

Produkcija auditornog sadržaja za projekt "Važno ili lažno - viralni konflikt"

Špoljarić, Valentina

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:865692>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-14**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Diplomski rad br. 18/MEDD/2020

**Produkcija auditornog sadržaja
za projekt „Važno ili lažno – viralni konflikt“**

Valentina Špoljarić, 1044/336D

Koprivnica, rujan 2020. godine



Sveučilište Sjever

Medijski dizajn

Diplomski rad rad br. 18/MEDD/2020

Produkcija auditornog sadržaja za projekt „Važno ili lažno – viralni konflikt“

Student

Valentina Špoljarić, 1044/336D

Mentor

doc. art. Dubravko Kuhta

Koprivnica, rujan 2020. godine

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za umjetničke studije

STUDIJ diplomski sveučilišni studij Medijski dizajn

PRISTUPNIK Valentina Špoljarić

MATIČNI BROJ 1044/336D

DATUM 11.09.2020.

KOLEGIJ Audio produkcija

NASLOV RADA Produkcija audiotornog sadržaja za projekt "Važno ili lažno — viralni konflikt"

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Production of auditory content for the project "Seriously of falsely — viral conflict"

MENTOR Dubravko Kuhta

ZVANJE doc. art.

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. doc.art. Iva Matija Bitanga - predsjednik
2. doc.art. Antun Franović - član
3. doc.art. Dubravko Kuhta - mentor
4. doc.art. Igor Kuduz - zamjenski član
- 5.

Zadatak diplomskog rada

BROJ 18/MEDD/2020

OPIS

Rad je dio umjetničkog projekta koji prikazuje informacijski kaos kroz različite medije u fiktivnom svijetu, usko povezanog i inspiriranog COVID-19 epidemijom. Projekt je kombinacija izložbe i instalacije pa će se realizirati u prostoru, a svaki element imat će svoje ciljano mjesto izvođenja kako bi se preklapalo više medija.

Cilj rada je, kroz umjetničko izražavanje i istraživanje, osvrnuti se na problem pristranosti i medijske manipulacije stvarajući konfliktne situacije za promatrače te ih potaknuti na razmišljanje. Rad "prati" priču dva radijska voditelja koji istu situaciju gledaju na različite načine, jedan smiren i u potpunosti vjeruje Vladi, drugi se okreće teorijama zavjere. Oni kroz svoje radio postaje emitiraju svoja stajališta, a u samoj izvedbi emitiraju se na suprotnim stranama prostorije što demonstrira njihov konflikt.

U radu je potrebno:

- konceptualno osmisлити priču i napisati scenarij
- snimiti zvučnu i glazbeni sadržaj (monolozi, dijalozi, muzika)
- post produkcija materijala i finaliziranje za pripremu
- osmisлити i opisati način izvedbe u fizičkom prostoru
- istražiti pristranost i manipulaciju medija te posljedice koje može imati na javnost

ZADATAK URUČEN

11/9/2020

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE
SJEVER



Predgovor

Ovim putem prije svega zahvaljujem profesoru doc. art. Dubravku Kuhti na iskazanom povjerenju i poticanju na stvaranje ovoga projekta.

Zahvaljujem kolegi Marku Macanu, drugom autoru ovog projekta, na idejama, pomoći i divnoj suradnji bez koje ovaj projekt ne bi bio realiziran.

Zahvaljujem partneru Nevenu Špoljaru na velikoj podršci, strpljenju i razumijevanju, kao i na svoj pruženoj pomoći. Također zahvaljujem roditeljima, bratu te cijeloj obitelji i prijateljima koji su me pratili na ovom putovanju.

Za kraj, zahvaljujem Zoranu Sedlaniću, Tatjani Perić, Dunji Stojić, Nikolini Sabolić, Tei Špoljar, Matiji Canjugi i Patriciji Puškarić jer su sudjelovali u nastanku ovoga rada i svojim doprinosom omogućili da se ovaj projekt finalizira.

Sažetak

Medijska manipulacija događa se svakodnevno diljem svijeta. Od utjecanja na stavove javnosti, do nagovaranja na konzumerizam ili pak utjecaja na čovjekovo ponašanje. Nema čovjeka koji na neki način nije obuhvaćen, od male djece do baka i djedova. Svi su oni ciljane skupina, ovisno o sadržaju koji se želi plasirati.

Rad je dio projekta koji se bavi pristranošću i manipulacijom medija, a prikazuje se u obliku izložbe i instalacije. Ideja je proizašla zbog opterećenosti medijima i njihovim načinom djelovanja vezano uz epidemiju COVID – 19 virusom. Projekt obuhvaća 3 različita medija: radio, televiziju i tiskane medije, odnosno novine. Ovaj rad bavi se auditornim sadržajem projekta, što uključuje prikazivanje iste priče s različitim perspektivama. Prikazuje se kroz perspektive dvije različite radio postaje, koje se nalaze na suprotnim stranama za vrijeme izložbe i instalacije kako bi se i vizualno istaknulo njihove suprotnosti, ali i sličnosti koje mogu imati u određenim situacijama.

Cilj rada je kroz umjetničko izražavanje opisati situaciju kako smo je mi sami autori doživjeli i kroz praktičan rad pokazati kako je zbunjujuće kada se dva različita gledišta nalaze jedan nasuprot drugome. Svaka će osoba reagirati drugačije, što samo potvrđuje da svatko različito reagira na medijski sadržaj.

Ključne riječi: projekt, izložba, instalacija mediji, manipulacija, konzumerizam, zvuk, radio

Summary

Media manipulation happens daily around the world. From influencing public sentiments to persuading to consumerism and alteration of human behavior. There is no man who is not entailed somehow, from young children to grandparents. All of them are target groups, depending on the content they want to set out. The work is part of a project that deals with bias and manipulation of the media, and is presented in the form of an exhibition and installation. The idea resulted from the media because of the way it affects public when it comes to outbreak of COVID -19.

