојило принципе функционисања развијених друштава. Посебно је важно испитати колико је музика, чије је емитовање на Радио Београду обухватало највећи део програма, допринела распрострањању напредних модела. Поменуће проблеме анализираћемо на основу ишчитавања часописа *Радио Београд*,<sup>11</sup> односно бројева часописа штампаних у периоду између 1929. и 1940. године.<sup>12</sup>

## МЕДИЈ РАДИЈА У БЕОГРАДСКОЈ КУЛТУРНОЈ СРЕДИНИ – ИШЧИТАВАЊЕ ЕЛЕМЕНАТА МОДЕРНИЗАЦИЈЕ<sup>13</sup>

### Карактеристике привредне модернизације

Привредна модернизација условљена је природним и историјским околностима у којима се развија једно друштво. Када су те околности неповољне, додатан стимуланс за друштвени напредак представља улагање домаћег и страног капитала (Марковић, 1990; 30).<sup>14</sup> Управо овакав случај учавамо на примеру појаве и деловања Радио Београда.

ма сачињавале вести које су припремане у Прес-бируу при Представништву владе, а емитоване су свакодневно на осам страних језика (о томе: 1937, бр. 17; 1). Тада је почела политизација радија. Иако је акционарско друштво *Радио* добило концесију на петнаест година, 1939. године Министарство пошта и телеграфа одузело је друштву концесију на радио-станицу, а нова управа је постављена 1940. године. На почетку II светског рата бомбардовано је седиште Радија, у згради Академије наука, у којем се налазио студио. Емитовање програма настављено је 1944. године (о раду радија у годинама после II светског рата детаљ.: Симовић, 2000; 29–58).

<sup>11</sup> Часопис *Радио-Београд* штампан је у циљу информисања слушалаца, а излазио је једанпут недељно. Информисање је подразумевало обавештавање о радио програму, радио-технологији, актуелним дешавањима, а касније су штампани текстови различите тематике, прилози, који су најчешће пре штампања емитовани. Истицало се да је главна сврха часописа да „буде у служби свих оних који се интересују за радијофонију и који хоће да се користе овим великим проналаском“ (1931, бр. 6: 1). Да је штампање оваког издања било у складу с европским дешавањима показује истраживање под називом „Колико има радио-часописа у Европи“, којим је истакнуто да Београд заостаје за Немачком по броју радио часописа (у Немачкој их је тада било 61), али да не заостаје за Италијом, Шведском и Румунијом (у тим земљама је постојао по један часопис овог типа) (1929, бр. 5; 16). Први број часописа штампан је 17. марта 1929. године, а као недељник излазио је до 1940. године. У току и после II светског рата часопис није излазио. Од 1960. године, развојем телевизије, уместо часописа *Радио-Београд* излазили су билтени, информатори, годишњаци посвећени активностима Радио-телевизије Београд. Сва наведена издања могу се пронаћи у документацији Радио Београда. Напомињемо да при цитирању садржаја штампаних у часопису ради веродостојности нећемо кориговати правописне и граматичке грешке.

<sup>12</sup> Овај рад је резултат архивског истраживања у документацији Радио Београда, које је остварено уз помоћ Горице Пилиповић (II програм Радио Београда) и запослених у документацији, те им овом приликом захваљујемо на указаној помоћи.

<sup>13</sup> Параметре модернизације сагледаћемо на привредном, политичком и друштвеном плану.

<sup>14</sup> У контексту развоја српског друштва термин „модернизација“ можемо схватити као синоним за „европеизацију“ јер су на преображај друштва највише деловали европски утицаји (Марковић, 1990; 32). Поред европских утицаја, на пољу масовне културе били су изражени и амерички утицаји, те можемо говорити о својеврсној „вестернизацији“ (мада су и амерички утицаји прихватани посредством европских) (Марковић, 1990; 32).

Француска компанија TSF је прва имала дозволу за изградњу радио-телеграфске мреже у Југославији, а од тридесетих година енглески инвеститори имали су већи део капитала.<sup>15</sup> Значајан је био и удео аустријског капитала, о чему сведочи чињеница да су службене књиге (у првим годинама функционисања Радија) вођене на немачком (Гашић, 2005; 108). Истичемо да су тржиштем доминирали немачки, холандски и амерички дистрибутери радио-апарата (*Telefunken, Siemens-Halske, Brown, Furg, Phillips, Standard Electric, Crosley, Philco*).<sup>16</sup> На тај начин страни инвеститори су утицали на развој тржишта и друштва, постављајући моделе који су одредили процес модернизације у Србији, односно прихватање постулата модернизације код слушалаца.

Поред тога, потребе страних улагача су на известан начин усмеравале одређене сегменте програма. На то упућује учење страних језика посредством радија, најпре француског и немачког, а касније чешког (од 1932), пољског (од 1934), па енглеског (од 1936). Саставни део програма обухватао је и предавања иностраних аутора преведених на српски, а емитована су и предавања на страним језицима. Такође, била су популарна едукативна предавања, у циљу упознавања пре свега европске и америчке културе и традиције.<sup>17</sup> На потребу за укључивањем у актуелна, углавном европска збивања, указују и директни преноси различитих манифестација (музичких и немужичких) које су се одржавале широм Европе.<sup>18</sup>

Значајна појава у процесу привредне модернизације односила се на упознавање слушалаца с технолошким иновацијама, односно с радио-апаратима и могућностима радио-технологије.<sup>19</sup> Иако су многи слушаоци имали

<sup>15</sup> Представници власти су у почетку пружали отпор према страним инвеститорима, а као један од услова при оснивању радио-станице био је да у управном одбору друштва *Радио а. д.* морају бити држављани Краљевине Срба, Хрвата и Словенаца. Како се домаћи инвеститори нису посебно интересовали за улагања, страни капитал је био од пресудног значаја за оснивање и даље функционисање радио-станице (Марковић, 1990; 106).

<sup>16</sup> Ове фирме су дистрибуирале радио-апарате и грамофоне, а у часопису *Радио-Београд* пронашли смо обиље различитих реклама за те уређаје.

<sup>17</sup> Доминирала су предавања о Америци, попут: „Калифорнија рај на земљи“, „Индијанци у Америци“, „Култура старих америчких народа“, „Колумбија радио у Америци“, „Американско књиговодство“, „Југословенски радио у Америци“ и слично (1929, бр. 3, 3; 1929, бр. 6, 6; 1932, бр. 1, 8; 1932, бр. 9, 1; 1932, бр. 13, 8; 1936, бр. 5, 1). Такође, повремено су емитована предавања о Индији и Африци (нпр. 1932, бр. 2, 4).

<sup>18</sup> Преношени су концерти из Беча, Прага, Минхена, Берлина, а први директан немужички пренос било је крунисање енглеског престолонаследника Џорџа VI (што је разумљиво јер је тада британски капитал био доминантан) (1937, бр. 19, насловна страна).

<sup>19</sup> Слушаоци су најпре имали негативан став према радију јер је сам апарат, према њиховим наводима, изгледао чудно и одбојно (према 1932, бр. 4: 4). Први радио-апарати су имали слушалице, а касније, усавршавањем технике, појавили су се звучници – „најважнији органи за репродукцију вештачке музике“ (1930, бр. 1, 11). Најпримитивнији тип звучника могли су да конструишу и аматери. Радио-апарати са звучницима били су масивни, кабасти и веома скупи. Због тога је радио-апарат био привилегија имућних, па су се слушаоци често окупљали по кућама како би слушали радио програм (детаљ: Negus, 1996; 75–76). Временом, радио је постао део свакодневног живота свих друштвених слојева – „радиоапарат спада данас у кућни намештај готово свих домова“ (Шварц, 1932: 45). Нови феномен постаје телевизија, на чије прве помене (у часопису) наилазимо већ 1932. године. Тада се тврдило да нису решени основни технички про-

