

# KULTURNA DELATNOST BEZ KULTURNE POLITIKE

---

Proizvodnja gramofonskih ploča u nas, u punom smislu reči, vezana je za šezdesete godine, a naročito za kraj ove decenije, kada se javila većina sadašnjih proizvođača, odnosno izdavača.

Svi proizvođači, pa i uvoznici gramofonskih ploča u Republici Srbiji, nalaze se na njenoj užoj teritoriji, koncentrisani na dosta ograničenom prostoru. Osam proizvođača i izdavača, koliko ih ima, nalaze se u Beogradu, Kruševcu, Aleksandrovcu i u Batočini.

Pored proizvođača u Srbiji (Preduzeće za proizvodnju gramofonskih ploča Radio-televizije Beograd, „Beograd-disk”, „Diskos”, „Šumadija”, „Pobeda”, izdavačko preduzeće „Vuk Karadžić”, „Naučna knjiga” i Zavod za udžbenike i nastavna sredstva), proizvodnjom i izdavanjem gramofonskih ploča bave se još u Hrvatskoj „Jugoton”, „Suzi” i „Alta” i u Sloveniji „Helidon”.

Ova kulturna delatnost javlja se kao izraz društvenih i kulturnih potreba za gramofonskom pločom, povećanja životnog standarda, razvijanja kulturnih potreba u širim slojevima naroda, te i kao rezultat odgovarajućih tehničkih i tehnoloških dostignuća u svetu i njihovog korišćenja kod nas.

Gramofonska ploča kao kulturno dobro, kao nezamenljivo sredstvo u širenju i razvijanju muzičke kulture, obrazovanju i vaspitanju uopšte, širenju prave umetničke reči — dramskog teksta, poezije i proze, i kao sredstvo javnog informisanja, spada, nesumnjivo, u delatnosti za koje je društvo posebno zainteresovano.

---

Obim i tematska struktura proizvedenih ploča, međutim, pa i kvalitet, prevashodno u umetničkom pogledu, ne odgovara danas društvenim interesima i potrebama i ne zadovoljava ih. U produkciji gramofonskih ploča, prvenstveno muzičkih, preovlađuje stihija. Dezintegrisanost interesa i delatnosti između osnovnih činilaca u stvaranju gramofonskih ploča je skoro potpuna. Proizvodnja gramofonskih ploča podlegla je izrazitoj komercijalizaciji, prepuštena je stihiji tržišne ponude i potražnje i počinje da se pretvara u sopstvenu suprotnost. Posredstvom ovog značajnog i uticajnog medija, sve manje su dostupne prave kulturne vrednosti, a sve je veća poplava najlošijeg, u muzičkoj umetnosti naročito.

Produkcija gramofonskih ploča nije u skladu ni sa povećanjem broja proizvođača, odnosno izdavača ploča, niti sa njihovim proizvodnim kapacitetima. Broj izdatih ploča i njihov ukupan tiraž, u poslednje dve godine, ukazuje na izvesne znake stagnacije. U Srbiji je 1971. godine objavljeno 707 izdanja gramofonskih ploča u 8.613.710 primeraka. U odnosu na celokupnu proizvodnju gramofonskih ploča u Jugoslaviji, produkcija u Srbiji predstavlja oko 50%. Godine 1972, međutim, izdato je svega 729 ploča, što čini jedva 2% povećanja u odnosu na 1971. godinu. Taj broj ploča izišao je u 8.350.169 primeraka, odnosno za 3% manje od prethodne godine.

Tek detaljniji uvid u broj i tiraž pojedinih vrsta ploča prema sadržaju, može dati odgovor na neke pojave i pitanja koji se javljaju u ovoj oblasti kulture.

Osnovu u proizvodnji ploča čine ploče takozvane narodne muzike. Nju izdaju svi proizvođači, sem izdavačkih preduzeća koja se bave i izdavanjem gramofonskih ploča. Godine 1972. izišlo je 427 ploča narodne muzike u tiražu od 5.887.028 primeraka. U odnosu na prethodnu godinu to je nešto manje, što znači da je tržište zagušeno ovom vrstom ploča.