The project covers 3 different media: radio, television and print media, i.e. newspapers. This work deals with the auditory content of the project, which includes showing the same story with different perspectives.

It is introduced to us throughout the perspectives of two different radio stations, which are located on the opposite sides during the exhibition and installation in order to visually highlight their contradictions, but also the similarities they may have in certain situations.

The aim of the work is to describe the situation throughout the artistic expression as to how the authors themselves have experienced it by the means of practical work to show how confusing it is when two different standpoints are positioned opposite of each other. Each person will react differently, which only confirms that everyone reacts differently to the media.

Keywords: project, exhibition, media, installation, manipulation, consumerism, sound, radio

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Stavovi i promjena istih.....	3
2.1. Stvaranje stava.....	3
2.2. Promjena stava.....	4
2.3. Uvjeravanje samog sebe i kognitivna disonanca.....	4
3. Manipulacija.....	6
3.1. Strategije manipulacije medija.....	6
3.2. Oblici medijske manipulacije.....	7
3.3. Moć reklama.....	9
4. Posljedice za javnost.....	11
4.1. Problemi sa socijalizacijom.....	11
4.2. „Kupujem, dakle postojim“.....	11
4.3. Utjecaj medija na razvoj djece i mladih.....	12
5. Primjeri iz stvarnosti.....	14
5.1. Skandal radio drame „Rat svjetova“ – mit ili istina?.....	14
5.2. Panika Koronavirus – priroda ili društvo?.....	15
6. Od ideje do projekta.....	17
6.1. Opis projekta.....	17
6.2. Cilj projekta.....	18
6.3. Izvedba projekta.....	19
6.4. Sažetak priče.....	20
7. Praktičan rad.....	22
7.1. Planiranje i izrada scenarija.....	22
7.2. Scenarij.....	25
7.3. Predstavljanje suradnika - Zoran Sedlanić.....	46
7.4. Izrada muzike.....	47
7.5. Snimanje glumaca.....	52
7.6. Reklame.....	54
7.7. Izrada reklama.....	56
7.8. Zvukovi.....	58
7.9. Montaža.....	59

7.10.	Sinkronizacija	64
8.	<i>Zaključak</i>	66
9.	<i>Literatura</i>	68

1. Uvod

Ovaj rad dio je projekta „Važno ili lažno – viralni konflikt“ koji je nastao u suradnji s kolegom Markom Macanom. Projekt se bavi praktičnim i istraživačkim djelom. Praktičan rad će se na umjetnički način posvetiti problematikom dvosmislenosti medijskih poruka, pristranosti istih te će ispričati priču otvorenog kraja, odnosno kraj je zapravo i početak novog ponavljanja jer kao autori želimo naglasiti kako se određene situacije uvijek ponavljaju jer ljudi ne uče iz svojih grešaka. Rad uključuje cjelokupnu produkciju auditornog sadržaja. Od kreiranja scenarija, snimanja glumaca, zvukova, kreiranje i snimanje muzike, reklama, pozadinskih šumova do montaže i sinkronizacije istih.

Istraživački dio rada obuhvatit će objašnjenje pojave stavova, kako se oni mogu mijenjati i o čemu to ovisi. Također će se opisati što je to medijska manipulacija, koje se tehnike i strategije koriste te kako to može utjecati na javnost uz navođenje nekih primjera. Istraživački dio započeo je pretraživanjem korisnih informacija, proučavanjem nastanka medija, širenja novih informacija i na koji su se način te informacije prezentirale.

Pojavom medija u povijesti se pokrenula revolucija u načinu širenja novih informacija. Više se informacije nisu prenosile usmenim putem što je svakako smanjilo problem efekta „pokvarenog telefona“. Opće je poznato da će svaka osoba istu situaciju ispričati na malo drugačiji način, ovisno o tome kako ju doživi. Tako se od jedne pozitivne vijesti na kraju moglo doći do tri različite negativne priče. Prodajom novina, slušajući radio ili gledajući televiziju svi su primili vijesti, ali ovisno o mediju i govorniku kojeg su pratili, doživjeli su to drugačije. Tu se već pojavio problem oko medijske pristranosti i upravljanje javnog mišljenja. [1]

Način na koji je vijest bila napisana ili izgovorena često bi bila usvojena i kao apsolutna istina, jer se u početku vjerovalo da nitko nema koristi od laži ili iskrivljivanja istine. Što je naravno daleko od istine, jer svaka priča ima dvije strane. Najjednostavniji primjer toga je vijest o strašnom ubojstvu u Americi iz 2015. godine kada je vlastita kćer (za koju se vjerovalo da je teško bolesna i djelomično nepokretna) usred noći omogućila ubojstvo vlastite majke. Svi su sudili djevojku, kao prvo zbog laganja o svojem zdravstvenom stanju, kao drugo zbog ubojstva. Mediji su pratili priču i kao takvu prezentirali je javnosti. Kasnije kada je otkriveno kako je djevojka godinama bila zlostavljana od strane vlastite majke, primorana glumiti bolesnu osobu misli nekih gledatelja su se promijenili te su je vidjeli kao žrtvu nasilja koja se pobunila. [6]

Ubojstvo će uvijek biti ubojstvo i najteži zločin, ali način na koji će se nešto prezentirati utjecat će na misli promatrača, on priču saznaje od govornika jer nije svjedočio događaju.

Pojavom medija odmah se pojavila i potreba za oglašavanjem, koja svojom kreativnošću može podsvjesno utjecati na svoje potencijalne kupce bez da oni budu toga svjesni. Time se naravno pokrenuo i sve veći utjecaj na ljude. To nije nešto što se u potpunosti može izbjeći. Čovjek je građen da može samostalno razmišljati, donositi zaključke i iznositi svoje misli, ali ponekad stvori mišljenje o nekom objektu, a da ni sam nije svjestan zašto, niti se može sjetiti od kuda. Za takav slučaj odgovorni su okolina i mediji koji podsvjesno mijenjaju čovjekovo mišljenje.

