

Una Ćirić<sup>1</sup>  
Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

Mirjana Nikolić<sup>2</sup>  
Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

## POČECI GRAĐANSKOG NOVINARSTVA I KOMERCIJALNIH MEDIJA U SRBIJI: 50 GODINA RADIJA STUDIO B<sup>3</sup>

654.191:7.091.3(497.11)<sup>1</sup>1970/2020<sup>2</sup>  
316.7741.775:654.191(497.11)<sup>3</sup>1970/2020<sup>4</sup>  
COBISS.SR-ID 27474697

„Kad bih bio Studio B,  
Slao bih samo dobre vibracije!”  
„Dobre vibracije”,  
Jura Stublić i grupa *Film*<sup>4</sup>

137

Una Ćirić  
Mirjana Nikolić

### Apstrakt

*Osnivanje Radija Studio B, od strane NIP Borbe, predstavlja pionirski poduhvat u okviru procesa multiplikacije jugoslovenskog medijskog prostora i pokretanja lokalnih radio-stanica. Kao medij koji je osnovan van sistema Radio Beograda, Studio B predstavlja paradigmu nezavisnog i inovativnog radijskog izraza kao i smelost jugoslovenskog društva da započne proces demokratizacije medijskog prostora u okviru socijalističkog diskursa. U programskom, tehničkom i organizacionom, odnosno, finansijskom smislu stanica je po mnogo čemu ličila na komercijalne radio-stanice zapadne Evrope i Sjedinjenih Američkih Država, i zajedno sa Beogradom 202 izvršila je modernizaciju i deregulaciju jugoslovenskog medijskog sistema, kao i afirmaciju komercijalnih principa poslovanja. Osim tih veoma značajnih odlika, u tekstu će se sa posebnom pažnjom analizirati koji uticaj na medijski sistem je imalo opozitno pozicioniranje Studija B u odnosu na idejni i metodološki konzervativizam državnog radija, kao i uticaj inovativnih programskih cilje-*

1 unaciric@gmail.com

2 mirjana.nikolic@fdu.bg.ac.rs

3 Tekst je nastao kao rezultat finansiranja naučno-istraživačke delatnosti Fakulteta, prema ugovoru sklopljenim sa Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja.

4 Frontmen grupe *Film*, Jura Stublić, bio je veliki poklonik beogradske stanice Studio B i žalio je što u Zagrebu nema slične.

*va stanice poput modernog stila vođenja programa, novih formata koji su afirmisali građansku participaciju, aktivizam, kao i alternativnu kulturu. Postaviće se pitanje koliko su ti nesvakidašnji aspekti radio-stanice uspjeli da se približe diskursu alternativnih medija i građanskog novinarstva i da li je Radio Studio B svojim delovanjem bio preteča ili nagoveštaj budućih nezavisnih medijskih inicijativa.*

### ***Ključne reči***

*Studio B, komercijalni radio, alternativni mediji, građansko novinarstvo, Jugoslavija*

---

## **Društveno-politički i kulturno-medijski kontekst**

U razvoju jugoslovenskog društva, period između 1960. i 1970. godine obeležile su značajne privredne, društvene i političke promene, ali i promene u oblasti kulture i umetnosti. Uz činjenicu da je 1963. godine usvojen novi Ustav SFRJ, koji je u ekonomiju uveo tržišne elemente, ne sme se zanemariti da u tom periodu raste bunt u čijoj osnovi je želja za ostvarenjem socijalne pravde i jednakosti, odnosno borba za mir, slobode i ljudska prava, što se u vrlo specifičnom obliku odrazilo i na jugoslovenski prostor. Nezaobilazno je podsetiti se da je 1967. godine osnovan jedan od najmarkantnijih pozorišnih festivala, BITEF, a potom, 1971. godine, i najreprezentativnija filmska smotra – FEST.

Promene socio-političkog, ekonomskog i kulturnog ambijenta u navedenom periodu odrazile su se i na oblast elektronskih medija. Konkretno, ukoliko govorimo o razvoju radio-difuzije u Srbiji nakon Drugog svetskog rata, govorimo o nekoliko periodizacija i karakterističnih faza razvoja. Književnik i esejista Sveta Lukić (Lukić 1989) o periodu od 1952. do 1965. govori kao o „akademskom” periodu, tokom kojeg vlada „kult zvaničnosti i toržestvene ozbiljnosti već ustoličene socijalističke državnosti”, te o periodu „radiofoničnog radija” do 1973, tokom kojeg radio pokušava da sačuva primat kod slušalaštva pred najezdom televizije, u uslovima erozije „čistunstva kolektivističkog morala” (isto.). Još jedna moguća periodizacija definiše period od 1962. do 1970. godine, koji karakterišu usporen rast i razvoj medijskog sistema, da bi „nakon 1970. godine došlo do naglog uspona koji traje i do danas” (Slavković 1991). Ukoliko kao kriterijum uzmemo opšte karakteristike razvoja elektronskih medija koje je definisao Aleksandar Korać (Korać, Popović 1985),

period 1965–1978. godine je period multiplikacije, koji, uz osnivanje novih, lokalnih radio-stanica širom Srbije, koje su bile u čvrstoj vezi s Radio Beogradom, karakteriše i početak multiplikacija van sistema Radio Beograda, što se manifestuje osnivanjem Radija Studio B. Navedena multiplikacija nije se odnosila samo na povećanje broja, već i na pojavu novih modela<sup>5</sup> radio-stanica. U tom trenutku, Beograd je iz srednje razvijenog prerastao u veliki grad s potrebom da ima moderan radio koji će biti primeren urbanom čoveku, građaninu, kome su potrebne informacije vezane za svakodnevni život. Upravo takva radio-stanica bio je Studio B.

*U poslesocijalističkoj političkoj kulturi široko je rasprostranjeno mišljenje da je minulo doba bilo u stvari period totalitarnog nasilja i terora. Ove epsko-moralne vizije manje odražavaju suštinu socijalističkog društva, a više kulturu sećanja na socijalizam koju nameću konvertiti koji su uspešno pribavili harizmu žrtve. (Kuljić 2002: 424)*