Sigurno je da su proizvođači, povedeni potražnjom na tržištu, doveli proizvodnju ploča narodne muzike, na jednoj strani do hiperprodukcije, a na drugoj do snižavanja kvaliteta muzike i izvođenja, što se moralo negativno odraziti i na produkciju i na prodaju. Čak i pod uslovom da je ova muzika kvalitetna, neprihvatljivo je i sa društvenog i sa kulturnog stanovišta da ploče takozvane nove narodne muzike izrazito dominiraju celokupnom proizvodnjom. To zapravo znači da u ovoj oblasti nema organizovane kulturne politike i društvenog uticaja. Ne bi bilo opravdano osuđivati samo proizvođače,

čiji su osnovni motivi zarada, a ne nalaziti uzroke i u nedovoljnoj prisutnosti kulturnog i društvenog uticaja u ovoj značajnoj delatnosti. To, međutim, ne znači da proizvođači ploča nisu znatno doprineli devalviranju pravih vrednosti time što su se povodili za dosta problematičnim ukusom jednog dela publike. Na taj način, proizvođači su, u jurnjavi za zaradom, gubili svaki kriterij i svojom delatnošću još više srozavali onako neizgrađen umetnički ukus. U tome ih je svestrano pomagala zabavna štampa, radio i televizija, kao najuticajnija sredstva masovnih komunikacija.

Kod drugog vida gramofonskih ploča preovladavale su ploče sa zabavnom muzikom, iako u manjoj meri od ploča narodne muzike. Zajedno sa pločama narodne muzike, one čine u ukupnoj produkciji ploča preko 90% i izdanja i tiraža. Broj ploča 1972. godine dostiže 217 izdanja, ili 71% više u odnosu na 1971. godinu, dok je tiraž porastao za 69% i iznosi 2.010.956 primeraka. U odnosu na druge vrste ploča, gramofonske ploče zabavne muzike po broju izdanja i tiražu pokazuju znatan rast, očigledno na račun narodne muzike. U odnosu na ukupnu produkciju, gramofonske ploče zabavne muzike učestvuju u broju izdanja sa 30%, a u tiražu sa 24%.

Svi ostali vidovi i sadržaji gramofonskih ploča su skoro simbolični i zajedno predstavljaju jedva preko 10% izdanja, a po tiražu ne dostižu ni taj procenat.

U ukupnoj produkciji ploča muzičkog sadržaja, ploče umetničke muzike\*) su malobrojne i retke. Naročito je mali broj ploča naše nacionalne umetničke muzike i naših operskih pevača i orkestara. Na svetskom tržištu ploča, u kataloškim pregledima svetskih proizvođača i trgovaca gramofonskih ploča, od evropskih zemalja, nema jedino jugoslovenske nacionalne muzike snimljene na gramofonskim pločama. Pored toga što je produkcija ploča umetničke muzike bila izrazito mala i nedovoljna, bila je i neujednačena. Tako je 1970. godine izišla 21 ploča u tiražu od 218.238 primeraka, 1971. godine samo 8 ploča u 180.000 primeraka, da bi u 1972. godini bilo proizvedeno 32 ploče u 220.005 primeraka. U ukupnoj produkciji ploča, umetnička muzika je u 1972. godini iznosila 3% po tiražu i 4% po broju izdanja.