Mediji su s vremenom samo povećavali svoju pozornicu na kojoj su radili, a njihovo gledalište bilo je sve šire. Medijska manipulacija ljudima postala je čak i svoja vrsta umjetnosti. Kako na neprimjetan način motivirati čovjeka da razmišlja kako oni to žele. Razvojem medija kakvi su oni danas pojavile su se i nove strategije, a s time i nova era manipulacija ljudi. [1]

2. Stavovi i promjena istih

Prirodni proces ljudskog života je roditi se, živjeti i umrijeti. Kroz odrastanje, čovjek se razvija, fizički i psihički. Čovjek nije samo objekt ili biljka koja ima svoj rok trajanja. Svojim životom ostavlja trag, iznosi svoje misli i radi na unaprjeđenju budućnosti svojih potomaka. Kako raste tako neke stavove preuzima od osoba kao na primjer svojih roditelja, ponekad je to načinom odgoja i vjеровanjima u kojima odrasta, a neke stavove steče svojim razmišljanjima i promatranjima. Sve je to dio čovjekovog života.

2.1. Stvaranje stava

Život na ovoj planeti je pun različitih događanja, dobrih i loših. Tako čovjek, kao kompleksno biće koje može apstraktno razmišljati, zaključivati, introspektirati i biti aktivan član društva formira svoje stavove. Procjenjuje svoju okolinu i sam odlučuje kakva su njegova razmišljanja o određenim događajima i temama. Nezamislivo je naići na zdravu osobu koja ima neutralno razmišljanje jer svaki je čovjek individualan i unikatan. Stavovi se razlikuju po načinu na kojem su oni stečeni. Tako je spoznajno zasnovan stav onaj koji se steče analizom prednosti i nedostatka objekta stava. Na primjer kod odlučivanja koji automobil najbolje odgovara željama i potrebama kupca. Prvo će kupac analizirati sve prednosti i nedostatke, proučiti opremu, dodatna svojstva, motor i dizajn. Zatim će proučiti sve negativne strane tog automobila te na kraju zaključiti hoće li baš taj automobil biti idealan za kupnju.

Stav također može biti zasnovan na osjećajima i vlastitim vrijednostima ili moralnim uvjerenjima, a on se zove emocionalno zasnovani stav. To je često uvjetovano i vjerskim vjеровanjima, kao na primjer da građansko sklopljeni brak nije jednako vrijedan kao crkveni.

Osim spoznajnog i emocionalnog načina stjecanja stava, on može biti zasnovan na vlastitom ponašanju prema objektu stava. Što znači da osoba prvo promatra i zapaža vlastito ponašanje prema tvom objektu te zatim stvara stav o njemu. Recimo da pitate osobu kako joj se sviđa knjiški klub na koji je krenula. Osoba odgovori da pretpostavlja da joj se sviđa jer ionako vrlo često diskutira o knjigama s drugim osobama, bilo to u knjižnici ili ne. Takav stav više se zasniva na proučavanju vlastitog ponašanja prema tom stavu nego na emocijama ili mišljenju. [2]

2.2. Promjena stava

Naravno, kako čovjek kroči kroz život normalno je da se njegovi stavovi i mijenjaju. Kako se osoba razvija, mijenja svoje interese, tako se sukladno njegovim mislima, ponašanjem i emocijama mijenja se i njegovo viđenje stvari. Na primjer, osoba u ranim dvadesetima kod kupnje automobila obratit će pozornost na dizajn i snagu motora, dok će deset godina kasnije razmišljati o udobnosti, sigurnosti i da je prigodan za cijelu obitelj. Također, promjena stava može doći i zbog uvjerljive poruke druge osobe koju smatra vjerodostojnom ili pak utjecaja medija. Primjer toga može biti diskusija dvije bliske osobe. Ako jedna osoba smatra kako njegov sugovornik ima bolje argumente i gledište nekog problema velika je vjerojatnost da će i on sam promijeniti svoj stav i preuzeti onaj svog sugovornika jer se njegovo mišljenje o toj temi diskusijom promijenilo. Drugi primjer može biti i promjena stava zbog medija. Primjerice neki intervju stručne osobe o svojim stajalištima nekog predmeta rasprave, svojim stručnim argumentima i objašnjavanjem situacije može dovesti do toga da osoba (gledatelj) promjeni svoje mišljenje jer smatra kako je stručna osoba bolje upućena od njega i ima više znanja od njega o predmetu rasprave.

Takve promjene ne znače nužno da su uvijek i pozitivne već su nastale zbog utjecaja perifernih obilježja. Često se kod čovjeka dogodi i sukob stavova kod koje se javlja i nesigurnost. Tada se osoba mora odlučiti za onaj stav kojega može sama sebi pravdati. [2]

2.3. Uvjeravanje samog sebe i kognitivna disonanca

Kada se osoba nađe u situaciji da priča ili radi suprotno od onoga što zna da je ispravno ili u što inače vjeruje, tada se ona nalazi u spoznajnom neskladu koja se naziva kognitivna disonanca. To se može definirati i kao konflikt u osobi koja doživljava neku situaciju, što znači da osoba ima dvije ili više spoznaja koja su psihološki nedosljedne ili vjerovanja koja su nekompatibilna.

Primjer teorije kognitivne disonance jako je dobro opisan u knjizi *Komunikologija*, autora Darija Čerepinka pa će se ovdje prepričati na sličan način. Osoba koja je upisala autoškolu mora proći različite ispite kako bi mogla dobiti svoju vozačku dozvolu. Naravno ovaj primjer vrijedi i za bilo kojeg drugog studenta na nekom sveučilištu ili učenika osnovnih i srednjih škola, kao što je i navedeno u spomenutoj knjizi.