U smislu prvog dela konstatacije, može se reći da je osnivanje Radija Studio B bilo čin koji je pokazao, iako možda ne suštinsku, bar pojavnu demokratičnost jugoslovenskog društva. Njegovo osnivanje delom se može izjednačiti sa osnivanjem Radija B92 1989. godine, s obzirom na činjenicu da je osnivanju obe navedene radio-stanice prethodilo osnivanje novih programa Radio Beograda: 1969. godine Beograda 202 i 1989. godine Muzičkog radija 101. Studio B je u punom kapacitetu ponudio publici, slušaocima radija u Beogradu i okolini, pun diverzitet u smislu novih tema, formi, muzičkih sadržaja, stila vođenja programa, audio-imidža, organizacije rada, finansiranja. Osim generalne otvorenosti prema inicijativama slušalaca, stanica je afirmisala mogućnosti da se mikrofoni i program otvore ka slušaocima koji su, mnogo pre nego što je na našim prostorima uopšte počelo da se govori o građanskom novinarstvu, upravo bili novinari i reporteri i donosili najaktuelnije priče pred urednike programa i druge slušaoce. Možda je ova konstatacija odveć slobodna, ali čini nam se da je u periodu nakon uspostavljanja višepartijskog sistema u Srbiji i otvaranja mogućnosti za osnivanje brojnih i komercijalnih medija, nakon devedesetih godina prošlog veka u priličnoj meri nestalo diverziteta u smislu medijske produkcije, posebno radijske, što je uticalo i na svojevrsno atrofiranje u pogledu izgradnje stavova, kritičkog mišljenja i promišljanja realnosti. Time dolazimo do situacije u kojoj je u relativno zatvorenom, socijalističkom društvu parcijalno afirmisan pluralizam, dok je u višestranačkom i demokratskom sistemu taj princip potisnut zarad komerci-

5 U smislu programa, organizacione strukture, finansiranja, društvene angažovanosti itd.

jalnog opstanka, odnosno sigurnih prihoda medija. Istovremeno, u uslovima netržišne, dirigovane privrede, koja je karakterisala jugoslovensko društvo, pojavljuje se jedan medij, radio-stanica, koji se najvećim delom finansira sredstvima od reklama iz komercijalnih izvora i, za razliku od sistema Radio-televizije Beograd, koji ima stabilne izvore finansiranja vezane za pretplatu, Studio B je najvećim delom izložen tržišnim zakonitostima u privrednom sistemu koji ne poznaje tržište kao regulator.

## Početak emitovanja programa Radija Studio B

Osnivanje Radija Studio B nije bilo stihijsko pošto su mu prethodile temeljna priprema i analiza iskustava nekih od vodećih evropskih i svetskih radio-stanica. Među osnivačima stanice bili su: Slobodan Glumac, tadašnji direktor *Borbe*, Nebojša Tomašević, direktor magazina *Jugoslovenska revija*, Dragan Marković, novinar lista *Borba* i njen nekadašnji dopisnik iz Njujorka,<sup>6</sup> Borjan Kostić, koji je jedno vreme boravio u Londonu i poznao praksu BBC-ja, Petar Marš, koji je istraživao rad Radio Monte Karla; Dragan Jelić se pak bavio iskustvima Radio Karoline (Velika Britanija) i Radio Veronike (Holandija).

Iako su osnivači imali jasnu ideju i koncept, osnivanje nove stanice nije bilo lak posao.<sup>7</sup> Proces osnivanja započeo je kada je Radnički savet NIP „Borba” 26. decembra 1969. godine doneo Odluku o osnivanju Radiodifuzne organizacije „Studio B”,<sup>8</sup> koja će po strukturi i karakteru biti lokalna radio-stanica i koja će se baviti emitovanjem informativnog, zabavno-muzičkog i ekonomsko-propagandnog programa. Za glavnog i odgovornog urednika imenovan je Dragan Marković, koji je okupio prvu postavu novinara, voditelja i tonskih

6 Izvor: Zvanični sajt RTV Studio B, dostupan na <https://studiob.rs/o-nama/> [Pristupljeno u junu 2020].

7 Osnivanju Studija B prethodilo je pokretanje radio-stanice Avala. Osnivač stanice bio je nedeljni časopis *Jugoslovenska revija* Izdavačkog preduzeća „Borba”, s Nebojšom Batom Tomaševićem, tadašnjim glavnim urednikom časopisa. Stanica je zvanično počela sa radom 1. jula 1969. godine u prostorijama časopisa *Jugoslovenska revija*, u Igumanovoj palati na Terazijama, i program je emitovala svega desetak dana na srednjim talasima, nakon čega je ugašena. Avala je bila prvi nezavisni i nedržavni radio, što je izazvalo brojne burne političke reakcije i implikacije i, usled nereguliranih formalno-pravnih pitanja, ta stanica je ugašena. Prema navodima jednog od osnivača Radija Studio B, Dragana Markovića, osnivanje Radio Avale uzburkalo je tadašnju javnost jer se smatralo da će se duh studentskih protesta „useliti” u redakcije i etar. „Razlozi inspektora rada za zatvaranje radijske stanice su zvanično bili da prostorije ne zadovoljavaju higijensko-tehničke uslove rada” (Marković 1994: 32). Radio Avala predstavljao je idejnu, programsku, tehničku i kadrovsku bazu za nastanak i razvoj Studija B.

8 Osnivanje je imalo utemeljenje u Osnovnom zakonu o ustanovama i Osnovnom zakonu o radiodifuznim ustanovama.

realizatora i u prostorijama garsonjere, na poslednjem spratu zgrade *Borba*, na adresi Trg Marksa i Engelsa 7 (danas Trg Nikole Pašića), počeo da emituje program Radija Studio B.

Studio B se oglasio 1. aprila 1970. godine u 13 časova i 3 minuta. Glas Ivana Bekjareva obeležio je početak emitovanja programa, dok je pesma benda *Steam* „Na Na Hey Hey Kiss Him Goodbye” bila prva muzička numera emitovana u programu. Sekretarijat za obrazovanje i kulturu Izvršnog veća Srbije već je u januaru 1970. godine izdao dozvolu radiodifuznoj ustanovi Radio Borba, Studio B Beograd, s vrlo specifičnim vremenom emitovanja programa „jedan sat pre izlaska do jedan sat posle zalaska sunca”, što je u praksi bilo od 13 do 17 časova, a tu dozvolu je potpisao direktor Sekretarijata Slobodan Glumac. Prve dve godine program je emitovan u navedenom terminu, da bi se nakon dve godine prešlo na 24-časovno emitovanje.

