



ETIČKI LONAC

Kada među svojim neobjavljenim rukopisima naiđete na tekst pisan povodom televizijske emisije emitovane pre nekoliko nedelja, imate utisak da čitate nešto što ste napisali tako davno da se, ukoliko tekst nema datuma, odnosno emisija naznačeno vreme emitovanja, nađete u čudu zbog čega se takav papir još vrzma među skicama, starim pismima i usputnim zabeleškama. Neobjavljena televizijska kritika deluje kao raritet, kao arheološka iskopina nepriznate vrednosti. Pri čitanju najznačajnije deluju oni delovi koji se odnose na značenje što ga je emisija imala po vreme kada ste tekst ispisivali. Više nego u drugoj vrsti kritike oseća se napor da se vreme „usvajanja“ emisije dovede u vezu sa vremenom opisivanja fenomena koji je emisija zagovorila. Tim više ukoliko je povod za televizijsku rubriku bio jedan televizijski trenutak, jedan spot, kratka vest ili tek protelevizično stanje. To specifično, kondenzovano, udvojeno vreme doima se kao neistorijsko, kao vanvreme; kao stavak iz vaše biografije koji se ne može ni ispitati ni zapamtiti jer ga odviše karakteriše uobičajenost. Rečju, ono ne-vreme koje tek kroz formu televizijske kritike – u opisivanju sprege konkretnog, objektivnog vremena u kome se dati televizijski trenutak zbio, i vašeg, subjektivnog vremena „iz kog ste se zakačili“ za zbivanje na televizijskom ekranu – dobija svoju istorijsku punoću, smisao da se na njega podsetimo. Nešto kao nostalgija sama izvire iz ovih redaka, neobjavljenih iz svih onih mogućih redakcijskih i ličnih, objektivnih i manje objektivnih razloga (zakašnjenje hroničara, odbijanje urednika da objavi tekst i sl). Sređujući svoj televizijski dnevnik naišla sam na jednu takvu kritiku: „stara“ nepunih godinu dana, pisana za „Mladost“ čiji sam bila televizijski hroničar dve godine, ali više se zaista ne sećam zbog čega nije objavljena. Citiraću je u celini jer se samo potpunim prenošenjem misli iz „onog vremena“ može doznačiti šta se kritikom htelo:

TRAGOM VESTI

Iznenadni put predsednika Sadata u Izrael potresao je svet. Njegovo pojavljivanje na vratima tek prispelog aviona, po dolasku na izraelsko tlo, označilo je ne samo novo poglavlje u odnosima na Bliskom istoku (što je suvi politički

zaključak), već i trenutak u kome je televizija kao komunikacioni model potvrdila neke svoje izvanredne mogućnosti. Sve što smo pre 19. novembra 1977. čuli i pročitali o budućem dolasku Sadata u Izrael našlo je u našem televizijskom doživljaju toga zbivanja putokaz za spoj dva „prethodna“ komunikaciona modela (novine, radio). Bili smo uzbuđeni činjenicom da ćemo zaista, *uistinu*, videti i čuti ono što nam je usmena (radio) i pisana vest (novine) „predskazivala“. U trenutku Sadatovog izlaska iz aviona gledaoci širom sveta su ujedinjeno, „u istom dahu“, potvrđivali i razgrađivali smisao podataka o volšebnosti Sadatovog zakoračenja na izraelsku teritoriju. Na isti način, naši prethodni razgovori sa poznanicima o političkom i etičkom značaju ove posete itekako su našli odjeka u krajnjem ucelinjenju televizijskog doživljaja.

Svest o mogućnosti „grupnog učestvovanja u važnoj stvari“, osećanje zajedništva u trenutku „koji svet uzbuđuje, pa samim tim i mene“, televiziju čini trenutno najbogatijim komunikacijskim modelom po svom fenomenološkom ustroju: „znanog“, „upravo saznatog“ i „tek upoznavajućeg“.

Televizija nudi gledaocu ono stanje komšijske blizine preko koje svi podaci postaju „naški“, pri čemu kao krajnji domet tog naoko idealno oprirođenog, ravnopravnog stava prema svim zbivanjima u svekolikoj stvarnosti, doživljavamo kao zalag našeg prisustva u „toj“ stvarnosti.

Nema nikakve sumnje, gledaoci u Izraelu su sa povišenijom temperaturom sagledavali osmeh na Sadatovom licu i nehajni pokret rukom u znak prvog pozdrava budućim poznanicima. S druge strane, gledaoci iz Egipta su sa verovatno drugačijom „bojom“ raspoloženja primili k srcu ovaj trenutak. Pokrenuti princip etičke pripadnosti (datom zbivanju) bio je odlučujući u dosezanju mogućeg totaliteta smisla pomenutog televizijskog događaja. Raster „znanog“, „već saznatog“ i „tek upoznavajućeg“ bio je širi u sredinama gde je gledalac posedovao ne samo veći broj „prethodnih“ podataka, nego i broj podataka koji su sadržinom bili bogatiji.