Kako bi osoba prošla ispite mora uložiti trud i rad u učenje i vježbe. Ako je osoba sve to radila logično je da se osjeća pouzdano i očekuje pozitivne rezultate ispita. Isto tako, ta će osoba biti razočarana ako taj ispit padne. Kako bi umirila vlastite misli, osoba će uvjeravanjem same sebe

racionalizirati situaciju, na neki način opravdavati samu sebe zbog svojeg neuspjeha. Kao na primjer osoba će sebi govoriti kako nije razumjela ispitivača, kako je ispit imao dvosmisljena pitanja i slično. Tako osoba zapravo pokušava smanjiti sraz od očekivanog do dobivenog rezultata. Osoba na neki način samu sebe tješi i opravdava, a čak nije bi bitno koliko je opravdanje dobro ili loše, samo je bitno da ono postoji. [3]

3. Manipulacija

Manipulacija je pojam širokog spektra, ali može se opisati kao dio rada u odnosima s javnošću u kojem se nastoji stvoriti određena slika prema nekoj osobi, objektu ili situaciji. Ona se postiže sistematski i kontroliranim slijedom postupaka, koristeći simbolička sredstva u pogodnim psiho socijalnim uvjetima te se poruka šalje kako bi zahvatila što veći broj ljudi mijenjajući njihove stavove, uvjerenja i ponašanja, a da oni toga nisu ni svjesni.

3.1. Strategije manipulacije medija

Američki filozof, lingvist i politički aktivist Noam Chomsky bavi se proučavanjem medijske manipulacije i javnim mišljenjem, a pisao je i o strategijama manipulacije. On kao strategije navodi:

1. *Preusmjeravanje pažnje* – to je tehnika koje se koristi kako bi se preusmjerila pažnja javnosti od bitnih tema i važnih pitanja, često vezanih uz politiku, znanost, ekonomiju, medicinu pa se plasira skup manje važne informacije ili neki manje bitni događaji kao festivali.
2. *Stvoriti probleme* - ponuditi rješenje – cilj je poticati i stvoriti određeni problem, dobiti reakciju i zainteresiranost od strane javnosti pa zatim ponuditi rješenje koje možda ne bi bilo prihvaćeno u normalnim uvjetima, ali zbog nastale situacije javnost će ga prihvatiti.
3. *Strategija postupnosti promjena* - može trajati mjesecima, a nekada i godinama. Cilj je da javnost postepeno prihvati promjenu, zato se o toj promjeni govori u nekim određenim razmacima, sve dok do nje ne dođe. To jest sve dok javnost ne prihvati tu promjenu.
4. *Strategija odlaganja* – javnost se priprema za prihvaćanje nepopularne promjene koja će se dogoditi u budućnosti, ali se predstavlja kao neophodni događaj. Tako javnost se navikava za promjenu koja slijedi.
5. *Upotreba dječjeg jezika* – odnosi se na reklame, često koristeći se tonovima i intonacijama kao da se obraćaju djeci ili mentalno slabije razvijenim osobama jer tako poruka ima snažnije djelovanje.
6. *Korištenje emocija* – moglo bi se reći kako se radi o zluporabi emocija, a čovjeku je tada teško razumno prosuđivati jer ga vode emotivni impulsi. Na primjer strah za zdravlje, pa se kupuju potrepštine koje možda i nisu neophodne za njegovo zdravlje.
7. *Držati javnost u neznanju i prosječnosti* – pokušava se postići tako da javnost bude nesposobna u razumijevanju tehnologije te metoda kojima se prate i kontroliraju građani.

Često se tu teži da obrazovanje nižih društvenih slojeva bude što slabije ili čak i ispod prosjeka pa se time povećava sraz između viših i nižih slojeva društva.

8. *Ohrabrivanje javnosti* – da bude zadovoljna svojom prosječnošću, da treba biti samopouzdan oko svojeg manjka obrazovanja te da je poželjno biti vulgaran i glup.
9. *Stvaranje osjećaja krivnje* – uvjeravanje pojedinca kako je za njegovu nesreću on sam jedini krivac, kao na primjer zbog svoje inteligencije, nesposobnosti ili nedovoljnog truda. Tako da će on umjesto da se pobuni na ekonomski sustav kriviti sebe.
10. *Upoznavanje pojedinca* – cilj je upoznati pojedinca bolje nego što on poznaje samoga sebe.

U posljednjih 50 godina dogodio se brz razvoj u znanosti i stvorio je veliki jaz između znanja kod prosječnih i vladajućih ljudi. Tako da sustav može bolje razumjeti običnog čovjeka nego on samog sebe, što znači da sustav ima kontrolu i veliku moć nad pojedincima. [5], [7]

3.2. Oblici medijske manipulacije

Kako bi postigli što bolji željeni rezultat mediji se okreću raznim tehnikama kako bi pridobili javnost i utjecali na njihove stavove, a to su:

1. *Lažna vijest* – to je manipulacija kada se daju lažne informacije u javnost, to jest one koje ne odgovaraju činjenicama, a tako se često cilja na emocije građana. Također, može se dogoditi kako je vijest istinita, ali neki manji segment unutar nje nije. Samim time će javnost lakše takvu vijest prihvatiti kao istinitu. Motiv za takvo stvaranje i širenje laži najčešće su povezani s namjerom da se kreira pogrešna percepcija u javnosti o nekoj temi. Mogu biti politički, ideološki ili ekonomski razlozi za puštanje takve vijesti u javnost. Kao na primjer, vijest o štetnosti nekog proizvoda kako bi njegova prodaja pala, iako nema potvrđenih znanstvenih činjenica da je proizvod uistinu štetan. [8]
2. *Dezinformacija i manipulacija činjenicama* – ovdje se zapravo iznose činjenice, ali umjesto da se iznose sve istinite činjenice, one se prezentiraju na pogrešan način. To je neka kombinacija istinitih i lažnih informacija, namjerno izostavljanje bitnih dijelova ili mijenjanje stvarnog značenja, a želi se javnost usmjeriti prema donošenju krivih zaključaka o temi o kojoj se radi.
3. *Spin i Satira* – Spin je pojam koji se najčešće veže uz politiku, a veže se uz pojam „okretanje priče“. Može se opisati kao propagandna aktivnost gdje se pokušava neku osobu ili političku stranku prikazati u što boljem svijetlu, kako bi ljudi potisnuli sav negativan odnos prema istima i okrenuli se njihovim pozitivnim stranama. Satira se također veže uz

politiku jer se koristi kao političko sredstvo borbe. Koristi se za ismijavanje pojedinca, vlasti ili slično. Ako je u medijima naglašeno da se radi o satiri tada se to ne smatra manipulacijom, ali u suprotnim okolnostima to ulazi u vrstu manipulacije.