отпор према иновацијама (или „модерном“), постојала је велика пропаганда у пласирању нове технологије.<sup>20</sup> У сваком броју часописа штампани су текстови о „актуелним питањима радио технике“, са шемама за монтирање и инсталирање радио-апарата, а организоване су и „вечери техничких савета“ (нпр. 1929, бр. 1, 1; 1929, бр. 2, 2; 1929, бр. 5, 1; 1936, бр. 1, 4). И поред оваквог промовисања радија, набавка радио-апарата није била једноставан поступак јер је сваки корисник морао да поднесе захтев за инсталацију, да плати таксу и претплату, а то је узроковало мали број претплатника (1929, бр. 5: 11). У циљу прихватања радија (медија/апарата) као уобичајеног сегмента живота штампане су бројне рекламне поруке посвећене радију и радио-опреми, а организоване су и радио-изложбе.<sup>21</sup> Радио је, дакле, био један од првих електричних апарата који су имали широку примену, те је у извесном смислу ширењем радија најављена нова етапа у процесу модернизације – „талас електрификације“ домаћинства.<sup>22</sup>

#### Карактеристике политичке модернизације

Највећи модернизацијски резултати у српском друштву у првој половини 20. века постигнути су на државном и политичком плану (Марковић, 1990; 32–33). На политичку модернизацију указује промена „осећања припадности“, од покрајинског ка националном (Марковић, 1990; 11).<sup>23</sup> Национална држава српског народа постојала је у 19. веку, а моменат југословенског уједињења (1918. године) означио је крај национализма у ужем смислу речи.<sup>24</sup> Национална идеологија је и даље егзистирала, али у садејству с космополитским идејама либерализма, због чега је био очигледнији продор европских утицаја.<sup>25</sup>

блеми, те због тога „телевизија неће скоро продрети у широку масу“ (1932, бр. 16, 4). Иако нису постојале техничке могућности, постојала је свест о ширењу и потреби увођења нових медија, а наредна деценија је протекла у знаку анализирања услова за увођење телевизије.

<sup>20</sup> Посебно су били важни радио-клубови, чији су чланови аматерским радом допринели ширењу мреже и повећању броја радио-пријемника (Гашић, 2005; 107). Први радио-клуб основан је 1924. године, а у њему су се окупљали људи различитих профила и сталежа (Гашић, 2005; 107).

<sup>21</sup> На радио-изложбама посетиоци су могли да снимају свој глас, песму, љубавно или пословно писмо (1938, бр. 2, 1). На тај начин слушаоци су се упознавали с могућностима радија.

<sup>22</sup> Током 1956. године започео је такозвани „талас електрификације“, односно нагло повећање куповине кућних апарата. У то време радио-апарат је већ био распрострањен, а нови популарни и тражени апарати постају фриџидер и шпорет (Марковић, 1995; 259).

<sup>23</sup> У одређењу националног позивамо се на дефиницију национализма Тимотија Бајкрофта (Timothy Baucroft). Национализам је доктрина која се заснива на очувању заједничких карактеристика нације, односно националне заједнице, са циљем да се постигне независност (национализам је по значењу изнад патриотизма). Сматра се да је значајно достигнуће национализма појава националних дијалеката, односно народног језика, као и формирање образовних институција, са циљем да се културне тековине шире и прихвате у народу (Baucroft, 1998; 4–5; 33–41).

<sup>24</sup> У мањим нацијама, као чиниоцима мултинационалних држава, национални покрет је био усмерен ка остваривању националне независности, те је тада пропагирање националног подразумевало негативан став према страним утицајима. Међутим, као што смо већ нагласили, страни утицаји су се ширили упоредо са развојем и јачањем националне идеологије, а у томе се огледају противречне одлике модернизације.

<sup>25</sup> Овакво мишљење се јавило у контексту развоја либералног покрета – „за либерале југословенство је крај нашег засићеног, оствареног и дефинитивног национализма, а почетак прихва-

Сматрало се да је у пропагирању доктрине национализма посебно била значајна улога радија и да је „проширење круга употребе радија национална потреба“ (1931, бр. 5, 10).<sup>26</sup> Истицало се да „свеопшти задатак културног рада условљава напредак и процват националне културе појединих народа“, те да ће „вредети онај народ толико више, колико више буде културан његов национализам“ (1930, бр. 6, 1). Један од елемената који условљава национални идентитет јесте очување матерњег језика, па је стога било важно да слушаоци чују саопштење на „свом народном језику“.<sup>27</sup> Ради тог циља презентоване су емисије посвећене неговању српског језика, културе и традиције, а посебно место на програму имала је емисија „Српско вече“ (1930, бр. 12, 1; 1929, бр. 12, 14).<sup>28</sup> Од тридесетих година, потенцирање идеје „српства“ заменило је промовисање концепта југословенства и политике „националног помирења“.<sup>29</sup> У том периоду Радио Београд је остварио сарадњу са радио-станицама из Загреба и Љубљане (од 1930),<sup>30</sup> а од 1933. часопис *Радио-Београд* је привремено променио назив у *Радио Београд, Загреб, Љубљана*. Међутим, иако је на Радију владала атмосфера слављења уједињења, у политичком животу одвијале су се несугласице базиране на удаљавању од југословенске идеје и окретању појединачним националним питањима.<sup>31</sup> Без обзира на постојање политичких размирица, чини се да су представници власти настојали да путем радија прикажу друкчију слику. Тако је од 1935. године уведена емисија „Национални час“, којом су обухватане различите теме из српске, хрватске и словеначке историје, а била је замишљена тако да на реализацији програма раде заједно све три радио-станице.<sup>32</sup>

Такође, очигледне су и друге одлике политичке модернизације, попут већег залагања за постизање идеала једнакости. Појава која заокружује политичку модернизацију, односно борбу за већу једнакост и партиципацију становника у политичком животу, јесте борба за женска права (Марковић,

---

тања идеје о уједињењу човечанства-словенства... југословенство је третирано као вид остваривања космополитских, општечовечанских идеја“ (Жутић, 1994; 4–6).

<sup>26</sup> Нигас (Keith Negus) истиче да је од двадесетих година прошлог века емитовање радио-програма, с једне стране, морало бити у служби националних интереса, а са друге, подразумевало је задовољење захтева глобалног комерцијалног тржишта (Negus, 1996; 80).

<sup>27</sup> Занимљиво је поменути да су текстови у почетку дистрибуирања часописа писани и латиницом и ћирилицом (1929, бр. 1, 8).

<sup>28</sup> Поред тога, обележаване су годишњице разних историјских догађаја од значаја за српски народ, попут Косовске битке, пробоја Солунског фронта и слично (нпр. 1939, бр. 26, 1).

<sup>29</sup> Поводом тога, у часопису су биле устаљене изјаве попут „земља наша три племена и српског, и хрватског и словеначког, носи једно име – Југославија“ (1932, бр. 4, 1).

<sup>30</sup> Прва радио-станица у Загребу отворена је 1926, а у Љубљани 1928. године.

<sup>31</sup> Већ 1929. године краљ Александар Карађорђевић је наговештавао могућност разилажења Срба и Хрвата. Завођењем диктатуре, распуштањем Парламента, суспендовањем Устава, краљ је додатно узбуркао политичку ситуацију, што је негативно утицало на очување југословенске идеологије.

<sup>32</sup> Међутим, може се наслутити да је постојала извесна политизација радија, иако се сматрало да „радио не треба да буде оруђе за пропаганду једној одређеној групи или партији“ (1933, бр. 15, 1).

1990; 34). Жене су у том периоду још увек биле правно и политички дискриминисан сегмент друштва, а анализирањем „текстова“ радија увиђамо да је ипак постојала потреба за решавањем тог питања у складу с токовима модернизације. На програму су повремено емитована предавања о позицији жене у јавном животу, често са израженом феминистичком конотацијом (што илуструју наслови попут „Мајка феминизма“, „Мушкарци и феминизам“, „Радио и жена“, „Жене у служби радија“ и слично) (1930, бр. 2, 17; 1930, бр. 3, 1; 1931, бр. 3, 1; 1939, бр. 7, 1).