Put ka televizijskoj informaciji vodi preko spoznatih informacija privatnih i državnih stanica. Usmeni razgovor, čitanje novina, slušanje radija, konkretno osećanje problema o kome će televizijska informacija nešto više reći (ratno stanje u Egiptu i Izraelu) – čine trasu za određivanje napona jedne televizijske vesti. Stoga, nije nikakvo čudo što su se pojedine sredine „ovog sveta“ uključile u direktan prenos Sadatovog pristajanja na izraelsko tlo. To je bila potreba da se sublimno, u jednom času, najviše moguće prožive svi oni trenuci koji su vodili ka ovom događaju. Bez obzira na kvalitet te potrebe (odbiti značaj događaja ili ga prihvatiti), samo „gledaočevo pristajanje“ pred televizijski aparat je označavalo opravdanost golemog zajedništva jednog časa, i jednog vremena. Zato, televizija kao komunikacijski model i nije ništa drugo do sredstvo za negovanje sopstvenih potreba, ubeđenja, sposobnosti – pa i raspoloženja, onih najličnijih. Estetika ovog medija se i gradi u priznavanju sopstvene nedostatnosti bez „lika“ televizijske slike.

Zapis o petominutnom zbivanju na ekranu na dan 19. novembra 1977, osmišljen u relaciji „ja–svet“, „gledalac–medij“, „medij–život“, ponajviše ima smisla za uhvaćeni trenutak stvarnosti, nećeg što i jeste

i nije vaš život, što vas se neposredno tiče tek u času kad taj trenutak „uklopite“ u svoje potrebe, u svoj život. Televizijski kritičar ima taj izuzetan položaj da objavi jedno takvo prijatno i, zašto ne, plemenito osećanje. Javnost se upoznaje sa njegovom „kritičnošću“ ali i sa njegovom spremnošću da stvarnost zahvati, da iskaže interesovanje „za tuđi život“, „za tamo nečije potrebe“. Ako se inače od kritičara zahteva socijalnost u prihvatanju „drugog“ (i autora!), televizijski kritičar u tom smislu nosi perjanicu.

Kada televizijski kritičar pristupi opisivanju uočenog televizijskog trenutka važnog po njegov život koliko i interesantnog po medij kojim se bavi, onda to i nije ništa drugo do svojevrсно polaganje zakletve da mu je do „same istine“ stalo koliko i da opisan trenutak približi čitaocu predočavajući mu značaj televizijskog medija u nizu komunikacijskih modela s kojima je savremeni čovek suočen. Televizor je deo njegovog nameštaja koji po dizajnu može služiti jedino za odlaganje novina i sitnih porculanskih figurica na koje su oslonjene razglednice prispele iz domovine i sveta, ali, po odašiljanju poruka u miljeu domaćeg ognjišta on predstavlja *etički lonac*, lonac koji se od onog iz kuhinje razlikuje samo po tome što iz „ekspresnog“ dobijamo sačuvane vitamine za telo a iz ovog „etičkog“ vitamine za duh, što će reći – opet nasušne supstance za telo. Kao što se u ekspresnom loncu od iste količine govedine dobija ista supa u svim kuhinjama sveta a ukus se jedino razlikuje u nijansi (u zavisnosti od kakvoće mesa i zeleni), tako i etički lonac daje istu sliku u svim sobama sveta a kvalitet slike se jedino razlikuje u nijansi (u zavisnosti od kakvoće gledaoca i TV centra koji sliku daje). Produkt etičkog lonca je vredan uvek u srazmeri uloženog truda i sposobnosti da se TV prizor posvoji, pri čemu prezentacija prizora (eventualni spikerski komentar, njegova uklopljenost u ostali TV program dana i sl) utiče na krajnji ishod konzumiranja.