4. *Pristrano izvještavanje* – pod ovim pojmom podrazumijevaju se one medijske vijesti koje imaju za cilj predstaviti neku osobu, grupu, instituciju ili slično u pozitivnom ili negativnom svijetlu, ovisno o tome kako je i oni sami doživljavaju. Tu se zapravo zanemaruju istinite činjenice, već se oslanjaju na one koje odgovaraju narativu, a ono što se u njega ne uklapa se zanemaruje.
5. *Prikriveno oglašavanje* – radi se o promotivnom sadržaju koji nije predstavljen kao sponzorska reklama, već se predstavlja kao rad redakcije, a u stvarnosti je plaćena reklama. Kao primjer toga su takozvani *influenceri* koji predstavljaju proizvode kao da ih koriste, a zapravo su za to bili plaćeni.
6. *Clickbait* – iako se najčešće koristi na internetu, njegova povijest seže još iz tiskanih medija gdje se naslovom privlači pažnja na neki članak. Radi se o naslovu članka koji je senzacionalistički napisan kako bi privukao pozornost čitatelja. Često se događa da članak nije ni toliko zanimljiv, možda čak ni povezan s naslovom, ali cilj mu je privući čitatelje. Ovdje se također radi o manipulaciji jer čitatelj očekuje nešto što zapravo neće dobiti iz članka. Često se koriste izrazi kao „Nećete vjerovati što je...“, „Šokantno“, „Morate vidjeti što...“ [9]
7. *Neprovjerene informacije* – ne samo da su takve informacije neprovjerene nego su i upitnog kredibiliteta. Često se u vijestima priča o događaju kojeg su saznali od anonimnog izvora, ali za to ne postoji nikakav dodatni dokaz koji bi potkrijepio tu teoriju. Problem kod takvog izvještavanja je da će javnost steći svoje mišljenje na temelju onoga što čuju, uzeti to kao apsolutnu istinu, bez da su vidjeli ili čuli barem jedan dostojan dokaz o toj činjenici.
8. *Cenzura* – ovo je vrlo česti pojam koji se javlja u današnjici, a odnosi se na kontrolu, to jest nadziranje i ograničavanje slobode izražavanja. Što se tiče medija, najčešće se pojavljuje u obliku odbijanja praćenja ili izvještavanja događaja koje se bave određenim temama ili ličnostima.
9. *Teorija zavjere* – radi se o udruživanju i aktivnom djelovanju neke skupine ljudi koji žele ostvariti neki svoj cilj, iako je upravo to štetno za neku drugu skupinu ljudi. Teorija zavjere je zapravo izmišljena urota tamo gdje je i nema, a u to su uključeni i mediji koji izvještavaju o tome, bez pokrića nekih dokaza. Takve grupe najčešće se pravdaju da žele razotkriti korupciju, tajne planove vlade i slično.

10. *Pseudoznanost* – u medijima se pojavljuje kao članci, emisije i slično koji se vode znanstvenom činjenicom, ali ona nije dobivena na znanstven način. U njima se također najčešće pogrešno interpretiraju postojeća znanstvena istraživanja. [10]

3.3. Moć reklama

U današnje doba digitalizacije i općenito razvijenosti svijeta nemoguće je izbjeći reklame. Bilo da se vozite cestom, nalazite se u kinu, gledate televiziju, slušate radio, čitate novine ili provodite vrijeme na društvenim medijima. Konstantnim okruženjem zanimljivim i privlačnim reklamama novih proizvoda teško je ostati u potpunosti neutralan, a tu su sada i razni prospekti koji će vas dočekati u sandučiću kako bi vas informirali o novim akcijama.

Zanimljivo je to što ljudi najčešće smatraju kako reklame utječu na sve druge, osim na njih same. To naravno nije istina. Ljudska podsvijest je zanimljiva i krije skrivene poveznice i poruke kojih nismo svjesni, a izlaze na površinu kod biranja nekog proizvoda. Na primjer, kod kupovine novih proizvoda na tržištu, češće će se posegnuti za onim proizvodom čiji se brand reklamirao jer djeluje poznato i time pouzdano.

Reklamiranje je usko povezano sa stavovima. Marketing odlučuje kojoj će se skupini potrošača obraćati za vrijeme reklamiranja, fokusirajući se na stavove te skupine potrošača. Sve je to s ciljem da se uvjeri potrošače o nužnosti tog proizvoda i navede ga na kupnju, a da nije ni bitno je li taj proizvod stvarno nužan za kupca.

Najbolji primjer toga može biti osobno zapažanje prije nekoliko godina za vrijeme rada u jednoj trgovini. Radi se o čistaču s raspršivačem poznatog branda za prodaju u Hrvatskoj. Njezinom pojavom u trgovinama svaka mama, baka i cura morala je imati takvog čistača jer je lakše napuniti spremnik koji je prikvačen za njega nego dodatno svakoga puta pripremati sredstvo kojim će se pod obrisati. Jako dobrom reklamom koja se emitirala nekoliko puta na dan na televiziji pa čak i iskakivala na društvenim mrežama te raznim intervjuima s osobama svih generacija, navela je javnost da potrče u trgovine i pribave svoj primjerak. Proizvod je stekao veliku slavu i popularnost iako su već postojali prototipovi drugih brendova, ali nisu toliko ulagali u reklamiranje istih. Uzročno posljedično čistači drugih brendova također su imali povećanu prodaju, ali samo zato što je reklamirani proizvod često bio nedostupan, zbog velike potražnje.