#### Карактеристике друштвене модернизације

Експанзија нових медија у Србији<sup>33</sup> у међуратном периоду била је од великог значаја за убрзавање модернизацијског процеса друштва (Марковић, 1990; 102). Радио је представљан у тадашњој јавности као „једна од највећих културних тековина човечанства“ (1931, бр. 5, 10). Стога је он имао велики утицај на емпатију, односно „један од основних психичких механизма који воде ка друштвеној промени“ (Марковић, 1990; 102). Ако имамо у виду и чињеницу да су мање писмене и индустријализоване средине лакше прихватале утицаје радија, због тога што нису имале снажну „ликовну организацију доживљаја“, увиђамо колико је овај медиј био важан за прогрес српског друштва (Миленковић, 2000; 98).<sup>34</sup>

На основу анализе друштвене структуре слушалаца можемо размотрити степен остварења друштвене модернизације. Наиме, истицало се да је функција радија да служи као „јавни сервис“ свих грађана, јер „тако наша земља добија једну радио станицу која ће бити од користи појединцу и целој земљи заједно“ (1929, бр. 1, 1). Сматрало се да радио мора бити у служби општих интереса, да „зближава појединце и народ“, те „да буде на располагању свим друштвеним редовима“ (1931, бр. 5, 10; 1931, бр. 7, 1). С једне стране, постојала је потреба за „универзалним“ садржајима намењеним припадницима свих друштвених структура, односно целокупној популацији. Оваква програмска концепција имала је за циљ промовисање забавне, едукативне и информативне функције радија (музички, књижевни, научни програм, учење страних језика, предавања, вести и извештаји).<sup>35</sup> Тако је сва-

<sup>33</sup> Мислимо на тада два актуелна медија – радио и филм. Значајно је поменути да је радио допринео и популаризацији грамофона, јер су плоче биле веома скупе, па су на радију били чести „Концерти грамофонских плоча“ (1931, бр. 1, 5).

<sup>34</sup> Миленковић се позива на теоретичара јавног комуницирања Маршала Меклуана (Marshall McLuhan), који у свом делу *Познавање општила, човекових продужетака* сврстава радио у „врвље медије“, а „врвље општило је оно које продужује једно једино чуло у високој одређености“. При томе, врвља општила подразумевају мали проценат суделовања публике (цит. према: Миленковић, 2000, 97).

<sup>35</sup> На програму је доминирала музика (око 60%), док су преостали део програма сачињавале говорне емисије – вести (извештаји о водостању, новинарски извештаји, привредне вести, берзански курсеви, спортске вести), хумористички и драмски програм, предавања, курсеви језика и часови гимнастике (према: 1933, бр. 15, 1). Оваква програмска шема била је слична програ-

ки појединац постајао део локалне (и глобалне) мреже конзумента радио програма, о чему сведочи изјава: „Изненада нисам више сам, постајем члан једне велике невидљиве, а ипак присутне масе слушалаца“ (1933, бр. 15, 1).

С друге стране, како друштвена структура становништва (слушалаца) није била хомогена, отвореност према „свим друштвеним редовима“ подразумевала је издиференциран програм условљен захтевима различитих, специфичних друштвених слојева. Најбројнији припадници друштвене структуре (земљорадници, рентијери, официри, студенти) углавном нису били међу радио-претплатницима, па је постојала потреба да се ове групације привуку особеним програмским садржајима.<sup>36</sup> Истичало се да „радио није намењен само имућнијим круговима“ и да мора бити од „користи и нашим народним слојевима“ (1929, бр. 1, 8). Тако је два пута месечно, по сат времена, емитована колажна емисија „Радио за раднике“, као и „Емисија изненађења“ намењена „оном нашем малом човеку коме борба за животну егзистенцију не допушта да своје слободно време у току радних дана посвећује уживању“ (1931, бр. 7, 1; 1938, бр. 11, 3). Сматрало се да „радио треба да користи и широком слоју сељачког народа“, те је уведена емисија „Час за сељаци“, базирана на предавањима о привреди, хигијени и обавештењима Савеза српских земљорадничких задруга (1929, бр. 1, 1; и 1930, бр.1, 14). Такође, у значајне циљне групе спадала су деца, којима је била посвећена емисија „Дечји час“, и омладина јер „најбрже прихвата техничке иновације“ (1931, бр. 11, 5). Иако су, дакле, претплатници били углавном припадници друштвених група карактеристичних за модерно друштво (предузетници, чиновници, модерна радничка класа), тежило се усмерењу програмске концепције и ка осталим друштвеним структурама.

Ниво друштвене модернизације одређује и „друштвено прихватање модернизационих вредности“, односно окретање ка индустријализацији (Марковић, 1990; 37). Без обзира на социјалне разлике међу слушаоцима, један од разлога масовне фасцинације радиом<sup>37</sup> јесте чињеница да је по први

мима европских радио-станица јер се тежило укључивању у европски простор комуникације. Занимљиво је да су и слушаоци могли учествовати у формирању програма попуњавањем анкетних листића у које су уписивали шта би желели да чују. Поред тога, постојала је и емисија „Жеље слушалаца“ (1936, бр. 3, 1).

<sup>36</sup> У почетку, радио је био привилегија интелектуалаца и имућнијих слојева. Међу претплатницима највише је било приватних чиновника, трговаца, занатлија и државних чиновника (поделу радио-претплатника по занимањима види у: Марковић, 1990; 108–109).

<sup>37</sup> Од тренутка оснивања, почела је пропаганда радија као јединственог медија. Радио је промовисан на најразличитије начине, а један од занимљивијих је „свирајући аутомобил“. Овај аутомобил је имао монтиран велики звучник на крову, посредством кога је дистрибуиран радио програм. Наводи се податак да је тада у Европи постојало свега двадесет таквих аутомобила (1930, бр. 26, 6). Други занимљив начин пропагирања представљали су вишеви о радију, штампани у скоро сваком броју часописа *Радио-Београд* или текстови којима су истицане предности радија. Тако је, на пример, постојало уверење да радио доприноси сузбијању алкохолизма, уз тврђу да је „алкохолизам опао јер већина грађана увече иде кући да ужива у радију“ (1932, бр. 20, 3). Штампани су слогани на насловним странама часописа, који су указивали на значај радија, истичући да је „радио данас насушна потреба“, „пријатељ, саветник, информатор, пулс савременог живота“ (1938, бр. 15; 1938, бр. 17). У циљу популарисања радија реализоване су



пут различитим друштвеним слојевима понуђено нешто заједничко – целодневни радио програм из којег сваки појединац може да начини избор. Радио је представљан као приступачан и економичан медиј, али и као медиј који „доприноси у облику пореза националним приходима“<sup>38</sup> и даје „жив подстрек индустрији“ (1933, бр. 6, 1; 1933, бр. 8, 6).<sup>39</sup> У периоду појављивања и експанзије радија постављен је модел који је одредио начин функционисања нових медија у контексту развоја културне индустрије.<sup>40</sup> Наиме, студији производе робу, односно програм, који се продаје кроз плаћање претплате. У тренутку потрошње тај програм се претвара у произвођача, који производи публику, а публика се потом продаје оглашивачима (Фиск, 2001; 35).<sup>41</sup> Тако медиј радија указује на функционисање два система – финансијског (који укључује кружење профита) и културног (подразумева кружење и производњу значења). У том смислу, појава радија је поставила и промовисала кључне захтеве индустријског друштва.

Једна од облика друштвене модернизације јесте успостављање новог квалитета свакодневног живота и мапирање елемената популарне културе (Марковић, 1990; 37).<sup>42</sup> Наиме, културну свакодневицу Београда у међуратном периоду обележиле су нове друштвене појаве попут праћења моде, неговања култа тела,<sup>43</sup> здравља,<sup>44</sup> те похађања спортских дешавања.<sup>45</sup> Наведени

и наградне игре. Поређења ради, победник је добијао награду од 500 динара, просечна цена радио-апарата била је око 1000 динара, просечан приход становника Београда износио је око 1200 динара, а часопис *Радио-Београд* коштао је 5 динара. Ипак, постојао је проблем са слушаоцима који нису плаћали претплату, па се није повећавао број станица, ни квалитет пријемника (1935, бр. 2, 1).

<sup>38</sup> Претплата је уведена 1924. године, а проценат радио претплате у Југославији био је најмањи у Европи (1933. године претплату је плаћало само 0,3% слушаоца). Узрок малог броја претплатника била је висока цена апарата. Поред тога, као главни проблем наводе се и „дивљи ловци у радију“, односно непријављени слушаоци који „слушају, а не плаћају држави ништа“. Ради решавања те ситуације уведене су казне за непријављене слушаоце, па се, на пример, 1937. године број радио претплатника повећао на 45%, односно 26.800 (1929, бр. 2, 1; 1937, бр. 23, 1–2).