Televizijski konzument je u proseku „oblaporan“ (u toku dana „sažvaće“ i 3–4 časa programa), ali njegovo zadovoljstvo zavisiće od kakvoće konzumiranja. Što je manje vremenski potrebno da se zadovolji gledaočeva glad za slikom sveta, to televizija postiže veću udarnost i svrhovitost. U tom smislu televizijski kritičar traga za opisivanjem dnevnog programa, za trenutkom koji medij uzdiže u ravan neophodne tačke oslonca čoveku sadašnjice, koji ga uverava da mu je u prisustvu televizijske slike svet na srcu upravo zato što mu je ponuđen kao na dlanu. Opisujući sopstveni doživljaj takvog zbivanja, televizijski kritičar nužno objašnjava sam medij zagovarajući njegovu est/etiku. Stoga nam, kada naidemo na neobjavljenu televizijsku kritiku u fioci, ona liči na skrivenu uspomenu koja bezuspešno „reklamira“ potrebu za iskazivanjem osećanja za svet veći i širi no što je teritorija koju opslužuje TV centar koji nam sliku sveta prenosi. Ponovno čitanje neobjavljene televizijske kritike je zato postvaren *spot o nostalgiji* upućen u mislima svima koji

su se, recimo, 19. novembra 1977, našli pred istom slikom sveta. Time je napor kritičara našao svoje odredište.

O SKRIVENIM SLIKAMA ŽIVOTA

Sredinom marta ove godine, neposredno pred početak Festivala dokumentarnog i kratkometražnog filma u Beogradu, Televizija Beograd je emitovala najbolji jugoslovenski dokumentarac za ovu godinu, sasvim nezvanično, u okviru tekućeg programa, u kasne, večernje sate. Reportaža *Sedamnaest monahinja* je delo urednika i voditelja Svetolika Mitića, režisera Miljenka Derete i snimatelja Časlava Pantelinca. Ona nije dobila nijednu nagradu, nije čak ni uvrštena u program festivala Portorož 78. Ali Mitić, Dereta i Pantelinac nastavljaju i dalje da predano i nadahnuto obavljaju svoj posao ne hajući mnogo za slepoću zvaničnih gledalaca televizije i teoretičara audiovizuelnih komunikacija.

Nekoliko trenutaka iz ove reportaže ušlo je zasvagda u imaginarni muzej „neophodnih ljudskih susreta“. To su bili upravo oni trenuci koji su odstupali od stereotipa u kojem voditelj-namernik raportira problem po klišeu „mi pitamo – vi odgovarate“. Svetolik Mitić se raspitivao o životu monahinja u okrugu manastirskih konaka sa decentnošću pridošlice koji je svestan izuzetnosti života ovih žena, postavljaajući im pitanja s preciznom znatiželjom televizijskog radnika kome je stalo da i gledalac oseti tu izuzetnost života, povećavajući time pozornost gledaoca na fenomen ulaska televizijskih kamera u takav jedan sebi samosvojestven svet. Mitić je pitao i ono što ni najsmeliji gledalac ne bi očekivao ni pretpostavio da se može manastirski čovek upitati. Pitao je prvu sagovornicu, monahinju Nedelju, „Je l' to običaj da se u manastiru posluži slatko kad došljak stigne“. Predložio je na to da sednu i porazgovaraju. Pitao je zatim monahinju „da li jedete meso“, „koliko trošite“, „da li postoje neke zabrane...“ Monahinja Nedelja je na isti način, „kao usput“ odgovarala, kao da je sasvim prirodno da je televizijski voditelj pita o tome kako živi i šta joj je smisao života. Jednu drugu monahinju, Ninu, koja radi ikone, pitao je „šta radite sem toga, kad ikone ne radite“, „kako živite ovde“ i „jeste li zažalili što ste ostali u manastiru“. A jednu monahinju je Mitić sasvim usput zapitao „šta sanjate noću“.

Uz muziku Vangelosa (*Raj i pakao*), u fokusu izvanredne kamere Časlava Pantelinca i pod savršenim ritmičkim ravnanjem režisera Miljenka Derete, sedamnaest monahinja omanjeg manastira kraj Kruševca ispričalo je Svetoliku Mitiću ono što Bogu ne ispričaše – jer su to bile sve „obične“, „tekuće“, „usputne“ stvari koje tek ljude kojima slatko i vodu nudite može zanimati. „Šta sanjate noću?“ – zar to nije pitanje komšije, rođaka ili prijatelja koji bi da dozna bit vašeg življenja da vas ne po-

vredi otkrivanjem značaja motiva zbog kojih to pita. Gledalac ove reportaže je upravo bio sačuvan od osećanja silovite, namerne motivacije, od „zavirivanja u čanak ispitanika“.

Sedamnaest monahinja je reportaža koja se prati u prvom redu kao svet manastirskog kodeksa ponašanja koji je zatvoren a poželjan, jer ga ljudi koji u njemu žive žele takvog ustrojenja, navika i društvenog odnosa prema ostalom delu sveta. Osećanje zajedništva sa Ninom i Nedeljom, dveju sestara iz bivšeg, svetovnog života i iz ovog, monaškog, ostvarivalo se u proosećanju za njihove životne norme i opažanja stvarnosti koju i mi s njima delimo na istoj teritoriji, „dok nam život zajednički traje“.