Ime Studio B osmislili su novinar Dragan Marković i Borjan Kostić, prvi šef tehnike i muzički urednik. Slovo B u imenu je predstavljalo skraćenicu za *Borbu*, *Beograd*, a Milorad Roganović dodaje „B je simbolički označavalo i B-opciju, istinitu, ako ne najbolju, barem drugačiju”.<sup>9</sup> Osnivač radija Dragan Marković navodi da je razlog za to što je Radiju Studio B bilo dopušteno da započne sa emitovanjem, za razliku od njegovog prethodnika Radio Avale, bilo to što je stanicu formirala redakcija *Borbe*.<sup>10</sup> Kredibilne novine kao što je bila *Borba* smatrane su pouzdanim osnivačem koji neće kreirati ni propagirati antisistemske diskurs. S vremenom i s promenom zakonskih propisa menjaju se osnivači, te se u toj poziciji pojavljuju Gradska konferencija Socijalističkog saveza Beograda i od 1972. godine Skupština grada Beograda. Dragan Marković u memoarima iznosi stav da je transformacija medijske organizacije nastupila kao posledica borbe Komunističke partije Jugoslavije protiv antititoista – liberala. Sa ciljem da uspostavi što veću sistemsku kontrolu, Skupština grada Beograda limitirala je upravljačke slobode radija i preuzela prava i obaveze od prvobitnog osnivača. Marković dodaje da promena vlasnika i „polusistemska” pozicija ipak nisu uticale na programsku politiku niti su poljuljali etičnost profesije. Taj status pružao je radiju (kontrolisanu)

9 Za potrebe ovog teksta, prikupljena su sećanja nekadašnjih zaposlenih na Radiju Studio B, kroz intervjue i razgovore snimljene i realizovane tokom februara, marta i maja 2020: Milorad Roganović, novinar, zamenik generalnog menadžera i programski direktor Studija B, Slavko Tomasović, ton majstor i snimatelj reklama, Goran Kobali Falstaf, saradnik u muzičkoj redakciji, urednik II programa, urednik TV muzičke redakcije, Žikica Simić, saradnik u muzičkoj redakciji, autor i voditelj emisije „Tajanstveni voz”.

10 *Borba*, dnevne novine najpoznatije kao službeno glasilo Komunističke partije Jugoslavije. S dužim i kraćim prekidima, izlazi od 1922. do 2009. godine.

slobodu, i to više u domenu stila nego sadržaja, ali svakako mnogo viši stepen autonomnosti od onog koji su imali državni radio i televizija. Prema odredbama zakona formiran je Društveni savet Studija B, koji, prema Markovićevim sećanju, nije nametao kadrovska rešenja koja bi bila po volji partije i moćnih pojedinaca. Prema Osnovnom zakonu o radiodifuznim ustanovama iz 1965. godine, u procesu upravljanja radio-stanicama obezbeđeno je učešće predstavnika društva, ali garantovani su programska samostalnost, nepostojanje cenzure i poštovanje međunarodno ratifikovanih sporazuma.

*Mi nismo išli po mišljenje, instrukcije u Gradski komitet Saveza komunista, niti u Gradsku konferenciju Socijalističkog saveza. Naš osnivač je bila Skupština grada i njeni prvaci se nisu nikada direktno mešali u programsku politiku stanice. Jednom godišnje razmatran je predlog programa rada Studija B u nadležnim telima Skupštine i gradskog Socijalističkog saveza. [...]. Primali smo na rad novinare, voditelje, ljude koji su uz mikrofon mogli biti i 'rizik' za vlast, a da ih prethodno nismo nikad proveravali u partijskom forumu, još manje u policiji, što je kod nekih informativnih kuća bila (obavezna) praksa. (Marković 1994: 73)*

Prema navodima zaposlenih, njihova namera bila je da novoosnovana radio stanica, u srpski i jugoslovenski medijski prostor, unese novu programsku vrednost koju će odlikovati duh mladosti, spontanosti, bunta i gradske kulture. Te vrednosti su mogle da budu sprovedene kroz novi programski koncept, uvođenje drugačijeg stila prezentovanja programskog sadržaja i autentičan muzički program koji obuhvata širok spektar žanrova. Ideja je bila da se izađe u susret potrebama građana – kako u pogledu informisanja, tako i u smislu zadovoljenja njihovog muzičkog ukusa. Posebni programski cilj ogledao se i u popularizaciji izdanja NIP Borba, ali i u ostvarivanju komercijalnih efekata kao nove paradigme uspešnog i održivog poslovanja.

### **Radio Studio B – pionir komercijalne radiofonije u Srbiji**

Najveći broj radio stanica u Srbiji i Jugoslaviji sedamdesetih godina 20. veka, profilisan je ka ispunjavanju funkcija

*[...] komunitarnih javnih servisa, što je direktno i povezano sa načinom finansiranja vezanog najvećim delom za opštinske budžete, beogradske stanice odlučnije stupaju na, do tog trenutka, nepopunjen deo tržišta namenjen hrabrijem, alternativnijem, originalnijem izrazu kroz sve pro-*

*gramske sadržaje, od informativnog, zabavnog do muzičkog* (Martinoli 2015: 29)

I dok je Radio Beograd 202<sup>11</sup> koncipiran kao lokalni radio-program namenjen gradskom stanovništvu, ali konstituisan u okviru matične radiodifuzne organizacije Radio Beograda, Radio Studio B će predstavljati prvi pokušaj kreiranja nezavisne i nedržavne radio-stanice u Istočnoj Evropi.<sup>12</sup> Do tog trenutka, postojeće lokalne radio-stanice su bile afilirane u sistemu Radio Televizije Beograd, nisu mogle biti definisane kao samostalne organizacione strukture i finansijski su zavisile od matičnog radija i pretplate<sup>13</sup>. One su bile „samo relejne radio-stanice u mreži matičnog radija sa iluzijom da same stvaraju deo programa” (Maričić 2007: 106).

Za razliku od svih tadašnjih lokalnih medija, u čijem finansiranju je bio udeo sredstava od pretplate, Radio Studio B je finansirana od skromne pomoći matične novinske kuće i emitovanja reklama, zbog čega se može smatrati „prvim komercijalnim radiom u Srbiji” (Maričić 1994: 110) i prvom radio-stanicom u bivšoj Jugoslaviji van sistema državne Radio-televizije Beograd.

Od 1972. godine, Radio Studio B prelazi u nadležnost Grada Beograda zahvaljujući čemu radio počinje da se finansira od strane ovog tela, ali se istovremeno privrednici koji svoje proizvode plasiraju na beogradsko tržište motivišu za oglašavanje upravo na Radiju Studio B. Kako je slušanost radija rasla, jačao je EPP sektor, a Studio B je postao privlačan medijski partner privrede.

*U jednom trenutku morali smo da odbijemo oglašivače, jer zbog povećanog obima ekonomsko-propagandnih sadržaja nije postojalo dovoljno prostora u programu kako bi svi oni bili ispoštovani. Sećam se, na primer, da je to bio slučaj sa C marketom koji je hteo da se njihova reklama emituje ceo dan.* (Razgovor sa Slavkom Tomasovićem, obavljen u februaru 2020)

- 11 Radio Beograd 202 je „koncipiran kao komercijalni radio sa osloncem na prihode ekonomske propagande, kao i osnovnog izvora alimentiranja – sredstva koja je RTB ostvarivala putem pretplate.” (Maričić 1994: 111, 112).
- 12 U okviru medijskog sistema koji je od kraja Drugog svetskog rata imao karakteristike „sistema samoupravnog socijalističkog tipa” (Radojković 1984: 130 prema Veljanovski 2012) nisu postojali nezavisni medij. Svi mediji su bili u državnoj/društvenoj svojini, nije postojalo medijsko tržište i Savez komunista i Socijalistički savez radnog naroda direktno su uticali na osnivačku, programsku, kadrovsku i finansijsku politiku.
- 13 Pretplata je prema zakonu pripadala samo Radio-televiziji Beograd.

