

Ивана Поповић¹
Завод за проучавање културног развика, Београд

ВИЗУЕЛНИ ИДЕНТИТЕТ ЈАВНОГ МЕДИЈСКОГ СЕРВИСА РТС – ТВ БЕОГРАД (1958–2018)

766659.126|316.774(497.11)1958/2018
COBISS.SR-ID 276094988

Апстракт

У основи рад се бави историјским развојем и трансформацијом визуелног идентитета Јавног медијског сервиса РТС (ЈМС РТС) и то кроз студију случаја Телевизије Београд као дела ове медијске куће, која је своју историју почела 1958. године. У раду ћу покушати да расветлим функционалну улогу визуелног идентитета у остваривању програмских и стратешких циљева ове медијске установе. Посебна пажња посвећена је елементима ликовности који граде ТВ слику, површину ограничену ивицама екрана као најрепрезентативнији одраз визуелног идентитета, подржан и психолошким, семиолошким и комуниколошким значењима. Свеобухватним сагледавањем генезе визуелног идентитета ТВБ/РТС током шездесетогодишњег периода – од првих црно-белих телопа (1958), „телевизије у боји” (1971), са усавршавањем технолошке примене (1992), до савремене дигиталне анимације (2010/2018), кроз призму идеологије, програмске политике, законске регулативе и технолошких промена, рад пружа бољи увид и нов поглед на улогу и значај визуелног идентитета као важног чиниоца при креирању медијских садржаја, деловању на публику и остварењу друштвене функције јавних сервиса.

Кључне речи

Телевизија Београд, Јавни медијски сервис Радио-телевизије Србије, информативни програм, визуелни идентитет, стратешки циљиви

1 ivpopovic14@gmail.com

Увод

Теоријска полазишта везана за значај визуелног идентитета и анализу историјске трансформације установе српског јавног сервиса у Србији – од ТВ Београд (1958) до Јавног медијског сервиса ЈМУ РТС (2018) помогла су да истражимо генезу визуелног идентитета Информативног програма ТВ Београда и да проучимо његову функционалну употребу у остваривању стратешких циљева ЈМУ РТС.

Елементи визуелног идентитета који су анализирани на примеру Информативног програма РТС-а су: знак – лого, типографија – слова, телопи и остале словне целине (кајрони, кролови итд.), компјутерска (рачунарска графика) и компјутерске анимиране форме (шпице, цинглови, спотови), сценографије и студијске позадине. Сви ови елементи представљају кохезивни фактор и доприносе успостављању целовитог визуелног идентитета. У првом реду су то ликовно-графичке целине које обликују визуелни идентитет и остварују психолошки утицај на аудиторијум, а најчешће су резултат посвећеног рада креативних аутора.

Значајно место у позиционирању визуелног идентитета сваке институције па и јавног сервиса припада документу *Приручнику графичких стандарда*, који дефинише и обједињује упутства о изгледу свих елемената визуелног идентитета, а који се у примени појављује у аналогном облику као књига са обавезујућим елементима или као дигитални запис са истом наменом и садржајем. Са друге стране уз овај документ неспорно је да идеологија има често и пресудан утицај на све сегменте друштва укључујући и креирање ликовности и визуелног идентитета медија. Она је понекад била одлучујући арбитрарни чинилац, који је утицао на један нов, моћан медиј, телевизију, у смислу њене унутрашње структуре, хијерархије, овлашћења, програмског уређења, редакцијског рада итд.

Ликовност се није превише бавила важећим идеолошким ставовима, тачније – није ни имала много прилике за то и релативно ретке измене нису изазивале нарочиту позорност. Визуелни идентитет, као резултат дугих ауторских припрема и консултација између аутора, менаџмента и уредника био је, самим тим, обезбеђен од случајних или осмишљених грешака које би се, у једном идеологизованом поретку, могле сматрати чак и субверзивним. Идеолошка коректност визуелног идентитета често је била пресудна за његову постојаност и трајност.

Чињеница је да технологија ТВ производње у периоду до појаве колор програма није давала, бар у нашем условима, превише могућности за значајне и честе искорак у креирању визуелног идентитета. Због тога имамо ситуацију да су неки од елемената визуелног идентитета, технички тешко, али креативно успешно изведени, доживели вишедеценијску употребу, па и да сада трају у сећању савременика (нпр. лого РТБ).

Период 1958–2010.