Da televizijska reportaža može izvitoperiti i najiskrenije porive sačinitelja i odvući dokument u ravan puke informacije i načela „mi smo tu s kamerom – znači da postojite“, pokazala je epizoda iz dokumentarne serije *Žena danas* koju je pripremila TV Sarajevo.

Zabeleženo po emitovanju, na noć 1. juna '78: Voditelj Mirjana Jančić i njeni razgovori sa bolničkim osobljem zapremaju više od polovine emisije što guši osnovnu ideju – predstaviti najsavremeniji način porađanja u jednoj tako vrhunski opremljenoj akušerskoj klinici kakva je „Zehra Mujović“ u Sarajevu. Smisao čitavog projekta lavira u tome da se do kraja iskaže zadatak ulaska televizijskih kamera u porođajne sale. Da li je informacija o zbivanju u porođajnoj sali važnija od toga da se opiše kako podnosi svoje stanje porodilja tzv. bezbolnog porođaja? Stiče se utisak da se preračunavalo šta je televizijski zanimljivije, šta se publici može dopasti, a pri čemu bi zatvorila oči. Šta televizija može snimiti a šta ne bi trebalo ako se već ne mora? Na isti način kalkuliralo se sa konkretnim ljudskim životom, sa porodiljom koja kao da je bila tu samo da ilustruje htenje televizijskih radnika da efektno zabeleže bezbolno porađanje koje je tako „fino“ i „zaglađeno“ (bez odviše krikova i sličnih, propratnih neugodnosti za oči i uši) da pogoduje tehnicima snimanja i voditelju koji ima više radnog prostora za manevar sa mikrofonom...

Nikakvo čudo što je rođenje deteta upravo voditelj doživeo sa najviše vidnog i čujnog uzbuđenja. Dok je Jančićka uzvikivala „što je lepa beba“, „što je lepa beba“, majka-porodilja još ni glasa ni osmeha nije pustila, a doktori su savesno govorili u Jančićkin mikrofon šta će se dalje dešavati... Ispalo je: dete se rodilo – živela televizija! Živela televizija koja sve s pažnjom prati, koja je na svakom mestu važnom po društvo, koja sve beleži, koja ulazi tamo gde je najopasnije po život, i tome slično... No, ako komentar „o lepoj bebi“ Mirjane Jančić možemo podvesti pod iskrenu radost žene koja je na čas zaboravila da je komentator a ne protagonist događaja, ničim se ne može obrazložiti ono dugo, besomučno beleženje reakcije još umorne porodilje kojoj babica prinosi dete tik uz glavu da bi kamera zabeležila prvi dodir majke i tek rođenog deteta. Ta puna dva minuta nasilnog približavanja deteta zamorenoj majci radi volje reditelja Nedima Đuherića (montaža je mogla ise-

ći nesuvisli snimateljski rad!), bilo je stravično korežiranje stvarnosti i mogućnosti tzv. objektivne televizijske registracije zbivanja.

Kamera može sve zabeležiti, i neka beleži. Ali, kamera ne sme „dolisjavati“ tamo gde bi htela da se predstavi kao svevišnji estetički bog. Radi lepote kadra, radi dobre kompozicije u kojoj beba naleže na maminu glavu „ko anđeo na majku Bogorodicu“ – ne sme se iznuđivati osećanje ni u aktera samog zbivanja, ni kasnije, u televizijskoj publici. *Etičko jeste estetičko*, i tu nema druge. Od svih medija televizija najbrže pokaže naivni lik u prikazivanju svoje nevinosti kada jedno stvarno zblivanje protura kao svoju objektivnost. Naivno nije uvek nevino, objektivno je uvek jedna subjektivnost. Nije na televiziji da bude subjektivno uzbuđena dodirnom majke i tek rođenog deteta ali, svakako, njen zadatak nije ni da takav susret režira.