Zahvaljujući načinu finansiranja koji je bio tržišno orijentisan, Radio Studio B se može posmatrati kao paradigma društvenih i ekonomskih promena i liberalizacije<sup>14</sup> u najpozitivnijem smislu. Sa Radiom Beograd 202 doprineće deregulaciji medijskog prostora i afirmaciji principa komercijalnog poslovanja u medijski sistem, pre nego što se on implementira u sferi privrede (Nikolić 2019). Posledica orijentisanosti radija ka tržištu biće i započinjanje procesa „segmentacije tržišta, specijalizacije programa stanice i usmeravanje programskih sadržaja ka određenoj ciljnoj grupi” (Martinoli 2015: 35). Samim tim, može se reći da je, sedamdesetih godina, Radio Studio B kreiranjem autentičnog audio-identiteta, originalnog i hrabrog izraza, kao i ukupnog programskog koncepta, pionirski započeo proces formatiranja u medijskom pejzažu tadašnje Jugoslavije.

### Osobenosti i programski ciljevi Radija Studio B

Radio Studio B prvenstveno je nastao sa idejom da bude prvi lokalni beogradski radio i s namerom da senzibilitet i vrednosni sistem stanice budu usaglašeni sa ukusom građana, kao i da im pruži neposredniji i bliži pristup u obradi i prezentovanju tema iz lokalnog okruženja. Može se reći da je program tog radija ispratio diskurs lokalnih medija i, u prve dve decenije od osnivanja, imao cilj da „reflektuje i promoviše lokalni identitet, karakter i kulturu zajednice” (Fraser and Restrepo Estrada 2001: 4), dok se tokom 90-ih godina prošlog veka rad Studija B može razumeti kroz navode autora Frenklin (Bob Frenklin 2006) i Aldridž (Maryl Aldridge, 2007) da lokalni mediji formiraju medijski prostor u okviru kojeg će se promovisati nezavisni i kritički diskurs o lokalnim pitanjima, kao i istraživati odgovornost lokalnih elita i stavova stanovnika date zajednice, odnosno da „lokalni mediji predstavljaju forum za odigravanje političke debate u okviru kojeg se pozicioniraju kao aktivni i nezavisni učesnik” (Aldridge 2007: 52).

I, dok je na makro nivou nastavio da obavlja funkciju lokalnog i finansijski samoodrživog medija, Radio Studio B je imao ideju da preoblikuje tadašnje konzervativne profesionalne i institucionalne norme, predstavljajući preteču ili nagoveštaj današnjih civilnih, građanskih i alternativnih medija. Njegova posebnost i autentičnost ogledala se u inovativnosti koja je vezana i za program i za način njegove prezentacije kroz koje se otvara prostora za participaciju zajednice u radijskom prostoru, aktivizam i angažovanosti u vezi sa

---

14 Finansijske i programske.



ostvarenjem opšteg društvenog interesa i nekog oblika opozicije dominantnom modelu državnog radiju na estetskom i vrednosnom novou.

Ukoliko uvažimo definiciju da su alternativni mediji „autonomne alternative koje propagiraju i jačaju nove vrednosti, stavove i ideje, a istovremeno i podstiču demokratski oblik komunikacije među ljudima koji se nalaze van komercijalne sfere društva” (Coyer, Dowmunt, Fountain 2007: 4), onda sa puno prava možemo reći da je Radio Studio B ispunjavao pretpostavku i da može biti tretiran kao medij ovog tipa.<sup>15</sup> U uslovima narastajuće liberalizacije u jugoslovenskom društvu i medijskom sistemu sedamdesetih godina, stvoren je prostor u kojem je Studio B počeo da razvija i neguje odlike pripisane alternativnim medijima. Iako je ova radio stanica orijentisana ka tržišnom i profitnom finansiranju, što se unekoliko sukobljava sa konceptom alternativnih medija, analizom pozicije Radija Studio B u jugoslovenskom ekonomskom i ideološkom kontekstu, njegov komercijalni status može se okarakterisati kao hrabar iskorak koji mu je omogućavao viši stepen nezavisnosti i pojavu diverziteta i alternative u monolitnom jugoslovenskom medijskom sistemu.

Do osnivanja Radija Studio B, u beogradskom, srpskom, pa i jugoslovenskom etru, dominirao je vrlo specifičan način spikerske i novinarske prezentacije sadržaja pred mikrofonom. Konkretno voditelji i prezenteri Radio Beograda imali su kvalitetnu dikciju, veoma formalan i pomalo krut način obraćanja i sagovornicima i slušaocima, stil na koji je publika bila naviknuta. Radio Studio B, između ostalog, doneo je novi stil vođenja programa koji je odlikovala spontanost, opuštenost, kondenzovanost izraza, povremeno i kolokvijalnost „s voditeljima koji su govorili u mikrofona kako bi se privatno obraćali jedni drugima” (Milorad Roganović). Žikica Simić ističe:

*Voditelji su bili zanimljivi i jako važni. Čini mi se da su važniji od zanatskih kvaliteta (boja glasa, dikcija, jasnoća) bili ličnost i integritet. Ljerka Draženović (koja je imala i jedno i drugo), Dragan Jelić, Dubravka Marković i drugi su bili takvi. To je bila specifičnost Studija B. Niko nije imao takve voditelje. Njihov diskurs je bio bliži kolokvijalnom izražavanju. Radijski formalizam je bio pobeđen duhovitošću, smelošću i integritetom voditelja i urednika. (razgovor sa Žikicom Simić realizovan u maju 2020)*

15 Kamerts, Karpentijer i Bejlis smatraju da ovaj model medija odlikuje alternativnu vizije dominantnim politikama, prioritetima i perspektivama, dopuna su ili kontra dominantnim diskursima ili reprezentacijama, pokazuju visok stepen političkog i kulturološkog angažmana, neguju nezavisnost i slobodu, demokratizuju komunikaciju i odbacuju komercijalne motive kao glavne pokretače. (Cammaerts, Carpentier, Baileys 2008: 19).

Zahvaljujući spontanom, žargonskom i prijateljskog stilu vođenja programa i ukupnom narativu, Radio Studio B je ostvario blisku vezu sa beogradskom publikom i približio se modelu alternativnog medija koji je pozicioniran „kao opozit *mejnstrim* medijima” (Waltz 2005: 2) odnosno u postojećem medijskom kontekstu, državnom radiju.