<sup>39</sup> Напомињемо да су сви циљеви, захтеви и делатности радио-станица били прописани Правилником о раду радио-станица, који је у целини штампан у часопису (детаљ: 1933, бр. 17, 1).

<sup>40</sup> Термин „културна индустрија“ први пут су употребили Теодор Адорно (Theodor Adorno) и Макс Хоркхајмер (Max Horkheimer) 1947. године са циљем да опишу систем функционисања „масовне културе“ (према: Storey, 2003; 27).

<sup>41</sup> Овде ретроактивно примењујем Фисково тумачење економије телевизије на радио.

<sup>42</sup> Када кажемо „популарна култура“ мислимо на појаву коју одређују следећи параметри: допадљива широкај популацији, намењена масовној конзумацији, супротстављена високој култури (Storey, 2004; 12–17). Популарна култура је „активан процес стварања и преношења значења унутар одређеног друштвеног система“ (Фиск, 2001, 31).

<sup>43</sup> Од 1931. године појављују се текстови о модној индустрији, модним трендовима, историјату моде, а нешто касније су били актуелни козметички савети, као и статистички подаци о коришћењу козметике (види: 1939, бр. 21, 13; 1940, бр. 1, 12). Од 1932. на програму су емитовани часови гимнастике (прво у вечерњим, а касније у јутарњим часовима) и плеса.

<sup>44</sup> О здрављу и хигијени такође су држана бројна предавања у оквиру емисије „Час народног здравља“ (1930, бр. 1, 19). Поред тога, пажња је посвећивана и исхрани у емисији „О вештини купања“ (1931, бр. 1, 19).

<sup>45</sup> Спорт је после I светског рата свуда у свету постао веома популаран. Све мање је био привилегија богатих, а све више шире друштвене популације (Гашић, 2005; 133). Фудбал, кошарка

феномени проузроковани су америчким утицајима, који су у великој мери продирали у српско друштво и посредством америчке филмске индустрије.<sup>46</sup> Развој популарне културе у Београду био је, дакле, прогресиван процес, настао под утицајем европских и америчких модела понашања, односно индустријализације и модернизације. При томе, за разлику од захтева модернизације за социјалном диференцијацијом, продукти популарне културе настоје да негирају социјалне разлике и постану свима допадљиви (Фиск, 2001; 36).<sup>47</sup> На тај начин долази до укидања елитистичке културне праксе, чији су конзументи представници високог друштвеног стајежа, односно до масовног дистрибуирања културних деривата различитим друштвеним слојевима (Storey, 2004: 14). Тежило се хомогенизацији (универзализацији) културе, а у циљу развоја културне економије и освајања тржишта (детаљ.: Storey, 2004; 85–88).<sup>48</sup>

На основу поменутих чињеница може се закључити да је српско друштво било на правом путу да превазиђе процес транзиције,<sup>49</sup> прихвати промене и нове моделе функционисања. Ову констатацију ћемо проверити и на основу анализе појавности музике на р/Радију.

#### МУЗИКА НА РАДИО БЕОГРАДУ У КОНТЕКСТУ МОДЕРНИЗАЦИЈЕ

Посредством радија музика постаје саставни део свакодневног живота и на тај начин утиче на формирање музичког укуса појединачних слушалаца, али и целог друштва, делујући као облик друштвене комуникације и означитељ бројних друштвених појава (Frith, 2002; 96–97). Стога ћемо настојати да анализом музичког програма Радио Београда установимо колико је српско дру-

и тенис били су најактуелнији спортови. Прва предавања о спорту емитована су 1930, а пренос прве (фудбалске) утакмице 1931. године (1931, бр. 12, 8).

<sup>46</sup> Увоз филмова није био законски ограничен, те је југословенска публика до 1941. године могла да види све значајније филмске хитове. Највећи фаворити београдске публике биле су холивудске звезде, посебно Чарли Чаплин (Charlie Chaplin) (види 1938, бр. 7, 1, упор. и: Баронијан, 1970а; 212–214).

<sup>47</sup> Значајна појава која указује на нов начин размишљања јесу рекламе – „реклама настоји да сачува што је могуће целовитије поклапање између друштвених разлика и разлика производа... и да створи могућност контроле над друштвеним разликама“ (Фиск, 2001; 39). Емитоване су различите рекламе које указују на потребе модерног друштва, од реклама за радио-апарате, преко реклама за ципеле, козметичке производе, фризерске салоне, па до оних које рекламирају „полне слабости“ или државну лутрију.

<sup>48</sup> Овај став су први заступали представници критичке теорије у циљу истицања негативних конотација масовне културе. Сличан став заступа и Ги Дебор (Guy Debord), који тврди да „у слици сретне унификације друштва потрошњом, истинска подјела само је потиснута све до следећег непостигнућа у потрошњи... Нестварно јединство које спектакл проглашава маскира подјелу класе на којој почива стварно јединство начина капиталистичке производње“ (Debord, 1992; 68–70).

<sup>49</sup> Гредељ пише о „магичном четвороуглу“ који се базира на релацији традиција–промена–транзиција–модернизација (Гредељ, 1996; 242). У том контексту транзиција најчешће подразумева „посебну фазу у еволуцији неког друштва, фазу у којој се оно сусреће са све већим унутрашњим и спољашњим тешкоћама приликом репродуковања привредних и друштвених односа на којима почива, и који му дају посебну логику функционисања и облике развоја и када се, у исто време, појављују нови привредни и друштвени односи који ће се, брже или спорије, више или мање насилно, проширити и постати услови функционисања једног новог друштва“ (Гредељ, 1997; 42).

штво прихвatalо утицаје модернизованих друштава. Ако имамо у виду да је музика заузимала више од половине емитованог програма Радио Београда, чини нам се да је разматрање ових елемената посебно значајно.

Музички програм је био шаблонски конципиран и подразумевао је различите врсте музике, због тога што „радио тражи шароликост, контрасте, поуку и забаву“ (Шварц, 1932; 48; упор.: Вукдраговић, 1931; 2–3). Захтевало се да музика делује „одгојно на народне масе“, те је било неопходно успоставити равнотежу између васпитне и забавне функције музике (1930, бр. 14, 1; 1939, бр. 1, 1). Музички програм је био издиференциран како би задовољио све друштвене слојеве и њихове потребе јер „програм радија мора бити компромисан“ (1936, бр. 14, 1).<sup>50</sup> Наиме, истицало се да слушалац разликује две врсте музике – док је „једна лако приступачна“ па „њене мелодије саме пролиру у уво, а њен ритам покреће нас сам од себе“, друга је „тешко приступачна јер ставља више захтеве не само уву већ целом човечијем бићу“ (1933, бр. 12, 1). У почетку развоја радија класична музика је била програмски најзаступљенија, а анкетирањем слушалаца дошло се до закључка да „има претерано много озбиљне музике“,<sup>51</sup> па је велики број њих тражио „песму и свирку“ у продуженом времену емитовања (1936, бр. 14, 1).<sup>52</sup> Постојала је, дакле, потреба за задовољењем разноврсних музичких укуса, али, истовремено, тежило се стварању јединственог програма у чијој основи је била забавна музика (у складу с потребама свакодневног живота).<sup>53</sup> Битно је нагласити да је и у осталим европским земљама музички програм подразумевао доминацију класичне музике, која је емитована у циљу стварања „озбиљнијег укуса“ публике, а са друге стране већу заступљеност забавне музике за разоноду и релаксацију (Negus, 1996; 78).

Забавна музика представља узоран пример за проучавање елемената модернизације и страних утицаја, те ћемо се више осврнути на програмску појавност ове врсте музике. Она се наметнула као последица „утицаја радија на народну психу“, односно као симптом промене музичког укуса слушалаца и њихове потребе да се забаве слушајући радио програм (1930, бр. 14, 3). Један вид музике за разоноду представљала је забавна музика играчког карактера,

<sup>50</sup> Једна од одлика модерног друштва је функционисање помоћу консензуса – појединци доносе личне одлуке о јавним питањима, након слагања са другим поједицима (Гредељ, 1997; 43).