Najlakše se pomoću reklama može zavesti djecu i mlađe osobe koje se još uvijek grade. Djeca žele nove igračke koje imaju inovativne i zanimljive dodatke, a mladi se žele uklopiti u okolinu i biti u toku s drugima. Reklame za djecu najčešće će biti simpatične, veselog tona i često će uključivati likove iz poznatih crtića kako bi proizvod koji se nudi pobudio zainteresiranost kod djece koja će se kasnije okrenuti svojim roditeljima i tražiti igračku. Često će se u reklami kod neke kolekcije igračaka naći i moto „Sakupi ih sve“ što će djeca shvatiti doslovno. Ponovo će roditelji biti ti koji će osjetiti novčani teret, a djeca se nažalost uče da je konzumerizam = sreća, od malih nogu, što posljedično utječe i na njihov daljnji psihološki razvoj. [2]

4. Posljedice za javnost

Žrtve ili ciljana dobna skupina manipulacije su baš svi ljudi na ovom planetu. Iako zvuči neistinito, ne postoji dobna skupina koja nije obuhvaćena. Od reklama do emisija sa stručnjacima ili pak vijestima teško je, ako je uopće moguće, ostati u potpunosti neutralan i bez svojih stavova. Naravno da je poželjno imati svoje stavove, ali problem je kako prepoznati vlastite stavove od onih koji su namjerno usađeni od strane medija.

4.1. Problemi sa socijalizacijom

Zbog prevelike korištenosti i ovisnosti o tehnološkim i internetskim oblicima provođenja vremena, stvara se i ovisnost o medijima. Samim time povećava se i mogućnost stvaranja nekog psihološkog poremećaja. S obzirom na to da djeca vrtičke dobi već barataju tehnologijom i prate novosti, često ih to i preplaši, jer ne razumiju ozbiljne teme o kojima se priča, a kako vijesti prenose i loše događaje to će samo doprinijeti njihovom strahu i opterećenosti temama za odrasle. Zbog njihovih novih strahova oni će se zatvoriti u sebe i neće željeti isprobati nove stvari. Društvene mreže također se kvalificiraju kao mediji, jer je sve više vijesti i reklama usmjereno ka njima. Zbog ovisnosti o njima dolazi i do poteškoća sa spavanjem jer ljudi koriste tehnologiju prije spavanja pregledavajući društvene mreže pa čovjek ne osjeti potrebu za snom.

Usamljenost je još jedna posljedica koja se može javiti zbog utjecaja medija. Zbog prevelikog korištenja virtualne stvarnosti i provođenje vremena za ekranom smanjuju se socijalne vještine. Čovjek više nema potrebe za druženjem, a javlja se i problem kod stvaranja stabilnih bliskih odnosa. Do usamljenosti može doći i jer se u društvu često gleda na materijalizam, pa ako netko nema ono što je popularno, jer su mediji postavili kriterij za to, često će biti odbačen od strane društva, samo zato što su drugačiji od njih. [11]

4.2. „Kupujem, dakle postojim“

Izraz koji se najčešće veže uz konzumerizam, a zapravo se radi o izravnoj posljedici manipulacije reklama. Taj izraz objašnjava da sreća pojedinca ovisi o količini materijalnih dobra koje posjeduju. Ekonomski gledano, poželjno je da ljudi troše novac i kupuju stvari, ali problem je kada čovjek svjesno radi sebi štetu kako bi „uživao“ u materijalnim stvarima. Tako će se naći u dugovima, jedva plaćati režije i druge izdatke, ali bit će sretan jer ima „popularne“ stvari, iako mu one nisu nužno potrebne za život. Naravno, tu se odmah javlja i potreba za dokazivanjem pred drugim osobama, jer je to usko povezano sa željom za dokazivanje.

Konzumerizam se može usko povezati i s ovisnošću određenih dobara kao na primjer kava, cigarete, čaj, ali i šećer čija se konzumacija kod pojedinca kroz povijest drastično povećala. Kao primjer mogu se navesti osobe koje ne mogu započeti dan bez kave ili ne mogu normalno funkcionirati ako nemaju uz sebe kutiju cigareta. Tako osoba konstantno troši novac na takva dobra kako bi mu ona uvijek bila dostupna. Tada se kroz razne članke ili reportaže provodi istraživanje o najboljoj kavi ili pak čokoladi, sve se to možda poprat i kojom reklamom i nastane dobitna kombinacija za privlačenje kupaca.

Najbolji primjer pretjeranog konzumerizma su najveći blagdani poput Božića. U prošlosti se Božić slavio iz religijsko društvenih motiva, skromno uz stare običaje kao na primjer unošenje Božića u kuću, stavljanja sijena ispod stola i slično. Danas zbog utjecaja američkih filmova i medija ne možemo zamisliti Božić bez drvca punog ukrasa, lampica koje trepere ili pak poklona koji se nalaze ispod jelke. Naravno tu je i obilna hrana i poslastice koji su također obavezni dodatak blagdana. Zbog medija se osjećamo kako naš blagdan neće biti ispunjen bez prisustva svih navedenih faktora. Iz tog razloga su trgovine tijekom cijelog mjeseca Prosinca pune, djelatnici trgovina izmoreni, a svake godine istraživačke tvrtke rade procijene koliko je novaca prosječno potrošeno po osobi. Može se konstatirati kako je čovjek podložno biće i pod velikim utjecajem društva i medija. [12]

4.3. Utjecaj medija na razvoj djece i mladih

Današnja djeca okružena su tehnologijama i najvećim medijem današnjice, to jest Internetom, već od malih nogu. Nekada su se djeca igrala u pješčanicima, a danas igraju igrice na tabletima ili mobitelima. Tako da se događaju situacije gdje dijete još nije u potpunosti razvilo svoje govorne sposobnosti, a već samostalno pretražuje sadržaj na internetu koji ga zanima.