Osim načina na koji je komunicirao sa slušaocima, Studio B se uključuje u život glavnog grada pokretanjem „dvosmerne komunikacije sa okruženjem kojem se obraća” (Perebinossoff, Gross, Gross, 2005: 150). Programska koncepcija i politika bili su u funkciji kreiranja „društveno korisnog programa” (Marković 1994: 84) i da se u programski sadržaj Studija B uvedu: servisne informacije, kontakt programi u kojima će participirati slušaoci, da se slušaocima daju uloge novinara i „lutajućih” reportera,<sup>16</sup> govorni program sa lokalnim temama čak se i u muzičkim emisijama angažuju slušaoci kako bi glasali za svoje omiljene muzičke numere i tako kreiraju top-liste. Aktivno uključivanje građana u medijski prostor, koji im je do tada bio nedostupan, predstavlja još jednu od osobenosti Radija Studio B koja je i odlika alternativnih medija s obzirom da oni:

*Integrišu glasove i ideje građana u medijski prostor, preispituju različite alternative u prikazu priča koje su značajne za lokalnu zajednicu, obrađuju teme koje podstiču viši nivo promišljanja kod građana i grade veće razumevanje datih tema, preuzimaju inicijativu da izveštavaju o gorućim problemima na način koji unapređuje opšte znanje građana o potencijalnim rešenjima i alternativnim pravcima delovanja.* (Edmund B. Lambeth 1998, prema Voakes 2004: 25)

Tokom sedamdesetih i osamdesetih godina prošlog veka, „stanica produbljuje veze sa slušaocima, pozicionira se kao relevantan i angažovan sagovornik i partner o lokalnim problemima i temama” (Martinoli 2015: 42), da bi tokom devedesetih godina građansko novinarstvo koje se negovalo na Radiju Studio B postiglo svoj pun potencijal, što se ogledalo u javnim raspravama, građanskom angažmanu i političkoj participaciji.

Ostvarivanjem tog programskog cilja, Radio Studio B ubrzo je postao platforma u funkciji ostvarenja javnog interesa, kroz koju su građani dobili prostor

16 „Lutajući reporter je takođe bio „izum” Studija B. Reporter se javljao sa ulica, razgovarao sa ljudima, prenosio zapažanja, komentarisao trenutne događaja. Vuk Stević je bio majstor tog posla. Njegovi izveštaji sa ulice su bili izuzetni. Hiperrealno i nadrealno su se mešali i davali potpuno drugačiji sliku grada u kojem živimo” (iz razgovora sa Žikicom Simićem, maj 2020).

da iskažu stav o svakodnevnici, da iznesu probleme s kojim se suočavaju kao građani i da se identitetski poistovete s vrednostima za koje se zalagala ova radio stanica. U tom pogledu jedna od značajnih emisija je *Skupština grada Beograda u Studiju B*, u kojoj su gradonačelnik i drugi rukovodioci ovog tela „polagali račune” za svoj rad slušaocima i često trpeli javne kritike sugrađana. Emisija koja je takođe podsticala participaciju građana bila je i kulturna emisija koju je vodio ugledni novinar Đoko Vještica *Beogradska razglednica*. Emisija je bila deo jutarnjeg programa tokom koje je urednik i voditelj informisao slušaocima o stanju u gradu, saobraćaju, komunalnim službama, meteorološkim prilikama itd. Jedan deo ove emisije bio je koncipiran sa ciljem da se pomogne sugrađanima koji su imali neki problem za koji je Vještica saznavao kroz njihovo direktno uključivanje u program. Odgovore i rešenja tražio je kod odgovornih lica u gradu. Ovakav format emisije bio je potpuno nov na jugoslovenskim radio talasima.

*Jutarnji radio program Đoka Vještice je bio medijsko čudo. Auditorijum se identifikovao sa Đokom jer je postavljao pitanja koje bi svaki 'slušać' Studija B želeo da postavi kad bi imao prilike. I ne samo to, nego ih je postavljao oštro, nabusito, pri tome veoma jasno i precizno. Tu i tamo je nailazio na medijski talentovane saradnike pa su razgovori poprimali oblik radio drame ili skeča. Na primer čuveni su razgovori između Vještice i Živka Živkovića, potparola Beogradskog vodovoda. To su bile radijske minijature koje su dobile sopstvenu prepoznatljivost. Ljudi su čekali razgovor između Đoka i Živka ne samo zbog informacija o vodosnabdevanju, nego i kao tačku svojevrsnog radio šoua. (razgovor sa Žikicom Simić realizovan u maju 2020).*

Druga kulturna emisija bila je *Beograde, dobro jutro* koju je vodio Duško Radović i koja je na satiričan, poetičan, mudar i ljudski topao način sagledavala život u Beogradu i Jugoslaviji. Narativ emisije ocenjivan je kao angažovan, i iz ovog razloga je emisija bila „skinuta” sa programa.

*Duško je umeo da bude 'politički nekorektan', umeo je da kaže nešto što nije po volji vladajuće klike. Bilo je situacija kada su neke njegove emisije bile naknadno premontiravane, pojedine rečenice izbacivane itd. Jutarnja verzija se razlikovala od one reprizne popodnevne. (razgovor sa Žikicom Simić realizovan u maju 2020)*

Goran Kobali se seća da je emisija bila kreirana pod stalnim pritiskom i pretnjom da će njeno emitovanje uticati na dalji rad čitavog kolektiva. Prema

navodima u listu *Novosti* sud Komunističke partije je smatrao da je emisija nepodobna zbog velikog broja političkih aforizama, da bi 16. novembra 1982. godine Presedništvo CK SKS nakon „razmatranja aktuelnih idejno-političkih pitanja informativnih delatnosti”, 16. novembra objavilo zaključke:

*Aforizmi u popularnoj satiričnoj emisiji 'Beograde, dobro jutro' u poslednje vreme sve češće imaju obeležja političkih poruka sa izraženom moralističkom i demagoškom pozadinom. Sadržina tih poruka ponekad je krajnje destruktivna i neprihvatljiva. Potrebno je izvršiti podrobniju analizu idejne usmerenosti ovakvog delanja.* (Novosti Online 2016)

Nakon ovog saopštenja, emitovanje emisije *Beograde, dobro jutro* je prekinuto.

Studio B se nije direktno suprotstavljao aktuelnim ideologijama, ali je kroz program preispitivao stvarnost i pružao simboličan otpor.