Razlozi za ovako indolentan odnos proizvođača ploča prema umetničkoj muzici nalazi se, po njihovom mišljenju, u veoma maloj zainteresovanosti publike za ozbiljnu muziku. Neosporno

\*) Pod umetničkom muzikom autor ovde podrazumeva klasičnu i savremenu ozbiljnu muziku.

je da u ovome ima istine, s obzirom na opšti kulturni nivo u nas, a posebno na nedovoljno razvijenu muzičku kulturu. Istina je, međutim, i to da ni društvo nije učinilo ništa značajnije na popularisanju i stvaranju povoljnijih uslova za proizvodnju i kupovinu ploča umetničke muzike. Interesovanja sigurno ima, s obzirom na to da naša i osnovna i srednja škola muzički obrazuje i vaspitava mlade generacije, s obzirom na znatan broj obrazovanih ljudi u nas, na orijentaciju naše škole, kao i druge činioce koji itekako utiču na širenje muzičke kulture i stvaranje potreba za ovom vrstom muzike. Sredstva masovne komunikacije, međutim, nisu dovoljno učinila na popularisanju ove vrste ploča, kao ni

Muzička omladina i druge organizacije. Ploče sa tekstovima i pesmom za decu, tekstovima umetničke proze i poezije i ploče za učenje stranih jezika izdaju se u minimalnom broju primeraka. Ove ploče izdaje Preduzeće za proizvodnju gramofonskih ploča Radio-televizije Beograd, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva i izdavačka preduzeća „Vuk Karadžić” i „Naučna knjiga”. Iako su uslovi za plasman ove vrste ploča izvanredno povoljni, one su ipak zapostavljene. Stoga bi uzroke ovakvog odnosa trebalo tražiti u indolentnosti proizvođača, inertnosti, kadrovskoj i stručnoj neopremljenosti da se ovako delikatan i odgovoran posao uradi kvalitetno. I u produkciji ove vrste ploča karakteristično je stanje izvesne stagnacije. U prošloj godini objavljeno je 53 ploče u tiražu od 232.000 primeraka. U ukupnoj produkciji ploča ova vrsta izdanja iznosila je 3% po tiražu i 7% po broju naslova.

Ima, doduše, izvesne nade da se nešto promeni u produkciji ploča, naročito u tematskom pogledu.

Od značajnijih poduhvata, vredni su pažnje Antologija jugoslovenske poezije koju priprema izdavačko preduzeće „Naučna knjiga”, komplet ploča monologa naših dramskih velikana koje izdaje „Diskos”, ploče umetničke nacionalne muzike koje predviđa Preduzeće za proizvodnju gramofonskih ploča Radio-televizije Beograd i sl.

Više proizvođača („Beograd-disk”, „Diskos” i „Šumadija”) povećava svoje kapacitete za oko 50%, zahvaljujući novim mašinama i njihovom smeštaju u nove zgrade. Kapaciteti „Šumadije” su najmoderniji. Mašine ovoga preduzeća mogu da izrade 7.000.000 gramofonskih ploča godišnje, što je skoro ravno jednogodišnjoj produkciji ploča u Republici.

Ovi poduhvati zahtevaju izuzetne napore, znanje, umešnost, ukus i kriterij, te ih je potrebno po-

državati i pomoći i moralno i materijalno. Posebnim angažovanjem škola, biblioteka, radničkih i narodnih univerziteta i drugih kulturnih institucija moguće je obezbediti veći tiraž ploča i na taj način sniziti cenu, a sredstvima zajednice uticati na smanjenje prodajne cene kad su u pitanju kulturne i obrazovne ustanove i organizacije.

Stvaranje programa izdanja gramofonskih ploča, međutim, kod proizvođača ne postoji u pravom smislu reči. Na osnovu obima produkcije iz prethodne godine, proizvođači u globalu planiraju fizički obim produkcije gramofonskih ploča i materijalne efekte. Planira se, zapravo, samo broj izdanja i tiraž kao i osnovna orijentacija prema tematskoj strukturi — ploče sa narodnom i zabavnom muzikom, na primer. Plan proizvođača gramofonskih ploča ne poznaje kompoziciju, tekst autora, izvođače, kvalitet, saradnike i slično.

Izuzetak od ovakvog načina planiranja predstavljaju izdavačke radne organizacije koje se bave i izdavanjem gramofonskih ploča.