Повољну околност за изучавање историје и генезе визуелног идентитета РТБ-а од шездесет година до данас представља постојање две радне јединице ЈМУ РТС-а – Програмског архива и Редакције за историографију², чији предан и посвећен рад за резултат има очување бројних материјала и допринос култури сећања значајне за интерна и екстерна истраживања³. Истина је да не постоје сачуване емисије које су електронски снимане до 1961. године, јер РТБ није располагала уређајем за електронски запис и репродукцију – магнетоскопом. Једина сведочанства су невелики број филмских записа, било целих емисија било фрагмената, који нам дају увид у стручност тадашњих ТВ стваралаца.

- 2 Важно је напоменути да је драгоцено, како за садашња, тако и за будућа истраживања различитих аспеката рада РТС-а, постојање Програмског архива и Редакције за историографију, која је са малим закашњењем основана 1978. године са др Мирославом Савићевићем као уредником. Редакција за историографију је 1999. године укинута, али је од непроцењиве користи било њено поновно успостављање 2001. године са уредницом Бојаном Андрић. Редакција за историографију Телевизије Србије кроз своје делатности (Фонд папирне грађе са библиотеком, Збирка техничких уређаја ТВБ, Фонд поклона, лексикон *Ко је ко у ТВБ*, библиотека, *Прилози за историју Телевизије Београд*, ТВ програми *Трезор*, *Време телевизије*), прикупља, систематизује, архивира и пласира грађу из историје Телевизије Београд и припрема оснивање Музеја телевизије (Редакција за историографију, децембар 2018. године).
- 3 Емисија *Трезор* (уредница Бојана Андрић) – Редакција за историографију свакодневно пласира аудиторијуму одабране и драгоцене садржаје из раног периода РТБ, што је вишеструко корисно и за упознавање младог аудиторијума са ранијим радовима РТБ. *Трезор* пажљиво окупља архивске емисије око тематских целина, а посебно ауторском опремом емисија представља нов ауторски, критички приступ одабраној теми, жанру или самом медију. Нова опрема подразумева потпуну информацију о емисији и ауторима, коментаре и сведочење учесника, оцене и анализе експерата из области медија, делимичну реконструкцију несачуваних емисија или серија. *Трезор* се емитује сваког радног дана од 11 часова и репривно после поноћи на РТС 2 у трајању од 60 минута. Прва емисија емитована је 4. фебрура 2002. године (Редакција за историографију, децембар 2018. године).

У циљу разматрања генезе и функционалне употребе визуелног идентитета, изведена је периодизација која дефинише основне фазе као и карактеристике и одлике визуелног идентитета кроз које се преламају утицаји друштвених прилика на рад ТВ станице РТБ. У том смислу диференцирамо:

- Период од 1958. до 1992, са посебним освртом на 1971. годину, као године у којој почињу турбулентна политичка догађања (Маспок у Хрватској, Титов обрачун са српским „либералима”, почетак припрема за измену Устава СФРЈ итд.). У истом периоду, али од 1958. до 1971. у технолошкој примени је црно-бела технологија, а од 31. 12. 1971, уводе се продукција и емитовање у боји.
- Период од 1992, када настаје Јавно предузеће РТС, до његове трансформације у Јавни медијски сервис номинално 2002, а реално од 2006. године и
- Период од 2006. до 2010, односно 2018. године, када је уведен нови и перманентно унапређивани нови визуелни идентитет.

Аутори првог визуелног идентитета РТБ били су академски сликар Ђорђе Милановић, који је креирао шпицу најаве и одјаве програма, и Андрија Жиц, креатор шпице првог *Дневника*. Фотографије потребне за овај дизајн дело су фотографа Светозора Чортонића.⁴

Најавна шпица целокупног програма био је призор Калемегданског бедема са спомеником „Победник” на црно-белом фону узбурканог неба, са припадајућим натписима: „СТУДИО БЕОГРАД”, на доњој трећини екрана и „ЕКСПЕРИМЕНТАЛНИ ПРОГРАМ” на средњој оси висине екрана. Фонтови су различите величине, латинични, слични фонту „гротеск”⁵.

Мотив „Победника” може се тумачити потребом да се појача самопоуздање аудиторијума који је, непуне две деценије раније, проживео Други светски рат, а узбуркано небо као позадина могло би да се повеже са динамичношћу и драматичним збивањима која су обележила овај пе-

4 Програмски архив ЈМУ РТС, август 2015. године

5 Према сећањима аутора документованих у серијалу *Време телевизије*, у тренутку снимања овог призора облака на небу није било, већ су облаци преузети са неког пејзажа са Охридског језера. Будући да је слика фотомонтажа, из овог примера можемо да сагледамо тадашње како технолошке тако и креативне капацитете ТВ медија.

риод југословенског друштва. Морал нације морао је да добије моћну подршку телевизије као новог и моћног медија који је осликавао снагу социјалистичког друштва.