<sup>51</sup> Постојала је велика пропаганда за популарисање класичне музике. У сваком броју часописа штампани су додаци о извођеним делима, сижеи емитованих опера, биографије композитора са сликама. Емитовани/штампани су и проблемски текстови, попут „Проблем трагичне љубави у музичким делима“, „Музички романтичари“ и други (1930, бр. 7, 2; 1930, бр. 8, 7).

<sup>52</sup> У анкети из 1937. године 76% слушалаца се изјаснило за народну музику, 68% за „лаку“, а 50% за „озбиљну“ музику. Наводи се да су сличне потребе слушалаца постојале и у западноевропским земљама (1937, бр. 23; 1–2). Међутим, на основу испитивања из 1939. године увиђамо да се ситуација ни касније није много променила у корист слушалаца. Од укупног програма музика је чинила 58,54%, а највише је била заступљена „озбиљна“ музика, док су „лака“ и народна музика по слушаности биле скоро изједначене (детал.: 1940, бр. 4, 1).

<sup>53</sup> Као синоними за забавну музику коришћени су термини „лака“, „популарна“ или „весела“ музика.

односно музика за игру.<sup>54</sup> На том подручју најевидентнији је био утицај северно и латиноамеричких, као и енглеских игара,<sup>55</sup> као што су чарлстон, андалуз, фокстрот, шими, танго, пасо добле, румба, ламбетвок и друге.<sup>56</sup> Како би доживљај слушања музике за игру био употпуњен, емитовани су „Часови играња“, а у часопису су путем слика приказивани плесни кораци (нпр. 1929, бр. 6, 14).<sup>57</sup> Музика за игру је у почетку презентована са грамофонских плоча, а касније је уживо преношена са друштвених забава или је из студија изводио цез оркестар (Савић, 2000; 189).<sup>58</sup> У том случају извођене су нумере које су вероватно укључивале и вокалног солисту јер је свака тачка имала специфичан назив и одредницу која се односила на одређени плес.<sup>59</sup> Поред нових игара, слушаоци су имали прилику да прате и старе (традиционалне)<sup>60</sup> игре, као што су валцер, полка, чардаш, коло, а понекад су нове и старе игре емитоване у истом термину, односно емисији.<sup>61</sup> На тај начин су повезивани слушаоци различитих профила и интересовања – они који су били везани за традицију и они који су прихватили модерне токове. Ова констатација је у складу с теоријом модернизације, која не подразумева одбацавање традиционалних тековина, већ њихову трансформацију (Гредељ, 1997; 42).

<sup>54</sup> Иако Нигас наводи да је забавна музика „међузона између музике за игру и озбиљне музике“, на основу сагледавања музичког програма Радио Београда уочили смо де је музика за игру била само један вид забавне музике (види: Negus, 1996: 78).

<sup>55</sup> Од 1936. године повећана је заступљеност енглеске музике на радију јер су тада све југословенске радио-станице добиле на поклон плоче с овом музиком (Гашић, 2005; 112). Поред тога, емитоване су посебне емисије посвећене енглеској музици (нпр. 1938, бр. 2, 5).

<sup>56</sup> Популарност музике за игру је уочљива и на програмима осталих европских станица.

<sup>57</sup> Овај тренд је био заступљен почетком тридесетих година. Касније, часови тог типа нису били на програму.

<sup>58</sup> Познате забаве одржаване су у хотелима „Ексцелзиор“ (једно од познатијих састајалишта странаца), „Палас“, ресторанима „Мон-репо“, „Ауто-клуб“, „Руска лира“ и кафани „Москва“. Вероватно се та музика изводила уз пратњу клавира јер је увек у програмској шеми навођен и произвођач клавира. Овакве емисије презентоване су у вечерњем или поподневном термину, са једног или више места, што је у програму означавано као „Шетња кроз београдске ресторане“, „Београдске ноћи – музичка репортажа“ и слично (1930, бр. 3, 19; 1938, бр. 2, 5). Ипак, неким слушаоцима (пре свега припадницима интелектуалних слојева) сметало је извођење музике у кафани (Шварц, 1932, 49).

<sup>59</sup> Неки од назива нумера су: *Две плавуше* – фокстрот, *Ice cream* – фокстрот, *You're the cream in my coffee, I'm on a diet of love* – фокс, *Bella ciolitta* – танго, *Flores Negras* – танго, *Ramona* – бостон, *Hora* – он-степ (мисли се на „one-step“), *Rio de Janeiro* – он степ, *Looking for love* – quick step и слично. Подсећамо да ради веродостојности грешке у називима песама нисмо исправљали.

<sup>60</sup> У анкети рађеној 1936. године слушаоци су изразили највеће интересовање за музику за игру, народне песме, „лаку“ музику, музику у интерпретацији тамбурашких ансамбала и преносе из кафана (1936, бр. 22, 1). Михајло Вукдраговић, који је ступио на место музичког уредника 1937. године, тврдио је да „у програму право на живот имају исто толико стари валцер и модерна игра данашњице ламбетвок као и стилизована игра из неког балета, примитивна народна песма, поред уметнички обрађене“ (1939, бр. 1, 1).

<sup>61</sup> На пример, радио квартет је у емисији „Разне игре“ изводио буре, гавоту, лендлер, чардаш, валцер, коло, танго и фокстрот. Такође, и цигански оркестар је интерпретирао сличан програм. Претпостављамо да је музика коју су изводили ови састави аранжирана по узору на музику с плоча.

Међу заступљенијим жанровима забавне музике на програму Радио Београда били су шлагер, шансона и серенада.<sup>62</sup> Ове жанровске одреднице упућују на забавну вокално-инструменталну музику, често играчког карактера, писану на текстове с љубавном тематиком. Наведене карактеристике, као и називи песама, указују на везу с музиком за плес, пре свега с америчком музиком.<sup>63</sup> Такође, у ове жанрове је убрајана и актуелна музика из „тон-филмова“ (1932, бр. 8, 5). О популарности шлагера, шансоне и серенаде сведочи чињеница да су у часопису *Радио-Београд* повремено штампани и текстови појединих нумера на српском. Поред тога, слушаоци су могли да чују и верзије на енглеском, шпанском, ређе француском и немачком језику (деталј: 1929, бр. 5, 6; 1929, бр. 6, 5; 1933, бр. 2, 2).

Поменути жанрови су често емитовани под заједничким називом „лака музика“ (ређе „салонска музика“). На основу анализе програма установили смо да је „лака музика“ представљала синтезу свих тадашњих актуелних жанрова забавне музике. Таква музика се базирала на плесним, инструменталним нумерама и популарним вокалним жанровима. Поред тога, у тип „лаке музике“ спадале су нумере забавног, играчког карактера композитора „класичне“ музике (попут Грига [Edvard Grieg], Офенбаха [Jacques Offenbach], Равела [Maurice Ravel], Ј. Штрауса [Johann Strauss]),<sup>64</sup> и то углавном из оперета. Музика је емитована с плоча, а практиковано је и живо извођење, у емисијама као што су „Забавни концерт великог радио-оркестра“ и „Кабаретско вече“ (нпр. 1930, бр. 7, 17). Емисија „Кабаретско вече“ била је нарочито популарна због тога што су кроз популарну музику третиране савремене појаве.<sup>65</sup> У подврсту „лаке музике“ убрајана је и „јутарња лака музика“, састављена од „маршева и валцера, шансона и шлагера, намењена слушаоцима који су се тек пробудили, слушаоцима који се облаче, доручкују, прелиставају јутарње новине“ (1936, бр. 16, 1). За слушање оваквог типа музике није била потребна изузетна концентрација, те су због тога емисије биле конципиране од „лакхих, веселих, готово безначајних комада који су се

<sup>62</sup> Наведени жанрови су презентовани у циклусима под називом „Вече шансона“, „Сезонски шлагери“, „Модерни шлагери“, „Популарни шансони“. Неке од емитованих нумера су носиле назив *Lady divine*, *Araca Corazon*, *Ogo de agua*, *Lola*, *Sousa*, *High society blues*, *Mickey Mouse* и слично. Ове емисије су посебно биле намењене женама јер је „доста жена на свету које врло ретко или никада не чују љубавне речи“ (1936, бр. 3, 9).