Proizvođači ploča, s obzirom na to da sada posluju samo po opštim propisima o preduzećima, odnose se i prema programskom delu svoje aktivnosti, koja je prevashodno kulturne prirode, kao i prema fizičkom obimu proizvodnje. Ovde, naime, nema predstavnika društva koji bi uticali na programsku koncepciju i kvalitet izdanja ploča. Kod nekih proizvođača postoji izvesna vrsta umetničkih saveta, ili organa društvenog upravljanja, ali su oni više formalne prirode nego što stvarno imaju bilo kakav uticaj. Preduzeće za proizvodnju gramofonskih ploča RTV Beograd, međutim, ustanovilo je umetnički savet i odbore za određenu vrstu izdanja.

Proizvođači, takođe, nemaju dovoljno razvijenu stručnu službu za najveći deo svoje programske aktivnosti, za produkciju ploča narodne i zabavne muzike. Izuzetak čini planiranje i proizvodnja ploča umetničke muzike, ploča sa umetničkim tekstovima i ploča za učenje stranih jezika.

Preduzeće za proizvodnju gramofonskih ploča Radio-televizije Beograd je izuzetak, jer za svaku vrstu ploča ima stručnog urednika.

Saradnja proizvođača sa stručnjacima na pripremi izdavanja ploča sa narodnom i zabavnom muzikom, prevashodno je menadžerske prirode. Takozvani producenti, uglavnom, utiču na formiranje programa pojedinih proizvođača, pored radnika i saradnika u samoj kući. Sve se odvija na bazi ponude i potražnje, slobodne procene kako će se plasirati određena kompozicija i slično.

Odnos proizvođača i autora zasniva se, u prvim kontaktima, na tome što autor, odnosno izvođač, nudi svoj program snimljen na magnetofonskoj traci. Ukoliko se proceni da će kompozicija i izvođač biti dobro prihvaćeni kod kupaca, stvaraju se i trajniji aranžmani. Retka je pojava da proizvođači ploča pružaju veće mogućnosti za razvoj i plasman pravih talenata. Sve zavisi od trenutne čudi tržišta. Onome ko nije imao sreće sa prvom pločom, teško da će se pružiti prilika da ponovo pokuša, bez obzira na vrednost kompozicije i glasa. Razume se, ne isključuje se mogućnost, u pojedinim slučajevima, da su kvalitet i komercijalni efekat usklađeni. Stvaralačke saradnje između autora i proizvođača, međutim, nema.

Saradnja sa umetničkim udruženjima, društvenim organizacijama koje mogu dosta učiniti u propagandi dobrih ploča, na stvaranju boljih programa i neposrednijem kontaktu sa publikom, — ne postoji.

Programska koncepcija proizvođača ploča, daleko, podvrgnuta je skoro isključivo trenutnom raspoloženju publike, čiji se ukus formira šaroliko: od kompozitora, izvođača, programa festivala i javnih priredbi, pa do radija i televizije — koji najviše emituju tu muziku. S obzirom na prvenstveno komercijalne motive svih aktera u proizvodnji ploča takozvane zabavne i nove narodne muzike, koji se oslanjaju na nerazvijen muzički ukus masovne publike, zloupotrebljavaju ga i zarađuju na njemu, dolazi do jakog opadanja kvaliteta muzičkih kompozicija, teksta i izvođenja, pa je i vrednost ovih ploča na tržištu krajnje efemerna. Stoga se stalno teži za novim pesmama, a njihov vek trajanja je tako mali da proizvođači s krajnjom oprežnošću određuju tiraž, da ne bi došli u situaciju da uništavaju ploče. Jer, kada kratkotrajna popularnost jedne ploče prođe, ona se više nikada ne vraća i njena vrednost je trajno izgubljena za sve.

Donošenjem novog zakona o izdavačkoj delatnosti, kojim se obuhvataju i gramofonske ploče, proizvođači i izdavači će imati predstavnike društva u svojim organima upravljanja, koji će učestvovati u odlučivanju pri donošenju programa izdanja i izbora direktora i urednika. Javnost će, takođe, moći da učestvuje i utiče na ove programe. Time će se, svakako, situacija znatno izmeniti u pozitivnom smislu.