*U političkom smislu nije postojala antisistemska koncepcija, ali u smislu razbijanja tradicionalnog, krutog programskog sadržaja je Studio B samom svojom pojavom bio negacija i razbijač svega toga što je postojalo do tada kao državni radio.* (razgovor sa Goranom Kobalijem realizovan u martu 2020)

Participacija slušalaca kroz kontakt programe koje uvodi Studio B pružila im je mogućnost da iznesu svoje stavove i na svojevrstan način omoguće ovoj stanici balansiranje između participativnog i „ideološki rigidnog” (Radojković 1975) medijskog izveštavanja. Gertruda Robinson (Robinson 1977) navodi da iako je od sedamdesetih godina došlo do liberalizacije jugoslovenskog medijskog sistema, medijski narativi su morali da budu usklađeni sa ideologijom i ciljevima partije, mada se kao jedan od trendova popuštanja rigidnih granica pojavljuje senzacionalističko novinarstvo. Kako bi se ovaj vid izveštavanja na neki način držao pod kontrolom, novinari su dobili zadatak da društveno odgovorno izveštavaju. Za novinare je ovo značilo nesigurno balansiranje između poštovanja partijskih ciljeva i etičnosti profesije. „Teško je bilo biti kritičan u situaciji koja je zahtevala da kritika bude konstruktivna.” (Robinson 1977: 15). Takođe, veoma je bila zastupljena i praksa samocenzure (Vučetić 2016), karakteristična i za građane, ali i za novinare. „Direktne cenzure nije bilo, a koliko je kod svakog od nas postojala autocenzura je relativno, zavisno od osećaja mere, pristojnosti i vaspitanja” (razgovor sa Goranom Kobalijem realizovan u martu 2020). Milorad Roganović dodaje da su urednici bili pozivani na razgovore i „savetovanje” u Gradski komitet, što je često stvaralo

atmosferu u kojoj se unapred moglo pretpostaviti kakav će programski sadržaj biti nepoželjan. „Ali, uprkos tome, naša mladost, stručnost, drskost i čast uspevala je da dovede do proboja naprednih ideja. Gurali smo dalje i, iskreno, nismo ni razmišljali o posledicama” (razgovor sa Miloradom Roganovićem realizovan u februaru, 2020). Dragan Marković navodi da je Studio B imao „fleksibilan” odnos prema politici. „Osnovna programska koncepcija Studija B bila je usklađena sa strategijom osnivača – politikom Saveza komunista i SSRN. Tu strategiju smo gledali, tumačili, i zastupali kroz dioptriju interesa običnih ljudi, slušalačkog auditorijuma” (Marković 1994: 37).

### **Od programa do programskog sistema – programska multiplikacija Radija Studio B**

S razvojem kapaciteta stanice, kao i s rastom popularnosti, ukazala se potreba, a stekle su se i mogućnosti za multiplikaciju programa Radija Studio B. Tako dolazi do diferencije tri programa: Prvi program, kao celodnevni program, i Drugi program, koji je bio razdvojen na programe Radio Bubamare i Koncert Studija B.

Prvi program Studija B prvi se emitovao putem UKT FM stereo-mreže. Program se zasnivao na informativno-političkom, obrazovnom, kulturnom, sportskom i zabavno-muzičkom sadržaju. Emitovao se 24 časa i odnos govora i muzike bio je 30–35% govora prema 60–65% muzike. U okviru non-stop programa, vesti bi se emitovale na svaki sat, dok su reklame bile konstitutivni deo emisije. Program je na neki način ličio na štampane medije. Radio je svoje inovativne programske ciljeve video i u kreiranju aktuelnog sadržaja i najbržih vesti. Dinamičnost informativnog programa trebalo je da se poklopi s dinamikom života u glavnom gradu i da prenosi sadržaje gradskog života. Zaposleni pamte da je govorni program mogao da „uleti” u muzički kad god je bilo potrebno da slušaoci saznaju šta se važno događa u Beogradu. „Zamisao je bila da slušalac ne sme da zna šta ga čeka kad uključi radio-stanicu, ne sme da pretpostavi kakav će biti sadržaj programa” (razgovor sa Miloradom Roganovićem realizovan u februaru 2020). Prema sećanju zaposlenih, takva fleksibilnost programa pružala im je stalan osećaj osvajanja novih sloboda i konfrontiranja onovremenoj medijskoj rigidnosti. Iako je aktuelan informativni program bio veoma značajan za zaposlene na radiju, kao i za slušaocce, ipak je muzički program ostao najzapamćeniji element Studija B. Stanica je bila lider u muzičkom programu pošto je uvek imala najaktuelnije hitove iz celog sveta. „Hrabra i svetski aktuelna muzička selekcija mnogima je značila

gotovo jedini i najvažniji izvor kroz koji su mnogi, rekao bih nimalo skromno, formirali svoj kulturno-muzički ukus” (razgovor sa Goranom Kobalijem realizovan u martu 2020).

Muzika je na programu Radija Studio B imala dominantno mesto i bila je dovedena na isti nivo važnosti kao i informacije. U tom smislu u studiju je montiran semafor s tri sijalice – crvenom, žutom i zelenom. Pravilo je bilo: tri minuta govora, tri minuta muzike; zeleno svetlo je radilo oko dva minuta i 45 sekundi, sledilo je žuto 15 sekundi, kada je voditelj ili gost mogao da završi sa onim što je u tom segmentu hteo da kaže, na crveno je kretala muzika. „Ni Tito nije bio pošteđen od pravila tri minuta i semafora i njegove govore smo skraćivali i emitovali u delovima. Mada smo bili kritikovani zbog toga, nismo odstupali od tog pravila” (razgovor sa Milorodom Roganovićem realizovan u februaru 2020). Osim što je pokrenuo dvosmernu komunikaciju s građanima Beograda, Radio Studio B bio je angažovan i u aktivnostima koje su se ticale javnog i društvenog interesa. Sa Đokom Vješticom kao idejnim tvorcom, radio je bio pokretač brojnih inicijativa i humanitarnih akcija koje su podigle kvalitet života u glavnom gradu – Beogradski maraton, sadnja platana i izgradnja Trga Marksa i Engelsa (sadašnji Trg Nikole Pašića), gejzira na Adi, pešačka subota, spomenik „Vrelo života” ispod Beograđanke.

Godine 1974. Radio Studio B seli se iz zgrade dnevnog lista *Borba* na 24. sprat Palate Beograd, popularne Beograđanke, u kojoj ostaje do danas. Preseljenje na najviši sprat najviše zgrade u Beogradu simbolično je označilo programski i finansijski uspon radija. Međutim, i pre preseljenja je rukovodstvo Studija B razmišljalo da profiliše svoj program i uvede nove programe koji će zadovoljiti potrebe sve zahtevnije publike, a veliku pretnju je predstavljao i sve dominantniji televizijski program.