Шпицу *Дневника*, као централне информативне емисије, чинио је глобус који се окреће и на коме су се јасно оцртавали континенти (често примењиван мотив у европском простору), као и кинетизована слова натписа „РТБ” и „ТВ Дневник”, која из позадине глобуса доспевају у први план екрана⁶.

Ова шпица симболично је носила значење да је Федеративна Народна Република Југославија – ФНРЈ део глобалне светске заједнице, али исто тако и да је стожер земљама Трећег света које је ФНРЈ скупљала у нови „Покрет неангажованих” (касније „несврстаних”) земаља.⁷ За државу каква је ФНРЈ ова шпица је имала сасвим афирмативно значење (Матешић 2011: 59).

Лого РТБ тог времена садржао је чврст блок латиничних верзалних слова – РТВ, фонт гротеск, од којих је слово Т било са издуженим средњим стубићем, а попречну шлајфну слова Т одозго је замењивала линија са две укошене црте које су ограничавале дужину и давале стилизован изглед ТВ антене. Словни блок био је окружен линијом исте дебљине као линије слова и успешно је асоцирао на простор етра у ком се ТВ сигнал шири од словног блока РТВ. Овај дизајн био је идеолошки неутралан, па је као такав био дуго, све до 1992. године, у употреби. Функционална употреба сводила се на самостални телоп преко целог екрана, затим као део ликовног решења шпице, повремено као инсертер, а у штампаном облику као ознака на опреми, репортажним колима, за публикације и за све штампане странице за разне потребе.

Овај лого „издржао” је све промене укупног визуелног идентитета РТВ, које су реализоване из разних разлога, као на пример када је 1979. примењен као инсертер уз нови „тачкасти *Дневник*” итд.⁸ Наведени лого је замењен 1992. године, када је Милан Пеца Николић креирао нови ви-

6 Програмски архив ЈМУ РТС, август 2015. године.

7 О ликовном квалитету ове шпице, али и психолошким, комуниколошким и семантичким значењима говори чињеница да је Борис Миљковић, креативни директор ЈМУ РТС њу препознао као један од кључних мотива приликом редефинисања нове шпице *ТВ Дневника* 2010. у дигиталној технологији.

8 Програмски архив РТС-а, август 2015. године.

зуелни идентитет, па и нови лого за организационо нову установу ЈП РТС⁹.

Када је 1971. године уведена колор технологија, боја је добила пуно значење у креирању визуелног идентитета, а њена употреба довела је до правих иновација. Боја је освежила слику, а примена колор технологије омогућила је употребу хрома-ки ефекта, за визуелни идентитет значајне новине у његовој креацији. Сада је применом овог поступка било могуће оформити „читаве студије” заменом сценографије плавим позадинама, које су електронски могле да приме сваку статичну или живу слику.

Године 1979. Телевизија Београд начинила је значајан подухват креирањем нових шпица за информативне емисије. То су били у историји нашег графичког дизајна препознатљиви и упамћени „тачкасти *Дневник* и *Вести*”, ауторски рад дизајнера Ненада Чонкића и његових сарадника.

Да креација може да иде испред технолошког напретка ове шпице су недвосмислен доказ. Интелигентно осмишљене, реализоване су ручно, спорим и мукотрпним радом „тачка по тачка”, на механички ротирајућем глобусу. Захваљујући посвећеном раду аутора: Ненада Чонкића, аутора дизајна, Дејана Караклајића, редитеља, Зорана Симјановића, аутора музике и Саве Аћина, сценографа, презентован је један софистициран и складно и без грешке изведен рад¹⁰.

Иза рада Ненада Чонкића остао је одличан *Приручник графичких стандарда* са закљученим форматима, пропорцијама, словима, линијама, међусобним односима конститутивних елемената визуелног идентитета, призорима студија, тако да је чак и без живог снимка могуће репродуковати ове шпице.¹¹ Тачке су биле плод ликовног тренда претходне деценије (растер у поп-арту) и радова поп-артиста Роја Лихтенштајна

9 Лого установе промењен је 1992. године, када је уведен нови тотал дизајн Информативног програма, односно када долази до стварања централизованог система ЈП РТС, обједињавањем РТВ Нови Сад, РТВ Приштина и РТВ Београд у јединствену централизовану установу ЈП РТС.

10 Ослањање на сећања аутора ТВ реализације шпице, редитеља Дејана Караклајића и аутора музике Зорана Симјановића у емисији *Трезор – моћ шпице* (уредница Бојана Андрић 2013) представљало је једину могућност озваничења начина рада на овом значајном телевизијском пројекту ТВБ.

11 Редакција за историографију ЈМУ РТС-а, август 2015. године.