<sup>63</sup> Заправо, није најјасније да ли је један од синонима за термин „музика за плес“ био и „шлагер“ јер наилазимо на шлагере назива *Happy feet – fox ili Husion* – танго, *Fiesta* – румба и слично. Међутим, у овим нумерама био је битан вокални квалитет, што можемо закључити на основу штампаних имена иностраних извођача. Значајно је поменути да су међу домаћим певачима чести били чланови ансамбла Београдске опере (на пример, Василије Шумски).

<sup>64</sup> Примера ради, на програму су се налазиле нумере Офенбаха – *Орфеј у паклу*, Равела – *Валс*, Ј. Штрауса – *Бечке бомбоне*, *Валцер* и друге.

<sup>65</sup> Ове емисије су се састојале од различитих популарних нумера, на основу чијих наслова (*Мис Југославије*, *Ја немам ауто*, *Купите радио*, *Зар срце није час-банд*) можемо ишчитати потребу за праћењем појава из савременог живота и популарне културе.

могли слушати на "једно уво" (1936, бр. 16, 1). Као поджанр „лаке музике“ емитована је и такозвана „шрамел музика“, односно „весела, непретенциозна музика“ (1936, бр. 20, 8). „Шрамел музика“ је такође представљала својврстан потпури инструменталних играчких нумера, понекад у комбинацији с вокалним нумерама, а изводио је инструментални квартет (састављен од две виолине, гитаре и хармонике).

Поред музике за игру, први контакт београдских слушалаца са савременом америчком музичком културом остварен је посредством цеза, који ће значајну експанзију доживети после II светског рата (Гашић, 2005; 131). Међутим, како је у програмима увек стајао наслов „пренос музике цез оркестра“, не можемо са сигурношћу тврдити да ли се изводио цез. Мислимо да су ипак били више затупљени жанрови „лаке музике“. Цез се углавном помињао у контексту плесне музике, односно као врста музике за плес (на пример, у емисији „Час цез играња“),<sup>66</sup> а наводи се да је цез оркестар изводио и шлагере. Ова музика је обично емитована у поподневним часовима с плоча, а у вечерњим часовима уживо.<sup>67</sup> Под утицајем тих снимака формирали су се цез ансамбли (Баронијан, 1970б; 105). Постојала су четири цез састава у Београду – радио-цез оркестар, цез оркестар „Сони бој“, цез-танго оркестар „Сацо“ и балалајка цез оркестар.<sup>68</sup> Ради популарисања цеза емитована су предавања о „црначкој музици“, која су се базирала на историјском приступу и истицању вредности такве музике (1932, бр. 2, 4).<sup>69</sup>

Велика заступљеност забавне музике сведочи о чињеници да је радијска публика прихватала актуелне музичке трендове, пре свега импортоване из америчке културе, посредством европске. Не можемо рећи колико су слушаоци били „свесни“ да конзумирањем такве музике заправо примају стране утицаје, али је извесно да је америчка култура била либералнија, те је то вероватно привлачило публику (Storey, 2004; 9).<sup>70</sup> Американизација је такође повезана са ширењем популарне културе, а перципирана је као „колективни свет снова“ и бекство од стварности (Storey, 2004; 9). Стога, ако имамо у виду да је политичка, привредна и друштвена ситуација у српској културној

<sup>66</sup> Веза између цеза као „црначке музике“ и плеса је евидентна – „у суштини, црначка музика је музика тела“ (Negus, 1996; 101–102).

<sup>67</sup> На пример, међу изведеним нумерама на концерту великог радио-цез оркестра била су дела Геа Гершвина (мисли се на Џорџа Гершвина [George Gershwin]) *Плава рапсодија*, Франка Черчила [Franck Cherchil] *Снежана и седам патуљака* и Јохана Штрауса *Царски валицер*.

<sup>68</sup> Наводи се и да је с продором тонског филма, почетком тридесетих, основан цез оркестар Милорада Јовановића Штуле, који је био задужен за извођење музике за игру (Савић, 2000: 189).

<sup>69</sup> Постојала је сарадња са америчким дипломатама у Београду, који су држали предавања о америчком друштву и култури.

<sup>70</sup> Ако укратко сагледамо музичку ситуацију после рата, схватићемо колико је друштво међуратног Београда било либералније и спремно за прихватање страних утицаја. Наиме, након II светског рата владајући комунистички режим је окарактерисао цез музiku као декадентну, са превише ритма, те су композиције у том духу забрањиване. Слично неодобравање је исказано и према рокенролу (Марковић, 1995; 292–293). Међутим, овакве појаве нису биле реткост у Европи и Америци.

средини између два рата била веома нестабилна, усвајање ових утицаја је посебно разумљиво.<sup>71</sup>

На прихватање забавне музике у великој мери је утицало укључивање у токове индустријализације културе. Музика је представљана као роба која се продаје и доноси зараду композиторима и извођачима, због чега су они морали да поштују жеље слушалаца. Истицало се да су „радио-станице сад највећи послодавци композиторима...“ и да „дају зараду композиторима плаћањем тантијема“ (1930, бр. 14; 1–3). Иако су постојале тврдње да ће „радио убити музику и музичаре“ управо због комерцијализације тржишта, испоставило се да је радио „био од користи свим својим жртвама“ (1936, бр. 12, 3). Истицало се да је основни квалитет овог медија економичност јер „исто онако као што је увођење машине у индустријска предузећа изазвало потпуни преокрет у врсти производње, тако и радио помоћу своје јефтиноће пружа онима који су до сада били далеко од музичке културе ужитак музичког дела, која су била приступачна само имућнијима“ (1930, бр. 14, 3). Дакле, постојала је свест о захтевима тржишта, што је одлика привредне и друштвене модернизације.

Као што смо нагласили, велики део програма чинила је музика са грамофонских плоча. Осим тога, посебна појава, до тада страна многим слушаоцима, јесте преношење уживо извођене музике, па је тако радио постао „посредник између музичког продуцента [извођача, Б. С.] и конзумента“ (Шварц, 1933; 46).<sup>72</sup> Преноси живих музичких извођења омогућили су да слушаоци нижих друштвених слојева, који нису имали искуство посећивања институције јавног концерта, „учествују“ у том догађају.<sup>73</sup> Овај податак је још вреднији ако имамо у виду да је „музички живот у нашој престоници [био Б.С.] прилично сиромашан“ (1936, бр. 7, 1). Наиме, музика на радију постала је медиј за брисање граница између различитих друштвених слојева, иако су између тих слојева суштинске границе постојале. Управо је о томе говорио и Рикард Шварц: „У колико је дакле радиофонија у извесној мери смањила публику у концертној сали..., утолико је с друге стране популаризовала музичку уметност и проширила у највећој мери круг музичких консумената“ (Шварц, 1932: 47). Развој популарне културе, односно побољшање квалитета свакодневног живота, омогућио је повезивање различитих друштвених структура слушалаца музике на радију.

---

<sup>71</sup> Међуратни период у Србији/Југославији посебно је био буран на политичком плану. О томе сведоче догађаји као што су атентат на краља Александра Карађорђевића у Марсеју (1934), успостављање намесничког режима Милана Стојадиновића (1935), пад Стојадиновићеве владе (1939), стварање Бановине Хрватске (1939), државни удар, рушење владе Драгише Цветковића (1941) и немачка окупација, односно почетак II светског рата (1941).

<sup>72</sup> Радио-станица је имала два студија – мањи за предавања и вести, а већи за музичка извођења. Први стални извођачки састав је био радио квинтет, касније је основан радио-џез оркестар, цигански оркестар, радио-дувачки септет и радио оркестар.

<sup>73</sup> Истиче се да „радио по статистици највише замењује концертну салу (60%), па онда салу за предавање и литературу (24%), извештајни биро (10%) и актуелности (3%)“ (1931, бр. 10, 1).