Drugi program Studija B, Radio Bubamara, kasnije Radio Bum, počeo je sa emitovanjem 22. 11. 1971. godine, sa dominantnim muzičkim programom, u kome su uz muziku, u desetočasovnom dnevnom trajanju emitovane kratke vesti i reklame. Prvi spiker i voditelj bio je Slobodan Vujović, koji je program stanice otvorio u 13.00 časova, a prva muzička numera koja je emitovana bila je kompozicija *Odiseja* u izvođenju Lea Martina. U prvo vreme, program je emitovan radnim danom i subotom od 13.00 do 18.00 časova, po principu tri vesti, jedna za drugom, muzika, pa nov set vesti, i to tako što bi poslednja vest „ispadala”, prva vest bi postajala druga, a prvo mesto je dobijala nova i aktuelna informacija oblikovana u vest. Razlika između prvog i drugog programa bila je u načinu obraćanja publici. Prvi program je bio prepoznatljiv

po brzom i dinamičnom saopštavanju informacija, dok je Drugi program negovao nešto smireniji ton u interpretaciji. Na Drugom programu su se obično smenjivala dva voditelja – jedan od 13.00 do 15.30 i drugi od 15.30 do 18.00. Krajem osamdesetih godina, širi se obim Drugog programa, koji sad svakodnevno traje od 8.00 do 18.00. Uz vesti, muziku i reklame, sadržaj vesti bili su i prenosi sportskih događaja, i stoga je prvo ime tog programa bilo Radio Bubamara, što budi asocijaciju na fudbalsku loptu. Drugi program je organizovao i programske akcije, koje su bile inovativan deo programa u tom vremenu (Radio-suncobran, Pahuljica, Praktična Bubamara itd.). Početkom devedesetih, Radio Bubamara postaje isključivo muzički radio program, na kome se svakodnevno do 21 čas mogu čuti sadržaji narodne i zabavne muzike. Od maja 1993. godine, Radio Bubamara skraćuje ime u Radio Bum i započinje 24-časovno emitovanje uglavnom muzičkog programa: od 6 do 12 i od 18 do 24 narodna muzika, a u ostalim terminima (12–18 i 24–6) zabavna. Karakteristične emisije bile su Budilnik Bum radija, Fontana želja, Sabor i Top-lista.

Treći program – Koncert Studija B počeo je emitovanjem 17. jula 1977. godine. Program su otvorili Dragan Marković i Duško Radović. Program je emitovan svakog dana osim nedelje, od 18 časova do ponoći. Koncert Studija B bio je pionirski poduhvat u jugoslovenskom etru, a nastao je sa idejom da se klasična muzika približi mlađoj publici. „Ambicija je bila da se demistifikuje predstava kako je klasična muzika isuviše 'otmena' i teška za poimanje običnog naroda, da je domen prosvetljenih, kulturne elite” (Marković 1994: 100). Kako bi se postigao taj cilj, primenio se prepoznatljivi način vođenja programa, koji je bio zastupljen na Prvom programu: znalacki, šarmantan, zabavan i improvizovan. Koncept emisija je bio diskdžokejski i u tom maniru su se numere i najavljivale.

## Zaključak

Osnivanje i postojanje radio-stanice kakva je bila Studio B pokazuje da jugoslovensko socijalističko društvo svakako nije bilo u punom kapacitetu demokratsko, ali da je, za razliku od zemalja Istočnog bloka, iznašlo mogućnost za osnivanje medija van sistema državne radio-televizije, koji je, komercijalno finansiran, nudio B-opciju stvarnosti, ali i imao samosvojnu programsku estetiku, a u tehničkom smislu ponudio novu mogućnost stereofonskog emitovanja i praćenja programa. Radio Studio B osnovao je drugi, štampani medij (NIP Borba), što pokazuje smelost srpskog i jugoslovenskog društva

da demokratizuje medijski prostor. U programskom, tehničkom i organizacionom, odnosno finansijskom smislu, ta stanica je po mnogo čemu ličila na komercijalne stanice kakve su možda postojale na teritoriji SAD, ali kakve nisu bile znatno zastupljene u zemljama Zapadne Evrope – Francuskoj, Nemačkoj, Velikoj Britaniji. U programskom konceptu dominirali su muzički sadržaji, negovali su se moderan izraz, nove teme i, pre svega, visok stepen angažovanosti u odnosu na probleme i potrebe građana. Posebno bismo istakli otvorenost uredništva prema publici. Naime, Studio B je bio prva radio-stanica koja je slušaocima koji su imali šta da kažu javnosti omogućila da se direktno uključe u program, saopšte informaciju, pruže priliku toj stanici da prva ponudi najnovije informacije. Finansirajući se od ekonomske propagande, Studio B je razvijao dobre odnose s privredom Beograda i privrednicima koji plasiraju svoje proizvode na beogradsko tržište nudeći im ekskluzivni prostor za reklame. Međutim, od 1972. godine Skupština grada Beograda preuzima osnivačka prava nad Studiom B, što je kasnije potvrđeno Odlukom Skupštine grada Beograda od 18. 10. 1990. godine (*Službeni list grada Beograda*, br. 22/90 prema *Republika* 1996).

Na tragu tradicije i progresivnosti, nije nimalo čudno što je, sa uspostavljanjem višestranačkog sistema u Srbiji, 28. marta 1990. osnovana Nezavisna televizija Studio B, koja je upadom policije zatvorena samo sat vremena nakon početka emitovanja.<sup>17</sup> U novembru iste godine, obnavlja se rad tog medija. Samo pet meseci kasnije, u martu 1991. godine, Studio B će emitovanjem niza nemontiranih snimaka ponuditi svedočenje o protestima opozicije na ulicama Beograda nakon kojih je uvedeno vanredno stanje, a na ulice Beograda su izašli tenkovi. Tokom čitavog perioda devedesetih, RTV Studio B bila je pod različitim pritiscima političkih oligarha upravo zbog kritičkog stava prema realnosti. To je dovelo do njene politizacije, a s talasom demokratskih promena, nakon 5. oktobra 2000. godine, oglasio se ponovo nezavisni, novi Studio B. Nova medijska regulativa, nakon 2000. godine, postavila je kao imperativ transformaciju lokalnih i regionalnih medija, što je značilo da bi ti mediji trebalo da se privatizuju. Koliko je RTV Studio B bila značajna i za nove, demokratske strukture, govori činjenica da su se upinjali da nikako ne privatizuju Studio B, što je rešeno Zakonom o glavnom gradu iz 2007. godine, kojim je dozvoljeno da gradski medij, Studio B, ne bude privatizovan i da ostane pod patronatom gradskih vlasti. Nažalost, 2015. godine, RTV Studio B biće privatizovana za sumu od 530.000 evra, čime počinje nova faza u istoriji

17 Zanimljivo je to što je, kao što je 1969. godine policija zabranila rad Radio Avale, prethodnice Studija B, i početak istorije TV Studija B obeležen zabranom i novim početkom emisionog rada nekoliko meseci kasnije.



tog medija, ne samo kao komercijalnog već kao medija koji je svojom novom programskom politikom duboko odstupio od progresivnog i demokratskog kursa po kojem je bio prepoznatljiv još od 1970. godine.