Propusti u domaćoj produkciji ploča pokušavaju se nadoknaditi uvozom. Ovim poslom u nas bave se isključivo izdavačka i knjižarska preduzeća, „Jugoslovenska knjiga“, „Nolit“ i „Prosveta“.

Obim uvoza, prema domaćoj produkciji, po broju primeraka skoro je neznatan, čini jedva 1,5%. Broj naslova uvezenih ploča je, međutim, veći dva do tri puta od broja naslova domaće produkcije. Broj uvezenih ploča, na žalost, opada. U 1970. godini uvezeno je ukupno 183.000 ploča, naredne 1971. godine — 227.000, a 1972. godine uvoz je opao na 148.000 primeraka ploča.

Karakteristično je da su uvezene ploče birane sa znalačkim i visokim umetničkim kriterijima, da one predstavljaju isključivo umetničku, klasičnu i savremenu muziku, jedan mali procent zabavnu, najkvalitetniju i najaktuelniju, i ploče za učenje stranih jezika.

Opadanje broja uvezenih gramofonskih ploča je direktna posledica povećanja carinskih dažbina i nepovoljnih uslova plasmana, kao i uvođenja visokih poreskih stopa u prodaji. Gramofonska ploča, naime, bez obzira na vrstu, karakter i kvalitet muzike i teksta, podleže carini koja iznosi 30% od neto cene koju uvoznik plaća inostranom proizvođaču. Na taj iznos dodaje se još 10% takozvanih troškova carinskog evidentiranja, manipulacije i taksa. Carina uračunava u takozvanu neto cenu i poštanske troškove, koji iznose od 7—8% od te cene. Na ovu cenu sa carinskim troškovima, dodaje se marža uvoznika i rabat prodavcima. Marža je, međutim, zamrznuta, te su uvoznici primorani ili da na račun svoje marže daju veći rabat, ili da rabat ostavljaju na istom nivou, iako su cene ploča znatno porasle — s obzirom na devaluaciju dinara. Na sve ove troškove dodaje se republički i savezni porez na promet, koji zajedno iznosi 24,5%. Izlazi, dakle, da je porezima i carinskim dažbinama cena uvezene ploče povećana za preko 60%. Ovakav tretman gramofonskih ploča pri uvozu nanosi vrlo ozbiljne štete našoj kulturnoj politici.

Uvoz gramofonskih ploča, prvenstveno umetničke muzike i ploča za učenje stranih jezika, sa kulturnog stanovišta nam je neophodan. Ekonomski i tehnički uslovi za proizvodnju ploča, takođe, nalažu politiku obimnijeg i raznovrsnijeg uvoza ploča. Uvozom gramofonskih ploča treba, zapravo, nadoknaditi nedostatak ploča umetničke muzike i ploča za učenje stranih jezika, — koga se inače posla naši proizvođači nerado prihvataju.

Proizvođači i izdavači gramofonskih ploča imaju najmoćnija, najmasovnija i najuticajnija sredstva propagande svojih proizvoda. Gramofonske ploče, zapravo, skoro se isključivo i pro-

pagiraju putem radija i televizije, što je s obzirom na njihovu prirodu i tematiku normalno.

Koliki su efekti te propagande može se proceniti na osnovu broja televizijskih i radio-aparata. U SR Srbiji ima 919.714 televizijskih aparata i 1.116.278 radio-aparata. S obzirom na to da tržište gramofonskih ploča proizvođača u Srbiji nije ograničeno samo na Republiku, već se prostire na celu zemlju, navodimo ove podatke i za Jugoslaviju. U našoj zemlji ima 2.061.434 televizora i 3.475.649 radio-aparata. Reklamiranje ploča putem ovih sredstava znači, u stvari, obaveštavanje više miliona gledalaca, odnosno slušalaca, o odgovarajućoj kompoziciji, tekstu, izvođaču. Stoga ukus pri izboru ploča za reklamiranje, skoro presudno utiče i na formiranje ukusa publike i na sudbinu određene vrste ploče, autora i izvođača.