(Roy Lichtenstein), Милтона Глејзера (Milton Glaser), Ендија Ворхола (Andy Warhol), Џаспера Џонса (Jasper Johns) и осталих аутора овог ликовног покрета (Osterwold 2007).

Као што је већ речено, 1992. година донела је нови визуелни идентитет аутора Милана Пеце Николића, подржан од тада владајућих структура, са очитом намером да на неки начин глорификује власт режима и снагу државе. Ово је био први пут после 1958. године да дође до промене лога РТБ, сада као дела ЈП РТС. Визуелно решење лога је сада једна композиционо и значењски асоцијативна дизајнерска целина.¹² Лого чини укошена сива елипса која асоцира на параболичне антене телевизије, као доминантан композициони ефекат. Хоризонтално по средини висине елипсе налази се словни блок РТС, хелветика болд италик, укошена супротно од нагиба елипсе, подвучен широком линијом колорисаном попреко у бојама републичке заставе – црвено, плаво и бело. Нови лого РТС примењен је у визуелном идентитету доследно и потпуно. У употреби је и данас, било као комплетно решење, било као издвојен словни блок РТС (са могућим узором на процедуру британског ББЦ-ија), који се сада све чешће употребљава, а целопрограмска употреба му је словни блок као инсертер, са бројевима 1, 2, 3 и ПЛАНЕТА – програмима ЈМУ РТС-а.

Овај визуелни идентитет, са шпицом *Дневника* у којој се окреће снажан месингани модел глобуса – или још тачније – планетаријума, са новим словима, овога пута ћириличним, изванредно изведен, добитник светских награда за графички дизајн,¹³ такође је оставио иза себе обиман и свеобухватан *Приручник графичких стандарда*, али не и утицај на нове генерације дизајнера, којима је „тачкасти *Дневник*” остао узор.

Шпице *Дневника* из ових периода треба у истраживању посматрати као значајан искорак у квалитету, семантичком и психолошком значењу.

Шпице које су замениле дизајн Милана Пеце Николића немају снагу претходне две, из 1979. и 1992. године. До 2010. године променило их се три, за које знамо да су две дело анонимног тима аутора *design in hause*

12 Програмски архив ЈМУ РТС, август 2015. године.

13 Интервју са Танасијем Узунковићем, шефом графике ЈМУ РТС, водила Ивана Поповић, 25. јул 2016. године.

и трећа, која се и најдуже задржала у употреби, била је дело Предрага Михајловића, тадашњег шефа графике РТС-а.¹⁴

Овај визуелни идентитет *Дневника* задржао се до 2010. године.

Период 2010–2018.

Институционална трансформација Јавног предузећа РТС у Јавни медијски сервис, најпре у Радио-дифузну установу Радио-телевизије Србије (РДУ РТС), а потом у Јавну медијску установу Радио-телевизије Србије ЈМУ РТС, као институцију јавног сервиса, подразумевала је уз све промене и трансформацију визуелног идентитета. Тим поводом, менаџмент јавног сервиса (генерални директор Александар Тијанић, главни и одговорни уредник Ненад Љ. Стефановић и креативни директор Борис Миљковић) спроводе активности са циљем темељне трансформације визуелног идентитета укупног Информативног програма ЈМУ РТС.

Мењају се најпре шпике основних информативних емисија, *Дневника* и *Вести*. Креативни тим, са креативним директором Борисом Миљковићем, враћа се најупамћенијој шпици *Дневника* – „тачкастој“ варијанти Ненада Чонкића¹⁵. У условима високих капацитета рачунарске технологије, реализација је била бржа и омогућавала разне варијанте дизајнерског предлошка у смислу употребе боје, валера, кинетике слике итд. Јасна је намера креативног тима да боје дневничких шпица усагласи са бојама на републичкој застави. Црвено, плаво и бело су у основи сваке шпике, с тим што је основни колорит и валер прилагођен психолошким потребама гледалаца, јер им не ремети дневни животни ритам.

Доминантне боје шпица *Дневника* су црвена у подне, средњеплава у *Вечерњем дневнику* у 19:30 и тамноплава у *Поноћном дневнику*. Изузетак је *Јутарњи дневник* у освежавајућој жуто-зеленој комбинацији.¹⁶

14 Редакција за историографију, август 2015. године.

15 Интервју с Борисом Миљковићем, креативним директором ЈМУ РТС, водила Ивана Поповић јуна 2016. године.

16 Код *Јутарњег дневника* очигледна је била жеља за ведрим и разбуђујућим јутром, што је навело креативно-уреднички тим да употреби ову палету боја. У овом случају одступило се од стереотипа у дизајну *Дневника*, у коме се најчешће прибегавало употреби боја које произлазе из републичке заставе. Ауторки рада остаје непознат разлог зашто се од оваквог концепта одустало после јуна 2018. године.