U takvim vremenima, nije ni moguće omogućiti djetetu da se razvija, a da nije netaknut od strane manipulacije medija. Sve je to naravno prilagođeno i uljepšano da se ponekad i sami roditelji povedu za takvim sadržajem. Mladi često nalaze svoje uzore u novim emisijama za djecu i mlade koji promoviraju određeno ponašanje, načine odijevanja i slično. Oni kao osobe koje se još nisu razvile, preuzet će ponašanje, stavove i ideje svojih omiljenih likova i time pod utjecajem medija dalje razvijati svoja razmišljanja i stavove na temelju viđenoga.

Najveći problem manipulacije djece i mladih je izokretanje pozitivnih vrijednosti koje se inače pokušavaju „usaditi“. Na primjer, odgoj uči dijete kritičnosti, ali ono zbog manipulacije prelazi u kritizerstvo, a kreativnost u imitatorstvo. Više takvih primjera prikazano je u tablici. [4]

ODGOJ	MANIPULACIJA
• Kritičnost	• Kritizerstvo
• Kreativnost	• Imitatorstvo
• Samostalno donošenje odluka	• Ovisnost o odlukama drugih osoba
• Ljubav i poštovanje vlastite i tuđe intime	• Voajerstvo
• Marljivost, upornost, rad	• Brza i laka zarada
• Sloboda s odgovornošću: uvažavanje, poticanje, pronalaženje specifičnih interesa, potreba, vrijednosti	• Sloboda bez odgovornosti: neuvažavanje, kažnjavanje
• Ljudsko dostojanstvo	• Sputavanje “Sve je roba.” “Sve je novac.”
• Iznašanje vlastitog smisla, nade interesa	• Dosada i besmisao
• Intelektualna znatiželja i postignuće	• Stanje pasivnosti i servilnosti
• Znanje i učenje sa smislom	• Pamćenje bez kritičke analize
• Kritičko mišljenje	• Drill i “dresura”
• Pozitivna reverzibilna komunikacija	• Indoktrinacija - rasizmom
• Personalizacija, pojedinac subjekt odgoja	• Skupina kao subjekt obrazovanja

Slika 4.1 – Tablica mijenjanja vrijednosti¹

Zbog svega navedenoga, danas je teško biti mlada osoba koja mora samostalno rasuđivati i odlučivati pod pritiskom medija i društva te također oformiti vlastite etičke norme.

¹ Zlatko Miliša : Tamna strana ekrana, Tiva tiskara, Varaždin, 2012.

5. Primjeri iz stvarnosti

Ima puno primjera u stvarnosti koji kada se analiziraju u sebi nalaze tragove medijske manipulacije kao razlog sukoba ili razdvojenosti oko ljudskih mišljenja. Ovdje će se analizirati jedan događaj iz prošlosti i jedan aktualan koji je zavladao svijetom.

5.1. Skandal radio drame „Rat svjetova“ – mit ili istina?

Davne 1938. godine, 30. listopada, na noć vještica, s početkom u 20 sati na američkoj radijskoj postaji CBS emitirana je radio drama Rat svjetova, adaptacija istoimene knjige H.G. Wells-a. Orson Welles je zajedno sa svojom glumačkom postavom, iz skupine Mercury Theatre, javljao o napadima marsovca na zemlju. Radio drama koja je trajala 62 minute prezentirana je u obliku novinskih izvještaja i javljanja službenika s terena.

Zbog odlične glume, detalja opisa i zvukovnih efekata, ali i slušatelja koji nisu pratili sami početak drame kada je uvodna špica najavila radio dramu došlo je do panike među stanovništvom. Iako je drama i kasnije prekidana kako bi se naglasilo o čemu se radi telefoni policijskih službi, radio postaja i novinskih kuća su neprestano zvonili od strane zabrinutih građana. U New Jersey-u gdje je radnja drame smještena, policija je u sat vremena zaprimila oko 2000 poziva. Navodno su neki građani krenuli pakirati svoje stvari i spremali se u bijeg, a nastao je i prometni kaos te su neke osobe imali zdravstvene posljedice. Smatra se kako je 6 milijuna slušatelja slušalo dramu, a njih 1.5 milijuna povjerovali su u njenu istinitost. [13]

Ono što je zanimljivo kako su neki mediji mnogo godina kasnije o cijeloj toj priči pripremili i pokazali drugačije mišljenje. Navodno su institucije priznale kako je njihovo prvo istraživanje oko slušanosti drame bilo pogrešno, a i kako su izvještaji oko velike panike kod stanovnika bili preuveličani i neutemeljeni. Navodno su samo dva konkretna incidenta povezana uz radio dramu. Također, javile su se osobe koje tvrde kako su njihovi preci prepričavali cijelu situaciju i kako oni nisu vidjeli paniku koju su opisivali mediji. Većinu glasina oko posljedica tog događaja prenosili su tiskovni mediji i to s ciljem borbe protiv novog mladog radija koji je postao njihov konkurent, tako naglašavajući kako su tiskani mediji ipak vjerodostojni, a da se radiju ne može vjerovati. Iz toga se može zaključiti da nikakva panika nije ni postojala, već da su je izmislili mediji, a javnost povjerovala u njenu istinitost. [14]

Zbog takvih različitih prikaza čovjek je u konfliktu sa samim sobom. Kako se taj događaj dogodio prije mnogo godina, a sam čovjek najvjerojatnije nije prisustvovao tom događaju već jedine informacije kojima raspolaže su one koje mediji prezentiraju mora sam odlučiti kojoj će strani priče vjerovati i čije će činjenice biti istinite za njega.