Велики део програма сачињавала је народна музика.<sup>74</sup> Устаљен је став о повезивању народне музике са традиционалном музиком, нижим друштвеним слојевима (који се често повезују са сеоским срединама),<sup>75</sup> па чак и примитивним друштвима (Middleton, 1990; 127). Међутим, постоје тумачења да је продор народне музике део процеса модернизације традиционалних друштава, а чињеница је да су многи фолклорни жанрови утицали на развој популарне музике (Middleton, 1990; 129). На београдском радију народна музика је заправо тумачена као вид забавне, „лаке“, музике, означаване најчешће термином „народна свирка“.<sup>76</sup> Извођачи народне музике били су разноврсни, међу њима вокални солисти, инструментални солисти (углавном на хармоници, ређе на гуслама или гајлама), оркестар српских Цигана, народни ансамбл Радио Београда (основан 1935. године), тамбурашки радио оркестар (основан 1936). Народна музика је углавном извођена уживо (у вечерњим часовима), а ређе је емитована с плоча (обично у јутарњим часовима). Од извођених нумера најпопуларније су биле народне игре, вокалне композиције („народна свирка с певањем“) на текстове љубавне или забавне тематике, а повремено су штампани текстови песама и нотни записи. Тешко је прецизније одредити жанр песама, мада претпостављамо (на основу текстова и назива песама) да су доминирале староградске песме, севдалинке, а од инструменталних композиција кола (неке од народних песама пуштане су у емисији „Музика за игру“).<sup>77</sup> Сматрало се да је овакав тип музике посебно карактеристичан за београдско подручје јер „Београд треба да нам пружи оно што не можемо чути нигде осим у Београду, а то је наша песма, наша севдалинка“ (1936, бр. 14, 1). Дакле, уочавамо аналогије међу карактеристикама народне и популарне забавне музике (забаван, весео, играчки карактер, љубавна тематика, прихваћеност у ширим слушачким круговима), а то додатно указује на чињеницу да је народна музика била део популарне културе.<sup>78</sup>

<sup>74</sup> Чак је и сигнал за паузу био мотив из познате народне песме „Милкина кућа на крају“ (1933, бр. 14, 5).

<sup>75</sup> Једна од последица индустријализације (модернизације) јесте чињеница да је „капиталистичка производња ујединила простор, који више није ограничен вањским друштвима... економска повијест, која се цијела развила око супротности град–село, дошла је до ступња успеха који поништава оба та појма... појављује се узајамно нагризање града и села“ (Debord, 1999; 137–142). У међуратној Србији дихотомија град–село није уклоњена, али је евидентно да је дошло до размене утицаја.

<sup>76</sup> Подсећамо да се у анкети из 1937. године највећи број испитаника изјаснио за народну музику (1937, бр. 23, 1–2).

<sup>77</sup> *Чезнуће за драгим, Синоћ ми се расдио драги, Ах кад тебе љубит не смем, Свилен конач, Прошла мода девојкама, Мој дилбере, Дај да пијем, Жижино коло, Мангупско коло, Ала узе жене и друге.* Емитовани су и тематски циклуси песама – „Нема љубави без суза“ или „Песме лепим женама и девојкама“.

<sup>78</sup> Фиск је изричит у тврђњи да „фолк култура“ није популарна култура. „Фолк култура је“, за разлику од популарне, „производ стабилног, традиционалног друштвеног поретка, у коме друштвене разлике нису конфликтне природе. Популарна култура је, насупрот фолк култури, непостојана и пролазна.“ Такође, он истиче да популарну културу, за разлику од „фолк културе“, производе индустријализована друштва (Фиск, 2001; 195–196). Међутим, ми се не можемо сло-



Већ смо указали да политичку модернизацију карактерише свест о националној припадности, што се може приметити и на основу одређених сегмената музичког програма. У правилнику о раду радио-станица постојала је одредба да у програму мора бити заступљена национална, словенска и страна музика, а да вокална музика мора бити на државном језику, уз могућност изузетака (1933, бр. 17, 1). Истиче се да музика не може бити разумљива свим народима, односно не може бити „интернационална“, па је неопходно да сваки народ има своју музику (1933, бр. 3, 1). Стога је на програму значајно место имала српска музика, посебно песме из старије фолклорне традиције (1933, бр. 3, 4).<sup>79</sup> Упоредо, постојала је и идеја југословенства, те су презентоване емисије чију су садржину чиниле „југословенске баладе“ и „југословенске песме“. У том смислу, део музичког програма био је условљен политичким дешавањима.

Једно од значајних питања класичне теорије модернизације јесте поставка дихотомије „традиционалности“ и „модерности“ (Гредељ, 1997). Са једне стране, навели смо „модерне“ музичке појаве, а са друге, свакодневни преноси литургија указују на још увек присутан традиционални систем, чија је одлика заступљеност религије на државном нивоу (Марковић, 1990; 11). Међутим, „борба између традиције и иновације, што је начело унутарњег развитка културе повјесних друштава, може се пратити само преко сталне побједи иновације“ (Debord, 1999; 146).<sup>80</sup> Без обзира на традиционалне тенденције, европска и америчка музика су чиниле велики део програма, а слушаоци су то одобравали. Управо је то један од највидљивијих знакова укључивања у процес модернизације.

## ЗАКЉУЧАК

На основу анализе рада Радио Београда у међуратном периоду, а посредством ишчитавања часописа *Радио-Београд*, можемо закључити да су постојали услови за модернизацију српског друштва. С једне стране, уочили смо да се српско друштво налазило у периоду транзиције ка модернизацији, а са друге, увидели смо да је модернизација у појединим сегментима политичког,

---

жити с његовим констатацијама. Ако се сетимо критеријума који одређују популарну културу (допадљивост широкој популацији, масовна конзумација, супротстављеност високој култури), не можемо народну музику у потпуности искључити из ове групације. У прилог нашем ставу наводимо мишљење Џона Сторија (John Storey), који истиче да је „први концепт популарне културе настао са развојем интересовања за фолклор крајем 18, у 19. и почетком 20. века“. Касније, идеја о популарној култури као „фолк култури“ развијала се међу интелектуалцима широм Европе и Сједињених Америчких Држава (Storey, 2003; 15).

<sup>79</sup> У емисији „Специјалитети разних станица“ београдска станица се залагала за емитавање „српске музике“, старе српске фолклорне традиције или песама које имају националну конотацију (*Марш на Дрину*, *Марш Краљеве гарде* и слично).

<sup>80</sup> Стога, традиција није пука супротност модерности, већ основа која се мора трансформисати како би се уклопила у процес модернизације (Гредељ, 1997; 42)

друштвеног и културног живота била остварена. Улагање иностраног капитала било је један од кључних момената за започињање процеса модернизације, што је узроковало брже ширење страних утицаја (европских и америчких). У том смислу, ефикаснијем прихватању модернизационих модела допринео је развој културе свакодневног живота, популарне културе и музике. Музика емитована путем радија била је у међуратном периоду један од најделотворнијих система у „преношењу“ порука модернизације у београдској друштвенокултурној средини. Сагледавањем музичког програма установили смо да су кључни формални показатељи модернизационог процеса (велика социјална диференцијација, индустријализација, велика емпатија, масовна комуникација, утицај страног капитала, национално осећање припадности, секуларизација) имали велику могућност за друштвену примену управо посредством музике. Како је увек постојао отпор неразвијених и мањих друштава у преузимању модела развијених заједница, показало се да је систем медијског повезивања најприхватљивији за освајање шире популације. У том смислу, медиј радија, као и музика емитована посредством радија, представљају кључне механизме који су допринели укључивању Србије/Београда у модерне европске токове.