Овај поступак са тачкама на ротирајућем глобусу и анимирани приступ слова у први план екрана (као визуелно сећање на први *Дневник* РТБ) означили су успостављање континуитета визуелног идентитета са стваралачком праксом од шездесет година.

Нови *Приручник графичких стандарда* уведен је у употребу 2010. године и потписали су га Александар Тијанић, Ненад Љ. Стефановић и Борис Миљковић. Тај приручник је у употреби и данас, с тим што се за осам година накупио одређен број промена и допуна визуелног идентитета.

Приручник је свеобухватан и квалитетан, он разматра све проблеме визуелног идентитета и даје решења за њих.

Идеја креативног директора Бориса Миљковића била је да један квалитетан графичко-декоративни елемент, растер са слике дневничке шпице (аутора Ненада Чонкића) из 1979. године, пренесе у целокупан дизајн РТС-а чинећи га, тим поводом, доследним у најбољем смислу и препознатљивим у сваком тренутку емитовања Информативног програма.

Од 2010. до 2013. године, заједно са новим визуелним идентитетом, саставни део програма су упечатљиве и често емитоване кратке форме, телопи и спотови, квалитетно и садржински добро осмишљене и са јасно одређеном наменом. Њима се подржава званична политичка стратегија земље – идеја о чланству у Европској унији. Оне најављују Републику Србију у Унији, а ЈМУ РТС као део европске Србије. Међу познатијим су спотови са пољем сунцокрета у чијим цветовима су заставе чланица ЕУ, али и застава Републике Србије, затим спот атрактивног карневала који ЈМУ РТС презентује као део европске Србије, итд. (Поповић 2014). Почев од 2013. године ови спотови полако нестају из програма, вероватно заједно са схватањем да је процес уласка у Унију много спорији него што се очекивало и да је оптимизам, по овом питању, у Србији био преураћен. Тим поводом, ови спотови замењени су новим, који позивају на „повратак кући” и слично. Слоган „Добродошли кући” један је од убедљивих слогана који је у новом визуелном идентитету употребљен.

Што се тиче изгледа и сценографије студија из којих је емитован програм, они су такође ослоњени на растер као основно ликовно ткиво, било да се ради о врло крупном растеру у блажим валерским односима,

било ситнијем, у оштријем валерском односу. У сваком случају, једна квалитетна мисао о употреби ликовног кохезивног елемента у укупном визуелном идентитету Информативног програма, доследно је и са рафинманом спроведена. Системским праћењем програма, посетама студијама Информативног програма у „хладном” или „врућем” стању, низом разговора са компетентним људима са РТС-а,¹⁷ компарацијом са материјалима из Програмског архива и Редакције за историографију РТС-а, закључили смо да се ради о значајној, вероватно и најзначајнијој промени визуелног идентитета и његовој функционалној употреби у укупном трајању програма РТС-а. Чини се природним да се визуелни идентитет, кохерентно спроведен и потпун, ипак постепено мења и допуњује. Увођење благе националне компоненте у дизајн визуелног идентитета (боје, мотиви са народне ношње итд.) носе са собом бољитак у смислу укључења ових елемената етно наслеђа разних народа који у Србији живе као њени припадници. Поступак не присиљива гледаоца на усвајање естетике и значења, већ је благо одмерен и не може му се ставити никаква замерка у функцији коју обавља.

Изванредно смишљена „звездана јата” састављена од цирконских пирамидица, која се одвајају са ношње у покрету и отискују у простор, оригиналан су и памтљив дизајнерски посао, поготово што је нашао своје место не само у Информативном програму РТС-а. То је заједно са монохроматским позадинама у којима доминирају призме (боје су зелена, црвена и сива) за информисање аудиторијума о текућем програму, можда последња веома видљива допуна визуелном идентитету из 2010. године. Што се измена тиче, свакако је за аудиторијум најочљивија промена боја у шпицама *Дневника* које су сада сведене на средњеплаво-бело током дана и тамноплаво у *Поноћном дневнику*.

Према параметрима који одређују програмску припадност, све емисије Информативног програма могуће је разврстати у три групе.

17 Анализа генезе визуелног идентитета илустрована је подацима добијеним кроз дубинске интервјуе са релевантним стручњацима у области телевизијског дизајна, визуелног идентитета и менаџмента. Интервјуи су вођени на РТС-у у периоду од 1. јуна 2016. до 3. априла 2017. године са: Бојаном Андрић, уредницом Редакције за историографију и ауторком *Трезора*, Станиславом Вељковићем, генералним секретаром, Владимиром Вулећићем, председником Управног одбора, Александром Зајцевим, извршним продуцентом Информативног програма, Борисом Миљковићем, креативним директором, Милицом Неђић, уредницом и водитељком *Вечерњег дневника*, Зораном Станојевићем, одговорним уредником, Танасијем Узунковићем, шефом графике.