Uporedo sa reklamom proizvođača ploča, radio i televizija u svojim programima imaju znatan deo ispunjen muzikom. Najveći deo muzičkog programa čini narodna i zabavna muzika. Otuda od izbora muzike, njenog kvaliteta, izvođača i načina izvođenja ne zavisi samo popularnost odgovarajuće kompozicije, snimljene na pločama, već i programska koncepcija i politika proizvođača ploča.

Uzroke za sadašnje stanje u proizvodnji gramofonskih ploča, kako u pogledu njihove tematske strukture tako i u pogledu kvaliteta, treba, dakle, tražiti i u koncepciji i u kvalitetu muzičkog dela radio i televizijskog programa.

Naročito je velika propaganda narodne i zabavne muzike na lokalnim radio-stanicama. Postoje ozbiljne indicije da se u programima pojedinih radio-stanica forsiraju određeni pevači, ansambli i autori, kao i ploče određenih proizvođača. Različiti su motivi za ovakav odnos, ali je sigurno da taj izbor nije uslovljen i određen kvalitetom. Najčešće su u pitanju odgovarajući komercijalni aranžmani.

Do sada je jedino Radio-Beograd izvršio selekciju muzičkih ploča. Ova radio-stanica je na osnovu umetničkog kvaliteta izvršila izbor ploča koje će emitovati u svome programu.

Ne postoji ozbiljan kritički odnos i ocena gramofonskih ploča u štampi. Takav odnos štampe, svakako, ima određenih negativnih reperkusija na programsku koncepciju i rezultate proizvođača ploča.

Programska orijentacija proizvođača, a posebno tematska struktura proizvedenih ploča, ne podstiču širenje muzičke kulture i ne utiču na raz-



voj umetničkog ukusa i interesovanja široke publike za stvarne vrednosti u muzičkoj umetnosti. Naprotiv, moglo bi se reći da u izvesnom smislu deformišu taj ukus i usmeravaju ljubitelje muzike na stranputice muzičke umetnosti kao i umetnosti i kulture uopšte.

Potrebe za pravim umetničkim vrednostima, bilo narodne, bilo zabavne, bilo umetničke klasične i savremene muzike, nesumnjivo su velike. Takođe su velike potrebe i za pločama sa tekstovima iz narodne i umetničke književnosti, kao i pločama za učenje stranih jezika.

U republici Srbiji, na primer, ima 1,081.789 učenika osnovnih škola. Svi oni, od I do VIII razreda imaju obavezan predmet muzičko vaspitanje. Ovaj milion učenika sluša nastavu u 39.002 odeljenja, u 4.950 škola. Kada bi samo svaka osnovna škola uzimala po jedan komplet ploča umetničke muzike za svaki razred, izlazi da bi se takve ploče mogle prodavati u oko 30.000 kompleta godišnje. Ukoliko se ovome broju dodaju i srednje škole, mogućnosti su znatno veće.

U Republici, takođe, ima 10 muzičkih škola sa 1.491 učenikom. Ove škole bi morale da imaju muzičke kabinete. Nastavničkih škola ima 24, sa 3.239 učenika u 303 odeljenja. Svi ovi učenici moraju da nauče da sviraju u neki instrument, a svakako im je neophodno poznavanje muzičke literature i istorije. Gramofonske ploče su za nastavu u ovim školama neophodne do te mere da je zaista nezamislivo izvođenje nastave muzičkog obrazovanja i vaspitanja bez njih.