#### Литература:

- Баронијан, Варткес (1970а): „Забавно музички живот Холивуда“, *Звук*, бр. 104/105: 212–214
- Баронијан, Варткес (1970б): „Пола века београдског забавно-музичког живота“, *Звук*, бр. 102/103: 104–106
- Baycroft, Timothy (1998): *Nationalism in Europe, 1789–1945*, Cambridge: Cambridge University Press
- Debord, Guy (1999): *Društvo spektakla*, Zagreb: Arkzin d. o. o.
- Фиск, Цон (2001): *Популарна култура*, Београд: Клио
- Frith, Simon (2003): „Music and Everyday Life“, u: Martin Clyton, Trevor Herbert i Richard Middleton (ur.): *The Cultural Study of Music*, New York & London: Routledge
- Гашић, Ранка (2005): *Београд у ходу ка Европи, културни утицаји Британије и Немачке на београдску елиту 1918–1941*, Београд: Институт за савремену историју
- Гредељ, Стјепан (1996): „Модернизација и модерност“, *Филозофија и друштво, часопис Института за филозофију и друштвену теорију*, бр. 9/10: 239–248, (приступљено 30. марта 2006), <http://www.istifdt.bg.ac.yu>
- Гредељ, Стјепан (1997): „ИЗАЗОВИ И ЗАМКЕ ТРАНЗИЦИЈСКЕ ПАРАДИГМЕ, концептуално-теоријско самопропитивање социологије друштвеног развоја“, у: ибид, бр. 12: 41–47, (приступљено 30. марта 2006), <http://www.istifdt.bg.ac.yu>

- Мандер, Цери и Голдсмит, Едвард (2003): *Глобализација – аргументи против*, Београд: Клио
- Марковић, Ј. Предраг (1990): *Европски утицаји на процес модернизације Београда од 1918–1941*, Филозофски факултет у Београду: магистарски рад, рукопис
- Марковић, Ј. Предраг (1995): *Друштвени живот Београда 1948–1965 – Утицаји света подељеног на Исток и Запад*, Филозофски факултет у Београду: докторска дисертација, рукопис
- Middleton, Richard (1990): *Styding popular music*, Philadelphia: Open University Press
- Negus, Keith (1996): *Popular Music in Theory*, Middletown: Wesleyan University Press
- Савић, Владимир (2000): „Музика на радију“, у: Миливоје Павловић (ур.): *Дежурно ухо епохе (Радио-Београд 1924–1999)*, Београд: Радио-телевизија Србије
- Симовић, Живомир (2000): „Првих 75 година“, *ibid.*
- Смирс, Јост (2003): *Уметност под притиском, промоција културне разноликости у доба глобализације*, Нови Сад: Светови
- Storey, John (2003): *Inventing Popular Culture*, Oxford: Blackwell Publishing
- Storey, John (2004): *Cultural Theory and Popular Culture*, Peking: Peking University Press
- Шварц, Рикард (1932): „Музика на радију“, *Звук*, бр. 2: 45–50
- Жутић, Никола (1994): *Краљевина Југославија и Ватикан*, Београд: Маштел Commerce /Архив Југославије

#### Часопис Радио-Београд

- 1929: „Нова београдска радио станица“, бр. 1: 1
- 1929: „Како изгледа станица Радио-Београд“, бр. 1: 3
- 1929: „Одушевљени поздрави наших слушалаца“, бр. 1: 6
- 1929: „Наша народна посела“, бр.1: 8
- 1929: „Против дивљих ловаца у радију“, бр. 2: 1
- 1929: „Свечано отварање београдске радио-станице“, бр. 3: 1
- 1929: „Шансоне Паулине Јесић“, бр. 5: 6
- 1929: „Извод из правилника“, бр. 5: 11
- 1929: „Колико има радио часописа у Европи“, бр. 5: 16
- 1929: „Модерна серенада“, бр. 6: 5
- 1929: „Индијанци у Америци“, бр. 6: 6
- 1929: „Програм за суботу, 27. 04. – Час играња“, бр. 6: 14
- 1929: „Недељни програм београдске радио станице од 3. до 8. јуна“, бр. 12: 14

- 1930: „Радио техника“, бр. 1: 11  
1930: „Час народног здравља“, бр. 1: 19  
1930: „Мајка феминизма“, бр. 2: 17  
1930: „Мушкарци и феминизам“, бр. 3: 1  
1930: „Програм за 25. 01. – Шетња кроз београдске ресторане“, бр. 3:19  
1930: „Културна мисија радиофоније“, бр. 6: 1  
1930: „Проблем трагичне љубави у музичким делима“, бр. 7: 2  
1930: „Програм за 16. 02. – Кабаре 'Хало! Радио Београд!'“, бр. 7: 17  
1930: „Музички романтичари“, бр. 8: 7  
1930: „Годишњица наше радио станице“, бр. 12: 1  
1930: „Значај радија у савременом музичком животу“, бр. 14: 1–3  
1930: „Плави аутомобил: Велика сензација у Београду“, бр. 26: 6  
1931: „Бетовен на грамофонским плочама“, бр. 1: 5  
1931: „О вештини кувања“, бр. 1: 19  
1931: „Радио и жена“, бр. 3: 1  
1931: „Радио у служби општих интереса“, бр. 5: 10  
1931: „Смисао и циљ промене“, бр. 6: 1  
1931: „Радио за раднике“, бр. 7: 1  
1931: „Док смо дошли до радија... Шта нам све он пружа и шта све замењује“, бр. 10: 1  
1931: „Ко највише слуша радио“, бр. 11: 5  
1931: „Двогодишњица наше радио-станице – постигнути резултати“, бр. 12: 1–2  
Вукдраговић, Михаило (1931): „Музика за радио“, бр. 13: 2–3  
1932: „Култура старих америчких народа“, бр.1: 8  
1932: „Модерни пријемници“, бр. 1: 27  
1932: „Африка пева“, бр. 2: 4  
1932: „Отварање првог југословенског парламента“, бр. 4:1  
1932: „Радио у породици“, бр. 4: 4  
1932: „Радио је покрио цео свет“, бр. 8: 4  
1932: „Колумбија радио у Америци“, бр. 9: 1  
1932: „Американско књиговодство“, бр. 13: 8  
1932: „Телевизија у садашњости и будућности“, бр. 16: 4  
1932: „Радио у служби алкохолизма“, бр. 20: 3  
1933: „Један занимљив радио-догађај“, бр. 2: 2  
1933: „Национални и интернационални програми“, бр. 3: 1  
1933: „Специјалитети разних станица“, бр. 3: 4  
1933: „Похвала радију“, бр. 5: 1

- 1933: „Радио као опште право“, бр. 6: 1  
1933: „Радио за 138 милиона слушалаца“, бр. 8: 6  
1933: „Музичко васпитање радио слушалаца“, бр. 12: 1  
1933: „Радио и његови слушаоци“, бр. 15: 1  
1933: „Нови знак одмора београдске радио станице“, бр. 14: 5  
1933: „Правилник о раду радио-станица“, бр. 17: 1  
1934: „Радио као инструмент националне пропаганде“, бр. 2: 1  
1935: „Радио у 1934“, бр. 1: 1  
1935: „Радио у 1934“, бр. 2: 1  
1935: „Пропаганда радија“, бр. 3: 1  
1935: „Анкета о емисионом програму“, бр. 9: 1  
1936: „Какве планове има радио-клуб“, бр. 1: 4  
1936: „Слушаоци праве свој програм“, бр. 3: 1  
1936: „Parlez-moi d’amour“, бр. 3: 9  
1936: „Југословенски радио у Америци“, бр. 5: 1  
1936: „Ко ће кога убити“, бр. 12: 3  
1936: „Прелазни програм“, бр. 14: 1  
1936: „Јутарњи концерти“, бр. 16: 1  
1936: „Шрамел музика“, бр. 20: 8  
1936: „Резултат анкете“, бр. 22: 1  
1937: „Наш радио у очима једног Енглеза“, бр. 17: 1  
1937: „Резултат анкете за радио-претплатнике извршене у почетку ове године“, бр. 23: 1–2  
1938: „Изложба“, бр. 2: 1  
1938: „Модерна енглеска музика“, бр. 2: 5  
1938: „Вести о холивудским звездама“, бр. 7: 1  
1938: „Емисија изненађења“, бр. 11: 3  
1939: „Интервју“, бр. 1: 1  
1939: „Жене у служби радија“, бр. 7: 1  
1939: „1929–1939“, бр. 9: 1  
1939: „Светска изложба у Нјујорку – павиљон козметике“, бр. 21: 13  
1939: „Прослава петстопедесетогодишњице косовске битке“, бр. 26: 1  
1940: „Како треба да негујете лице ако вам је кожа сува и затегнута“, бр. 1: 12  
1940: „Програм београдске радио станице у току 1939“, бр. 4: 1