Прву групу чине емисије које су међу првима добиле нови визуелни идентитет, а реализују се на уреднички прецизно осмишљеним „кошуљицама” и углавном устаљеним шемама рубрика које током емисија презентују водитељи, новинари – дописници и репортери и које се емитују радним данима у одређено време, а неке од њих сваког дана (*Дневник* и *Вести*).

У Информативном програму, поред *Јутарњег програма*, четири *Дневника*, *Вести*, чији број није фиксно утврђен, *Временске прогнозе*, која се као самостална емисија емитује једном до два пута дневно, а иначе је у саставу основних информативних емисија, ту је и емисија *Ово је Србија*, вођена из студија са прилозима дописника из целе Србије, емисија *Око*, која је углавном дебатна (водителј и један до три госта), затим *Око магазина*, који емитује занимљиве ауторске или агенцијске прилоге из разних области или *Око економија* која емитује теме везане за економске актуелности, најчешће са гостима у студију. У важне емисије спадају и *Београдска хроника*, која је београдски медијски сервис, затим емисија *Културни дневник*, која се емитује при завршетку програма, после *Подноћног дневника* и *Спортски дневник* који се емитује после *Културног дневника*. Све ове емисије, сем *Дневника* и *Вести* емитују се само радним данима.¹⁸

Кохезивни елемент визуелног идентитета ове групе емисија је заснован на кружном растеру који, доследно примењен, представља градивни, графичко-ликовно-електронски елемент за формирање детаља и целине слике, како анимиране тако и статичне. Овај поступак је сврсисходан и функционалан јер уводи брзу препознатљивост информативних емисија ЈМУ РТС-а дајући им јединствен ликовни печат. Неке од ових емисија имају своје карактеристичне шпике (*Ово је Србија*, *Београдска хроника*, *Око*), али је елемент који их повезује, растер, инкорпориран у друге ликовне садржаје визуелног идентитета – судијске позадине и слично.

Цео концепт визуелног идентитета ових емисија уведен је у кратком временском периоду током 2010. године, што говори да је реч о стратешкој одлуци менаџмента и доброј припремљености свих чланова креативног тима за поступак увођења промена, које су пре тога и медијски промовисане.

18 Редакција Информативног програма ЈМУ РТС, 1. јун 2015 – 1. јун 2016. године.

Другу групу емисија чине ауторске емисије *Да можда не*, *Упитник*, које су задржале сопствени и аутентични визуелни идентитет и које се емитијују из наменски препознатљивих студија и уз посебно креиране најавне шпице.

Трећа група емисија из Информативног програма је скуп ауторско-репортерских емисија, које носе најупечатљивији ауторски стваралачки знак, а углавном су снимане као квалитетне репортаже на терену, са добром сценаристичком припремом. Шпице су самосталне, али су неке од њих, по свим параметрима, узорно креиране (*Квадратура круга* на пример).

Примена универзалних конститутивних чинилаца визуелног идентитета на најзначајније емисије Информативног програма добар је пример доследне и функционалне употребе у Информативном програму ЈМУ РТС.

Функционалност визуелног идентитета огледа се у условној унифицираности, а ипак аутентичности и оригиналности у оквиру договореног и дефинисаног визуелног израза појединачних емисија, без обавезујећег трагања за ликовним, психолошким и семантичким значењима, изведеној увођењем високоупотребљивог кохезивног елемента визуелног идентитета.

Нека друга значења у ликовности, али и у другим параметрима визуелног идентитета, такође су функционално и доследно спроведена. Већ поменути благи ликовни део фолкорних мотива који се, иначе, одликује највишим естетским параметрима, уводи културно-националну компоненту у визуелни идентитет. Ради се о одмереној и јасној употреби, која даје могућност спровођења недискриминишућег права свих нација у Србији да учествују у транспарентној примени у свакодневном програму. Ово није тако чест пример ни у земљама које се залажу за подједнака права свих грађана на сопствени израз у јавним сервисима.

Овај мотив од значаја за национални идентитет земље, допуњен „звезданим јатима” који се отискују у простор, спроведен у шпицама појединих емисија, али и телопима честим на екрану, даје оправдану наду за спровођење демократичности у програму и остварење једног од важних стратешких циљева – задовољене потребе и подједнаких права свих у Републици Србији.