KAKO U FILM

Kamera i čovek ispred nje, uobičajeni je uvod u film. Povremeno, ovu skoro sakramentalnu vezu naruše urednik ili spiker koji daju reč uvodničaru. Ponekad uvodničar sa urednikom prozbori po koju o datom filmu, ponekad se spiker, najavljiivač programa, osmehne neprofesionalnom petominutnom sagovorniku, ili čitaču, ako tako uvodničar hoće. Kada je emitovanje uživo, studiji u kojima se snimaju najave obično su bez prigodne scenografije, pa se tako uvod lako uklapa u tekuću traku informacija. Ova vrsta uvoda u film najčešće se proglašava najmedijalnijom, no ona u sebi sadrži sumnjive pretpostavke o idealitetu veze čoveka – filmskog stručnjaka i kamere. Po viđenom, malo je onih koji savršeno dobro vladaju osećanjem za vreme (koliko je uobičajeno da se činjenice *ex cathedra* nabroje) i za ono televizijsko vreme koje, nabojem svoje prolaznosti, lovi i zapisuje svaki uludo utrošen trenutak. Nije sve ni u pažljivo napisanom tekstu koji uvodničara štiti od govorničkih smetnji (uzrečice, varijantni opisi) jer su mane iskaza i govora skoro bukvalno dovedene u prvi plan procene. U procepu „izreći sve o filmu u zadatih pet minuta“ i sebe prikazati kao ličnost „u vremenu koje me okružuje danas i ovde“ uvodničar često prenebregava granicu televizijskog vremena i onog statičnog, vanstudijskog. Zato, i ona ogromna napetost u držanju, gestici i izgovoru. Zatim, skoro familijarna pričljivost u nekih uvodničara, smešak radi smeška, izigravanje velikog šarmera ili doličnog stručnjaka a dobro izgledajućeg momka. Ovaj se problem može rešiti jedino ako se najava kakva je danas po strukturi promeni, ako se razbije petominutni rafal spoljnog televizijskog saradnika (podrazumeva se da ljudi sa televizije to mogu „od oka“, bez mnogo muke i buke). Razgovor o filmu je mnogo prirodnije stanje za televiziju, pa

se monolog uvodničara sasvim lako može pretvoriti u dobronamerno ćaskanje o filmu. Gledaoci i inače ne očekuju od najave da pouči: oni iščekuju novo lice kao novu reklamu, ali isto tako i stanje i ponašanje uvodničara kao jednog iz EPP-a. Za one koji nisu odrasli u TV studiju mnogo je bolje da u razgovoru dođu – do filma, i svoje televizijske personalnosti.

Film, oblik audiovizuelne komunikacije uklapa se u dnevni televizijski program kao njegov neraskidivi deo, kao „fiktivno proširena vest“, kao televizijski iskaz koji deluje i svojom matičnom, filmskom formom, i ovom pridoškom, televizijskom. Ipak, postoje razlike u primanju filma putem televizijske komunikacije. U zavisnosti od vrste akcije i stila njenog kazivanja, dati film ćemo karakterisati kao više filmski, odnosno, televizijski. S druge strane, postoje filmovi koji i na televiziji prolaze kao i u kinematografskoj produkciji. To je ona ređa grupa filmova u kojima akcija nema jasnu svrhovitost kakvu ima jedan vestern, kriminalni film ili psihološka drama. Jedan od takvih filmova je *Orfejev testament* Žana Koktoa, emitovan 20. avgusta '78, koji osim eliptične forme poseduje i onu vrstu sadržaja koji se u televizijskom gledalištu najčešće karakteriše kao dosadan i bezrazložan. Da li je to razlog da se ovakav film ne prikaže na televiziji?

Ukoliko pretpostavimo da je u nedelju, 20. avgusta ispred malog ekrana bilo ljudi koji su oboružani iskustvom diskurzivnog mišljenja, određenim obrazovanjem ili pak ljubavlju za stvaralaštvo Žana Koktoa, onda je već samim tim logičan i opravdan urednički potez Nenada Pate da ovo naočito delo postane deo televizijskog repertoara. No, ako i ovu činjenicu zanemarimo *Orfejev testament* je mogao prodrati i u srca onih gledalaca koji su letimice bacali pogled na svoj televizor, onih kojima je pažnja tokom gledanja filma popuštala iz svih mogućih okolnih, nemedijskih razloga. Poruka *Orfejevog testamenta* mogla se uočiti u sasvim malim segmentima, u pola sekvence: dovoljno je bilo videti Žana Koktoa sa orhidejom u ruci da bi se osetila aureola poetike čitavog filma. Njegovo lice, način hoda, govora i odnosa prema partneru, mogli su pokrenuti i u najobičnijeg gledaoca damar one specifične atmosfere u kojoj razrastaju tajne lepote, ljubavi i umetnosti. Ukoliko je taj, takozvani prosečni gledalac, samo za trenutak uhvatio deo sekvence u kojoj Kokto gledajući u cvet crta sopstveno lice a ne očekivanu mrtvu prirodu, onda je osnovna misao filma doprla do njegove spoznaje i osećajnosti.