Upravo ovakva istorija Radija Studio B, a potom i Televizije Studio B, trebalo bi da spreči zaborav kao način da se konstruiše i kreira nov identitet. Iako postoje situacije u kojima je zaborav put u konstrukciju novog identiteta, tradicija i prošlost Studija B ne bi smeli da budu poništeni, što bi donekle odgovaralo i političkim elitama koje menjaju svoje mesto na političkoj sceni iz opozicije u vlast, ali i svima onima koji iz zaborava i poništavanja sećanja ostvaruju nekakvu dobit (Connerton 2008). Zato je ideja ovog teksta da se očuva sećanje i da se istaknu vrednosti Radija Studio B, a potom i istoimene televizije, kao medija koji je doprineo razvoju društva, a u jednom trenutku dao okvir njegovom novom tumačenju i razumevanju. Možda je ovo dobro mesto za aforizam Duška Radovića, pesnika, ali i legendarnog voditelja programa Radija Studio B: „Novinari odgovaraju samo za ono što napišu ili kažu. Još nijednom nisu odgovarali za ono što su prećutali.” To bismo, u ovoj situaciji, mogli da primenimo na medije uopšte.

### **Literatura**

- Aldridge, Meryl (2007) *Understanding the Local Media*, Berkshir: McGraw-Hill Education
- Bailey, Olga G., Cammaert, Bart and Carpentier, Nico (2007) *Understanding Alternative Media*. Berkshire: Open University Press.
- Connerton, Paul (2008) “Seven types of forgetting”, *Memory studies*, Vol 1(1), Los Angeles, London, New Delhi and Singapore: Sage Publications, pp. 59, dostupno na: <http://mss.sagepub.com> [Pristupljeno 03.11.2012].
- Coyer, Kate, Dowmunt, Tony and Fountain, Alan (2007) *The Alternative Media Handbook*. London: Routledge.
- Franklin, Bob (2006) *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*, London: Routledge.
- Fraser, Colin, Respero Estrada, Sonia (2001) *Community Radio Handbook*. Paris: Unesco.
- Korać, Aleksandar, Popović, Zoran (1985) *Delatnost radija i televizije*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Kuljić, Todor (2002) *Prevladavanje prošlosti, uzroci i pravci promene slike istorije krajem XX veka*. Beograd: Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji.

- Lukić, Sveta (1989) *Novi mediji – nova umetnost*. Beograd: Sloboda
- Maričić, Nikola (1994) *Profili radija*. Beograd: Radio televizija Srbije
- Maričić, Nikola (2007) „Planiranje osnivanja ili rekonstrukcije lokalnog radija u Srbiji” u Nikola Maričić (ur.) *Anatomija radija*, Beograd: RDU RTS – Radio Beograd i Fakultet dramskih umetnosti
- Marković, Dragan (1994) *Moje press godine*, Beograd: Studio B
- Martinoli, Ana (2015) *Strategija programiranja komercijalnog radija – Kako se pravi dobar radio*. Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakultet dramskih umetnosti i Samizdat d.o.o.
- Nikolić, Mirjana (2019) „Beograd 202 – deregulacija i liberalizacija u okrilju socijalističkog sistema”, *Kultura* br. 165, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, str. 285–304.
- *Novosti Online* (2016) „Kako je ućutkan Duško Radović: rečenica koja je došla glave najvećoj legendi Beograda”, dostupno na: <https://www.novosti.rs/vesti/naslovna/reportaze/aktuelno.293.html:606235-KAKO-JE-UCUTKAN-DUSKO-RADOVIC-Recenica-koja-je-dosla-glave-najvecoj-legendi-Beograda> [Pristupljeno 17. 06. 2020].
- Perebinossoff, Philippe, Gross, Biran, Gross, Lynne S. (2005) *Programming for TV, Radio & The Internet – Strategy, Development and Evaluation*. Burlington: Focal Press.
- Radiodifuzno preduzeće Studio B, zvanični sajt, dostupno na: <https://studiob.rs/> [Pristupljeno 25.02.2020].
- Radojković, Miroljub (1975) “Political Participation and Mass Media in Yugoslavia”, *Gazette* (Leiden, Netherlands), Vol. 21 (3), pp. 136–148.
- *Republika* (1996) br. 147, dostupno na: <http://www.yurope.com/zines/republika/arhiva/96/147/147-18.html> [Pristupljeno 08.07.2020]
- Robinson, Joch Gertrude (1977) *Titos Maverick Media – The Politics of Mass Communications in Yugoslavia*, Illinois: University of Illinois Press
- Slavković, Dušan (1991) *Na zajedničkom talasu*, Kragujevac: Nova svetlost
- Veljanovski, Rade (2012) *Medijski sistem Srbije*, Beograd: Fakultet političkih nauka i Čigoja štampa
- Voakes, S. Paul (2004) „A Brief History of Public Journalism”, *National Civic Review*, Vol. 93 (3), dostupno na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/ncr.58> [Pristupljeno 06.05.2020].
- Vučetić, Radina (2016) *Monopol nad istinom*, Beograd: Clio.
- Waltz, Mitzei (2005) *Alternative and Activist Media*, Edinburgh: Edinburgh University Press.

### ***Izvori:***

Intervjui vođeni u periodu od februara do maja 2020. godine sa: Miloradom Roganovićem – novinarom, zamenikom generalnog menadžera i programskim direktorom Studija B; Slavkom Tomasovićem, ton majstor i snimateljem Radija Studio B, Goranom Kobalijem Falstafom, saradnikom u muzičkoj redakciji, urednikom II programa RSB, urednikom muzičke redakcije TV SB i Žikicom Simićem, saradnikom u muzičkoj redakciji RSB, autorom i voditeljem emisije „Tajanstveni voz”.

Una Ćirić,  
Faculty of Dramatic Arts, Belgrade

Mirjana Nikolić,  
Faculty of Dramatic Arts, Belgrade

## THE BEGINNING OF CIVIL JOURNALISM AND COMMERCIAL MEDIA IN SERBIA: 50 YEARS OF RADIO STUDIO B

### ***Abstract***

*The establishment of Radio Studio B by NIP Borba was a pioneering endeavour within the process of multiplying Yugoslav media space and launching of local radio stations. As a medium established outside the system of Radio Belgrade, Studio B represents not only the paradigm of independent and innovative radio expression, but also the courage of Yugoslav society to begin the process of democratizing media space within socialist discourse. In program, technical, organizational as well as financial terms, the station resembled commercial radio stations of Western Europe and the United States in many ways. Together with Belgrade 202, Studio B contributed enormously to modernizing and deregulating Yugoslav media system, as well as affirming commercial business principles. In addition to these very important features, the text carefully analyses the impact Studio B had on the media system by opposing ideological and methodological conservatism of state radio, and by creating innovative station program goals such as modern style of programming, new formats encouraging citizen participation, activism, and alternative culture. The text questions the extent to which these unique aspects of Studio B managed to come close to alternative media and citizen journalism discourse, and whether Radio Studio B was a precursor or a herald of future independent media initiatives. The text uses available sources about Radio Studio B, as well as personal memories of journalists, editors and associates who contributed actively to the establishment and development of this radio station.*

### ***Key words***

*Studio B, commercial radio, alternative media, citizen journalism, Yugoslavia.*