Као један жив организам, визуелни идентитет се, сада већ у једнодеценијском периоду, мења, допуњује новим идејама и значењима, што се догађа у континуитету и може се запазити једино системским праћењем програма, јер се промене не најављују већ се дискретно уводе.

У овом тренутку тешко је претпоставити шта ће се у погледу визуелног идентитета мењати у наредном периоду, али је свакако реална могућност увођења нових промена и у графичком и у визуелном идентитету студија и студијске сценографије, пре свега због наглог и сталног успона дигиталне технологије, којој је, по природи ствари, немогуће одолети.

Закључак

Историјски развој и трансформација визуелног идентитета Информативног програма ТВБ/РТС добар је пример значаја и улоге визуелног идентитета како медија генерално, тако и ове медијске куће, која се од других издваја врло специфичном друштвеном позицијом, функцијама и задацима који су пред њу постављени.

Посматрајући са историјске дистанце, ТВБ у СФРЈ као медиј се развијала узлазном линијом захваљујући креативним и даровитим ТВ стварацима, што је телевизију често стављало у положај да буде за корак испред свог времена.

Заједнички рад свих ТВ центара РТЗГ, РТБ и РТЉ, који су повезани у јединствену заједницу ЈРТ, прекинут је распадом заједничке државе СФРЈ, када је 1991. године ова заједница престала да постоји.

Године 1992. основано је ЈП РТС, у чији састав улазе ТВ Београд, ТВ Нови Сад и ТВ Приштина, у јединствену и централизовану установу. Међутим, почетком 21. века са друштвеним и политичким променама долази до битне трансформације медијског система Србије, па тиме и РТС-а. Наиме, са усвајањем Закона о радиодифузији 18. јула 2002. године афирмишу се бројне промене и по први пут се уводи термин *јавни сервис*.

Трансформација ЈП РТС прво нормативно (2002), а потом и реално (2006) подразумевала је уз све промене и трансформацију визуелног идентитета.

У светлу свих наведених историјских дешавања, рад је истраживао и показао да се актуелни визуелни идентитет ТВ Београд у континуитету развијао током шездесет година од статичних телопа из времена црно-беле технологије до савршене дигиталне анимације.

Почетком деведесетих година двадесетог века, када долази до конституисања ЈП РТС, уведен је нови визуелни идентитет Информативног програма и нови заштитни знак медијске установе ЈП РТС-а, који је у употреби и данас, аутора Милана Пеце Николића. Затим (2010), када РТС већ делује као јавни сервис, успостављен је свеобухватни визуелни идентитет креативног директора РТС-а Бориса Миљковића (Поповић 2018: 178).

Менаџмент РТС-а (2010) препознао је потенцијал и значај визуелног идентитета као активног чиниоца који у садејству са програмским садржајима доприноси обликовању, презентацији и генерисању вредности јавног сервиса у савременим условима. Тим поводом, менаџмент РТС-а формира креативни тим који, у условима нове технологије, покрива све дневне информативне емисије новим решењима и успоставља завидан склад и кохерентност целокупног визуелног идентитета Информативног програма.

Актуелна и савремена верзија визуелног идентитета је најсвеобухватнија, у смислу да је успела да у себе инкорпорира највише од свих досадашњих знања из области теорије форме, семиотике, психологије, комуникологије и других интердисциплинарних сазнања, са ослањањем на дизајнерска решења од 1958. до 2018. године, уз подразумевајућу најсавршенију технологију за производњу слике и звука.

Литература

- Арнхајм, Рудолф. 1988. *Моћ центра*, Београд: СКЦ и УУ.
- Арнхајм, Рудолф. 1988. *Уметност и визуелно опажање*: Београд, СКЦ и УУ.
- Birch, Antony, H. 1989. *Nationalism & national integration*, London: Unwin Hyman.
- Васић, Павле. 1988. *Увод у ликовне уметности – елементи ликовног изражавања*, Београд: Универзитет уметности.