U ovom času problematika filmskog inserta na televiziji dobija na smislenosti: nije odlučujuće po televizijskog gledaoca da odgleda celinu zbivanja, koliko da nauči da odgleda svaku audiovizuelnu tačku koja se oformljuje na ekranu. Ne može se, niti se mora svaka tačka televizijskog programa odgledati od početka do kraja. Razlog je poznat, iako se u teoriji vizuelnih komunikacija prenebregava: televizijsko sapštavanje je uslovno jer je dato na volju primaocu da reguliše njego-

vo trajanje, na način kako koristi knjigu u svom stanu. Gledalac često upali televizor u pola filma baš kao što upadne u emitovanje *Dnevnika* ili prenosa fudbalske utakmice. Upravo zbog te „neodredljivosti početka komunikacije“, televizijski repertoar i kad uključuje u sebi tako „čvrsto“ izdvojene celine kakav je celovečernji film, mora se podrazumevati mogućnost uskakanja u telo, u celinu datog filma. Naravno, ne može se izričito pretpostaviti da najveći broj gledalaca uskače u emitovanje filma, ali se sa sigurnošću može pretpostaviti da gledanje filma na televiziji nikada ne propraća ona tenzija za sagledavanjem celine (uzimajući u obzir i filmsku špicu!) kakav je slučaj sa bioskopskom, filmskom projekcijom istog filma. Način emitovanja filma putem televizije utiče i na promenu stava o ulozi i svrsi filmskog inserta. Insert na televiziji nije deo filmskog „foršpana“ već prirodan oblik televizijskog iskaza, i po tome ravnopravni, relevantni deo ostalom televizijskom programu.

Poseban efekt izaziva uključivanje u program televizijskog filma koji je za potrebe kinematografskog tržišta prebačen sa trake od šesnaest na traku od tridesetpet milimetara. Dok gleda film, gledalac može da prati i tumači razloge ovog preimenovanja uočavajući značaj televizijskog saopštavanja gotovih, fiktivnih celina. Takvu, skoro idealnu priliku „pročišćenja“ oba medija imali su gledaoci 5. septembra '78. pred delom Paola i Vitorija Tavijanija *Ja sam bog otac*.

Na kraju ovog televizijskog filma, koji je pušten u kinematografsku distribuciju zbog svoje sociološke poruke, pojavljuje se stvarni protagonista dramatičnih situacija priče, lingvista po struci a književnik po nahođenju, po čijoj je autobiografiji i snimljen ovaj film, sâm Gavino Leda. Naslonjen na zid škole koju je pohađao nepun dan, pošto ga je otac batinom isterao iz klupe i poslao u brda da bude pastir a istovremeno njegov sluga, tridesetogodišnji Gavino Leda govori direktno u televizijsku kameru zbog čega je televizovana njegova ispovest i objašnjava svrhu upoznavanja višemilionskog gledališta sa tragičnim životom sardinijskih pastira. Snimljeno u polukrupnom planu, karakterističnom za televizijski intervju, njegovo lice ne odaje ništa od specifičnog obrazovanja niti bilo kakvu odliku bogatog duhovnog života. To odsustvo zanimljivosti je prvi sloj komunikacijskog šoka na čijem fenomenu inače počiva začudna igra otkrivanja smisla portreta čoveka predstavljenog televizijskim okvirom. Trenutak kasnije, posle prvog kontakta, u pogledu Lede otkrivamo nešto od ranjivosti ljudi koji zbog visoko ispoljene senzitivnosti dolaze prečesto u stanje emocionalnog bloka koji ih nužno odvodi u zatvorenost, introventnost. No, ukoliko treperavost pogleda samo navodi gledaoca na pomisao da se pred njim nalazi nešto nestabilnija osoba, nedostatnost Ledinog bića se snažno otelotvoruje u prvoj izgovorenoj rečenici. Poput vrskanja ili neusaglašenog disanja pri tečnom govoru tipičnog za renonvalescentnog toničnog mucavca, iskoči kao eho davno doživljena trauma koja, konačno, predstavi

svu težinu života ovog čoveka i sâmog svesnog posledica rano stečene neuroze. U tom svom prvom, javnom pokazivanju duševnih ozleda nastalih u prvom redu društvenim ustrojstvom života sardinijskih seljaka, Gavino Leda i kaže da se u gradu, kasnije, najviše plašio situacije da će prestati da govori ukoliko se ne vrati na Sardiniju, u mesto rođenja, na mesto gde je i započeo strah od društva, od ljudi. Dok traje to „stvarnosno“ obznanjivanje muka po Ledi, sve vreme smo svesni vitalnosti direktne, televizijske komunikacije nad onom prethodnom, fiktivno-televizijsko-filmskom preko koje smo hronološki, kroz priču upoznali stradanje Gavinovo. I u tome času postaje i sama priča filma običnija i manje okrutna. Doživljaj očiju „stvarnog“ Gavina Lede, slušanje njegovog govora koji se tvori između dva disajna vapaja – mnogo više pridonosi razumevanju problema koje je filmska priča obelodanila nego sâm film.