Ostale srednje škole, kojih je preko 600, sa oko 300.000 učenika, u okviru nastave istorije i teorije umetnosti, takođe muzički obrazuju i vaspitavaju učenike. U Rezoluciji o zajedničkim osnovama srednjeg obrazovanja kaže se: „Deo opšte kulture, koja se stiče u okviru srednjeg obrazovanja, čine maternji jezik i književnost, umetnost i strani jezici“. Deo koji se odnosi na umetnost sadrži i ovo: „Učenici treba da se osposobljavaju i da sa razumevanjem prate i doživljavaju umetnička dela razvijajući svoj ukus...“ Škola, dakle, mora koristiti najsavremenija tehnička sredstva za doživljavanje pravih umetničkih vrednosti i u muzičkoj umetnosti. Gramofonska ploča danas predstavlja najpogodnije i najefikasnije sredstvo za ostvarivanje ovoga cilja.

Uporedo sa umetnošću, u Rezoluciji se ističu kao osnove opšte kulture još i književnost i strani jezik. Sve više je u upotrebi ploča za učenje stranih jezika. U svih 330 srednjih škola, sa nekoliko hiljada odeljenja, obavezno je učenje

jednog ili više stranih jezika. Dodajmo još da se i u višim razredima osnovnih škola uče strani jezici, a ponegde se uvode i u nižim razredima, pa čak i u predškolskim ustanovama. Upravo su neiscrpne mogućnosti za proizvodnju ploča za učenje stranih jezika.

Snimanje umetničkih tekstova proze, poezije i drame na pločama, sve je češće u svetu. U naš je ovaj vid ploče tek u začetku. Doživljaj umetničke i narodne poezije, kao i drame, bio bi kod učenika daleko snažniji i efikasniji kada bi se u nastavi književnosti upotrebljavale i gramofonske ploče. Sigurno je da bi slušanje tekstova na umetnički način čitanih, mnogo više podstaklo učenike da čitaju književna dela.

Posebno interesantna oblast u produkciji ploča, koja ima veliku perspektivu, jesu ploče sa pesmama i tekstovima namenjenih deci predškolskog uzrasta. Ovaj uzrast pokazuje izvanredno interesovanje za ploču, što nam, na primer, svedoči izdanje izdavačkog preduzeća „Vuk Karadžić“, koje je proдалo za godinu dana 20.000 kompleta po 6 ploča sa pričama i pesmama Volte Diznija, u izvođenju naših umetnika, na srpskohrvatskom jeziku.

Domovi kulture, radnički i narodni univerziteti, organizacija Muzičke omladine u 32 grada sa 270.000 članova, Književna omladina, blizu 5.000 biblioteka i niz drugih organizacija i kulturnih ustanova, svojim programskim ciljevima i delatnošću pružaju veliku mogućnost za proizvodnju ploča sa umetničkim sadržajima, ploča za učenje stranih jezika i ploča za druge vidove obrazovanja i kulturnih delatnosti.

Skole, sa kulturnim ustanovama i organizacijama, Muzička i Književna omladina, trebalo bi, zapravo, da budu osnovni činilac u stvaranju takve kulturne politike u proizvodnji gramofonskih ploča koja će doprineti zadovoljavanju naših osnovnih društvenih potreba za ovako važnim medijem kulture i umetnosti. Društvo bi, pak, moralo stvarati uslove i podsticati ove činioce da učine radikalni zaokret u ovoj značajnoj oblasti kulture.

Dodajmo još i to da naši ljudi, koji privremeno ili trajno žive i rade u drugim zemljama širom sveta, pokazuju izvanredno interesovanje za našu muzičku gramofonsku ploču.

Prodaja gramofonskih ploča vrši se u nas putem trgovinske maloprodajne mreže, knjižara, trgovinske prodajne mreže „Jugotona“, elektroprivrednih radnji, robnih kuća i nešto malo u specijalizovanim prodavnicama gramofonskih ploča.

Specijalizovanih prodavnica ploča je veoma malo. Ima ih zapravo svega pet, u Beogradu tri, u Vršcu i Svetozarevu po jedna.