- Вељановски, Раде. 2007. *Јавни РТВ сервис – савремени значај и улога*, Нови Сад: бр.1 „Медијске сфере”, стр. 31–45.
- Вељановски, Раде. 2005. *Јавни РТВ сервис у служби грађана*, Београд: Клио.
- Вукићевић, Вук. 2013. докторска дисертација: *Садржаји нових медија и могућности њихове примене у остваривању циљева јавних радио-телевизијских сервиса*, Београд: ФДУ.
- Инд, Николас. 1996. *Корпорацијски имиџ*, Београд: Клио.
- Итен, Јохан. 1973. *Уметност боје*, Београд: Уметничка академија.
- Матешкић, Емил. 2011. *Кратке форме за дуго сјећање*, Загреб: Meandarmedia.
- Мек Квин, Дејвид, 2000. *Телевизија*, Београд: Клио.
- Мендел, Тоби, 2001. *Јавна радиодифузија*, Београд: Медија центар.
- Мишевић, Раденко, 1977. *Теорија форме*, избор текстова Београд: УУ.
- Николић, Мирјана, 2014. „Телевизија у сећању – сећање на телевизију: 55 година Телевизије Београд” у *Зборник радова са научног скупа Менаџмент драмских уметности и медија – изазови XXI века*, Београд: ФДУ, стр. 129–141.
- Поповић, Ивана, 2014. Визуелни идентитет у функцији стратешких циљева Јавног радиодифузног сервиса: РДУ РТС у *Зборник радова са научног скупа Менаџмент драмских уметности и медија – изазови XXI века*, Београд: ФДУ, стр. 411–422.
- Поповић, Ивана, 2018. докторска дисертација: *Визуелни идентитет у функцији стратешких циљева: РДУ РТС*, Београд: ФДУ.

Архивска грађа

- *Важни датуми из историје Телевизије Београд (РТС)*, Редакција за Историографију ЈМУ РТС
- *Времплов телевизије* (17. јун 2015) Презентација изложбе, Бојана Андрић Галерија РТС, Београд
- *Годишњааци Политике* (1955–1985) Народна библиотека РС
- *Интервју мр Ненад Ј. Ристић* (2013) часопис Србија бр. 39, документација Редакције Ово је Србија
- *Политика специјални додаток* (2007) *Историја графичких промена*
- *Приручник графичких стандарда РТВ* (1979) Редакција за историографију ЈМУ РТС
- *Приручник графичких стандарда ЈП РТС* (1992) Редакција за историографију ЈМУ РТС

- *Приручник графичких стандарда ЈП РТС* (2003) Редакција за историографију ЈМУ РТС
- *Приручник графичких стандарда РДУ РТС* (2010) Редакција за историографију ЈМУ РТС
- *ТВ серија: Време телевизије – 35 година Телевизије Београд*, др Мирослав Савићевић, Редакција за историографију, ЈМУ РТС
- *ТВБ Почетак рада*, (2006) Редакција документарног програма

Интервјуи

- *Андрић, Бојана, уредница Редакције за историографију и ауторка „Трезора” ЈМУ РТС*, интервју водила Ивана Поповић 3. април 2017. (ауторизован интервју)
- *Вељковић, Станислав, генерални секретар ЈМУ РТС*, дубински интервју водила Ивана Поповић 8. јул 2016. (ауторизован интервју)
- *Вулетић, Владимир, председник Управног одбора ЈМУ РТС*, дубински интервју водила Ивана Поповић 30. јануара 2017. (ауторизован интервју)
- *Зајцев, Александар, извршни продуцент Информативног програма ЈМУ РТС*, интервју водила Ивана Поповић 28. децембар 2016. (транскрипт интервјуа)
- *Миљковић, Борис, креативни директор ЈМУ РТС*, дубински интервју водила Ивана Поповић 1. јун 2016. (транскрипт интервјуа)
- *Родић, Синђелић, Снежана, извршна продуценткиња Редакције актуелности ЈМУ РТС*, интервју водила Ивана Поповић 28. децембар 2016. (транскрипт интервјуа)
- *Станојеввић, Зоран, одговорни уредник ЈМУ РТС*, интервју водила Ивана Поповић 21. децембар 2016. (транскрипт интервјуа)
- *Танасије Узунковић, шеф графике ЈМУ РТС*, интервју водила Ивана Поповић, 25. јул 2016. (транскрипт интервјуа)

VISUAL IDENTITY OF PUBLIC MEDIA SERVICE: RADIO TELEVISION SERBIA – TV BELGRADE (1958–2018)

Abstract

This paper examines development and genesis of the visual identity of Public Media Service RTS, and for its case study takes Belgrade Television service as one of its constituents, from its foundation in 1958 until 2018. The paper aims to analyse the functional role of visual identity in executing programme and strategic objectives of this media establishment. Particular attention is given to artistic elements of a TV picture, an area delimited by screen edges as being most representational of its visual identity and which carries psychological, semiotic and communicative meanings. The examined period (1958–2018) is divided into several developmental phases: first black-and-white telops (1958); colour television (1971); application of technological improvements (1992) and contemporary digital animation (2010/2018). By thoroughly analysing each period through related ideology, programme policy, relevant legislation and technological change, the paper offers a better insight into the role and importance of visual identity as an important element in creating media content, effect on audience and facilitation of Public Media Service's societal functions. In this way a new understanding of the role and importance of visual identity emerges.

Key words

Television Belgrade, Public Media Service Radio-Television Serbia, informative programme, visual identity, strategic aims