Umetničko, fiktivno, na malom ekranu uvek je sekundarno u spoju sa stvarnosnim zbivanjem. Iako i to stvarnosno doživljava svoju stilizaciju (osvetljenje, vrsta objektiva, plan, ugao kamere) ono uvek biva spoznato kao primarno, manje patvoreno od fiktivnog. Dok ponovljen gol u direktnom prenosu fudbalske utakmice uvek označava dodatno, sekundarno bojenje kvaliteta fudbalske igre, dotle spomenuta repeticija u okviru filmske celine *Ja sam bog otac* svodi prethodnu filmsku igru glumaca na čiste znake, pri čemu se filmska priča inverzno postavlja kao podloga za pojavu primarnog označitelja – same stvarnosti.

Film može biti uvršćen u okvir televizijske komunikacije iz različitih motiva. Može biti samostalna celina, sa prethodnom najavom ili pak uklopljen u veliku, viščasovnu televizijsku celinu kao u emisiji *Kino-oko*.

Od samog nastanka, a tome ima već nekoliko godina, jedno pitanje ostaje otvoreno: može li se jedan film tretirati kao povod za sociološku raspravu a da se prethodno, pre početka tematskog razgovora u studiju, estetski ne vrednuje. Tačnije rečeno, može li jedno umetničko delo opsluživati samo svojim smislom, vrednostima što donosi sadržaj dela, a da se njegovo značenje koje se tvori iz forme, iz načina kazivanja datog sadržaja, ostavi po strani, odbaci kao čisto medijski problem, i po tome nevažan sociološki problem. Svakako da je pitanje forme – pitanje umetničkog projašnjavanja stvari. Ali, i pitanje sadržaja koji data forma iskazuje – pitanje je jednog posebnog, autorskog i time autohtono sociološkog pogleda na svet stvari koje se obrazlažu. Vrednosti jednog filma nužno proizilaze iz usaglašavanja sadržaja i forme – i tu nema velikog zbora. Da je umetnost nešto drugo od stvarnosti, da je sadržaj datog filma uvek nešto drugo od sličnog oblika stvaralačkog događaja, nonsens je preko koga svesno prelazimo kada su nam na umu neka važna, odlučujuća zbivanja po stvarnost koja nas okružuje a koji dati film tematski prikazuje. Nesumnjivo je da se povodom konkretnog filma može govoriti o ekologiji ili psihologiji, ali je poveliko pitanje šta

dati film gubi od svoje odredišne funkcije, pa time i od sopstvene stvarnosne verodostojnosti, ukoliko mu se nivelišu njegova umetnička svojstva. Istinu govoreći, to što se događa u *Kino-oku* zbiva se i u drugim oblicima javnih komunikacija, ali to realizatore ove televizijske emisije ne čini manje zaludnim već njihov projekt dovodi u veću sumnju. Ne zato što je televizija najvažniji oblik masovnih komunikacija (kako to imaju običaj da tvrde savremeni sociolozi kulture), već stoga što je televizija samim načinom odašiljanja poruke najintimniji, najčulniji oblik vizuelnih komunikacija. Televizijska slika koja reprodukuje filmsku sliku, provodnik je svih onih vizuelnih impulsa koji na kraju krajeva grade sadržaj konkretnog filma, u okviru koga se televizijska komunikacija ostvaruje bremenitije, za povećanu tonažu pridodate audiovizuelne tenzije koja filmsku sliku tvori dejstvujući kroz okvir televizijske slike. Film na televiziji uvek je govor dva srodna medija, pri čemu se televizija doživljava kao utemeljenje da smo u prisustvu snažne pojačane vizuelne energije: iz ovakvog formativno-sadržinskog sklopa proističe i strast gledanja filma na televiziji. Ono vreme koje gledalac provodi konzumirajući filmsku sliku kroz raster televizijskih impulsa, potražuje govor o tom doživljaju, potražuje potvrdu da je najvažnije to da smo gledali taj i takav film u sklopu televizijske komunikacije. Kao što dati film ne može „zalutati“ na TV ekran, tako ne može izostati ni doživljajno obrazlaganje tog filma, ukoliko je već ostavljeno ogromno vreme za govor povodom njegovog sadržaja.