S obzirom na to da je jedino u specijalizovanim prodavnicama ploča prisutna, u manjoj ili većoj meri, kulturna komponenta ove delatnosti, kao i s obzirom na interesovanje i potrebe za gramofonskom pločom, ovih prodavnica je veoma malo. Njihov raspored, razume se, takođe je izuzetno ograničen. Stoga je i u cilju veće prodaje gramofonskih ploča, a i u cilju širenja muzičke kulture i kulture uopšte, neophodan veći broj specijalizovanih prodavnica u najvećim gradovima Srbije.

Prodaja ploča u prodavnicama trgovinske mreže, knjižara i robnih kuća je, takođe, koncentrisana samo na najveća gradska naselja. Manja gradska, a pogotovu seoska naselja su van neposrednog domašaja ovog značajnog kulturnog dobra.

Trgovinskoj mreži, u kojoj se najveći broj gramofonskih ploča proda, proizvođači nude svoje ploče i zaključuju poslove posredstvom poslovnih agenata. Prodaju ploča u trgovinskoj mreži vrše prodavci — koji su osposobljeni za prodaju i svake druge robe. Muzička kultura i ukus ovih prodavaca i poslovnih agenata, u najvećem broju slučajeva je na nezavidnom nivou. Oni, međutim, vrše vrlo značajan uticaj na programsku orijentaciju i kvalitet proizvedenih ploča. S odgovarajućim kulturnim nivoom i muzičkom kulturom i ukusom, a u neposrednom kontaktu sa masovnom publikom koja kupuje ploče, oni na jednoj strani prenose svoj ukus na tu publiku, a na drugoj podležu ukusu kupaca, prenoseći svoje zahteve proizvođaču, koji najčešće želi da se prilagodi tim zahtevima. Tako se dolazi do poraznog rezultata da je često plasman jedne muzičke gramofonske ploče u direktnoj zavisnosti od raspoloženja i ukusa i neposrednog prodavca i prodavca-posrednika. Društveni i kulturni interesi, međutim, nalažu da se za prodaju gramofonskih ploča angažuju ljudi koji imaju najmanje srednje muzičko ili srednje opšte obrazovanje.

Gramofonska ploča u najvećim količinama se prodaje za gotov novac, — na otplatu i putem pretplate, međutim, uvedeno je obavezno učešće kupca od 20%. Na taj način prodaja na otplatu je postala nepovoljna za kupce. Nerazumljiv je, međutim, neravnopravan tretman u ovakvom načinu prodaje između knjige i ploče, jer za knjigu nije potrebno nikakvo učešće pri kupovini na otplatu.

I u tematskoj strukturi prodaja ploča je slična produkciji. To će reći da proizvođači ploča prate tržište, povinuju mu se i dobro ekonomski po-

sluju. Ovakav način rada bi trebalo oceniti, naročito u današnjim uslovima, kao pozitivan, kada bi ona druga komponenta ove delatnosti — kulturna, takođe bila zadovoljena. Ona je, međutim, u krajnjoj disproportiji sa ekonomskom. Pitanje je dokle se može tolerisati da jedna kulturna aktivnost, u cilju ekonomičnosti, žrtvuje svoju sopstvenu svrhu postojanja. Pitanje je, takođe, da li se i u drugačijoj koncepciji kulturne politike i kvalitetnim sadržajima ne bi mogao postići i ekonomski efekat. Verujemo da može. U tome leži, zapravo, osnovni nesporazum između proizvođača ploča i društvenih interesa, zahteva i potreba.

S obzirom na ovakvu situaciju, i kulturni i ekonomski interesi nalažu organizovani uticaj i pomoć društva da bi se promenila sadašnja tematska struktura u proizvodnji ploča. Osnovni cilj bi morao da bude proizvodnja ploča umetničke muzike, kvalitetne zabavne i izvorne narodne muzike, ploča sa tekstovima iz naše narodne i umetničke književnosti, ploča za učenje jezika, dramskih tekstova i slično.