Začudno deluju svi pozvani gosti u studiju koji po izgledavanju filma (istovremeno sa gledaocima pošto emisija ide uživo), prelaze odmah na teren teme filma, ne izgovarajući ni jednu jedinu reč o tome kako je film delovao na njihova predznanja o konkretnoj problematici. I kada je film bio potresan, i kada je bio estetski ništavan, i kada je bravurozno rađen – gosti *Kino-oka* po pravilu nisu ni reču prokomentarisali delovanje filma kao fiktivne, formom zadane stvarnosti – na njihova čula, na njihovu svest, na njihovo *ja*. Otušeno i zastrašujuće deluju opservacije ovih ljudi koji tako gromko raspravljaju o vitalnim pitanjima života a da prećutnim dogovorom prelaze preko jednog oblika života, estetike! u krajnjem slučaju, uzimajući od izgledanog, odnosno „oglodanog“ filma njegov naslov kao dobrodošlu poštapalicu u razgovoru. Važno je razmenjivati informacije – geslo je *Kino-oka*. Sasvim u redu, ali informacije – kako uspeti u životu, kako biti srećan, kako pomoći mentalno zaostaloj deci – mogu se iskazati i bez filma. Ako ništa drugo, to garantuju brojni uvaženi gosti koji se steknu u svakoj emisiji *Kino-oka*, njih bar desetak... Ili se sve to zapravo čini da bi se gledalac dvostruko zadovoljio: i da se nagleda filma, i da čuje pametan zbor?!

Ali, informacija nije ono što povoljno određuje televizijsku komunikaciju. Ona je samo deo nje a nikako njen najvažniji predujam, kako tvrde neki naši praktičari i teoretičari. Nije tajna, gledaoci *Kino-oka* se

dele u dve grupe: na one koji gledaju film i one koji prate propratni, informacijski program sa temom iz konkretnog filma. Najmanje je onih koji sa istom pažnjom gledaju i film i sudeluju u raspravi povodom njega. U svakom slučaju, interesi se ne poklapaju već se samo hotimično spajaju. U času kad, na primer, čovek ima bolesno dete a *Kino-oko* mu nudi razgovor o tome kako dete da izleči – on će izgledati i film kao zamišljenu varijantu problema koji ga muči. Tako, film postaje šarena laža, a ono umetničko u njemu puka informacija. To je najkraći put izrođavanja umetnosti iz sveukupnosti ostvarljivih čovekovih vrednosti: televizija tome ne sme ni nesvesno da teži.

GOST U STUDIJU

Kada u studio pozovemo gosta koga predstavimo kao vrsnog specijalistu za oblast kojom se bavi data emisija, onda je za pretpostavku da ćemo voditi razgovor a ne prepričavati šta bi gost rekao „kad bi rekao“, „šta gost misli“ ili „šta mi mislimo da je najbolje reći u korist emisije“. Iako to može zvučati banalno, *naši voditelji uglavnom vode razgovor sami sa sobom*. Koristeći situaciju da predstavljaju na neki način pokrovitelja, ispicijenta televizijske komunikacije u kojoj oni započinju govor o datoj problematici, oni najčešće zloupotrebljavaju tu povlašćenu situaciju i okorišćuju se gostom kako im drago. To što je gost-specijalist doveden u studio na molbu da se čuje njegova misao, da se televizijska javnost upozna sa upućenim mišljenjem (bilo ono povoljno za tezu koja se zagovara ili je dovodi u pitanje), po nepisanom pravilu se podvodi pod sud: mi smo ti koji misle u ime istine i, nadalje, u ime javnosti – što bi značilo u ime Televizije. Na pameti je da gost-specijalist za datu oblast ne dolazi u studio da bi „popovao“ iako s pravom pretpostavlja, pošto je već zvanično pozvan u studio (tome prethode sve one predsnimateljske operacije: poziv da se učestvuje, zakazivanje termina i sl), da se od njega očekuje svestraniji iskaz od onog koji u jednoj rečenici može izneti prolaznik na ulici. To da je pozvan u studio a ne sačekan na okuci od reportera-anketara ujedno znači da je on partner za ravnopravnu misao (po vremenu kazivanja, pravu na potpitanje i sumnju da li je problem o kome je reč valjano pripremljen), što njegovu poziciju nužno razlikuje od položaja čoveka-nespecijaliste koji kao socio-uzorak ulazi u orbitu televizijskog sveznanja.

Voditelj može znati više od sagovornika. Voditelj može znati i više od datog gledaoca. On se može boriti na krv i nož za ideju emisije – ali se ne sme boriti za ideju vlastodržca problema koji se iznosi. Nijedan problem nije dovoljno velik da bi se u to ime raščinila čulna pojava sagovornika. Ukoliko voditelj ima pravo na loknu, povišen ton i ishitren