Slika 5.1 – Tiskovni mediji popratili radio dramu²

Tako je jedan od najvećih incidenta u povijesti medija, kako ga danas još uvijek smatramo, možda samo dobra medijska priča, a i danas se o njemu piše što govori mnogo.

5.2. Panika Koronavirus – priroda ili društvo?

Glavna tema 2020. godine je novi virus koji je zavladao naše umove, doveo promjene u društvu i općenito podigao mnogo panike i izazvao mnoge sukobe u svijetu. Zbog medija i različitih izvještaja ovo je postala nova svjetska kriza u širenju dezinformacija i teorija zavjera. Iako još sve nije otkriveno, za sada se smatra kako ga je šišmiš prenio na čovjeka. Također, smatra se kako je virus već postojao u prirodi, ali ne u tom obliku kao sada. On je respiratorni virus koji

² Slika preuzeta sa <https://www.telegraph.co.uk/radio/what-to-listen-to/the-war-of-the-worlds-panic-was-a-myth/>, dostupna 20.9.2020.

se širi putem kapljica iz usta i nosa. Problem koji je nastao je da su njegovi simptomi ako su uopće prisutni jednaki onih od viroza i gripa pa se bez testiranja ne može znati radi li se o Koronavirusu.

Kako se radi o novoj bolesti naravno da se javio strah u javnosti, ali problem je nastao kada je uslijedila nekontrolirana panika i kada su u medijima počele kružiti teorije zavjere za kojima su se građani povelili. Od teorije kako je virus umjetno stvoren i namjerno pušten kako bi se smanjila populacija na zemlji, do želje za čipiranje ljudi preko cjepiva pa teorija da je u sve to umješan i Bill Gates zbog 5G mreže. Problem se produbio i kod upitnosti korisnosti ili nekorisnosti medicinskih maski. Svi ti problemi pojačali su se i za vrijeme karantene, masovnog kupovanja zaliha namirnica, zabrane kretanja i slične odluke koje su kod mnogo ljudi izazvale depresiju. Na vrh svih tih problema javnost je stvorila dojam kako je vlast nesigurna oko svojih odluka i činilo se kao da ne znaju kako postupiti dalje. [15]

Kada je javnost osjetila tu nesigurnost, koja se pomiješala s raznim teorijama zavjere, nastao je opći kaos. Strah povezan s panikom i medijskom pretrpanost informacijama, ostavio je svoj utisak na psihološko stanje ljudi, gdje oni više nisu znali što je istina, što je teorija zavjere ni kako dalje nastaviti živjeti tj. koji je ispravan način ponašanja u ovoj situaciji.

Sveukupno gledano, kako je vrijeme prošlo tako se je kod ljudi povećala želja za povratak u normalu. Naravno zbog situacije kakva jest, to nije moguće, što je ljudima teško prihvatiti pogotovo kada primijete neke nepodudarnosti. Tu se naravno misli na način kako se je sve odvijalo kada je bilo malo zaraženih, od zatvaranja, jakih restrikcija i slično, a nekoliko mjeseci kasnije kada je broj zaraženih jako odskočio od početne točke, osim nekih osnovnih mjera, sada se sve odvija kao da se radi o nekoj standardnoj bolesti.

Zbog takvih situacija i nepodudarnosti javnost je dovela u pitanje samo postojanje virusa koje je izazvalo masovne prosvjede diljem svijeta protiv restrikcija. Tako da sva panika koja je i nastala oko cjelokupne situacije bila je djelo medija i prezasićenosti informacija te teorija zavjere koje su se plasirale, što je školski primjer kako mediji manipuliraju javnim mišljenjem i kako od njih sve počinje. [11]

6. Od ideje do projekta

Ideja je nastala u procesu izrade jednog drugog, sasvim drugačijeg projekta s kolegom Markom Macanom. Provodeći sate u diskusiji o trenutačnoj svjetskoj krizi vezanoj uz COVID – 19, uz opterećenost medijima i njihovom pristranosti, izolacijom, lažnim informacijama i vidljivim razorom među građanima, ali i stručnjacima te njihovim nesigurnostima, došli smo do zaključka kako mi osobno ne razumijemo što se sve točno događa, što treba raditi, niti kako i kada će se ova kriza završiti. S obzirom na to da je postojalo puno zajedničkih poveznica, sličnih razmišljanja o upletenosti medija u cijelu ovu situaciju tako je i zaključeno kako postoji velika želja i potreba da vlastita razmišljanja, doživljaje i iskustva prikažemo kroz projekt koji bi opisivao fiktivnu, ali sličnu situaciju kao ova kriza, prikazati medije kako ih mi sada trenutno vidimo. Tako je ideja dobila svoju iskru, zapalila u nama želju i odlučnost, poprimila je i svoj oblik, dobila svoj početak i ispričala svoju priču.

6.1. Opis projekta

Projekt je osmišljen kao kombinacija instalacije, izložbe i performansa koja prikazuje sukob i sklad različitih medija. Njihova pristranost i različite interpretacije istih informacija kao posljedice izazivaju sukob i zbunjenost u ljudima. Projekt prati jako sličnu, ali fiktivnu priču inspiriranu globalnom epidemijom COVID-19 virusa. Tako da je bitno napomenuti kako je bilo kakva sličnost stvarnih osoba s likovima koji se u priči javljaju slučajna.

Projekt obuhvaća dva rada, odnosno fokusira se na dva osjetila: sluh i vid. Prvi rad prepričava situaciju putem zvuka, u obliku dvije radio drame, svaka sa svoje strane prostorije. Tu se nalaze dvije radio postaje, a svaka trenutnu krizu doživljava i interpretira na svoj način. Tako je jedna strana smirena, slijepo vjeruje svakoj riječi vladajućih, pouzda se u znanstveno dokazane činjenice, dok je druga strana sklona teorijama zavjere i ne vjeruje vladajućima te je više okrenuta narodu koji je skeptičan. Priča je osmišljena da se ponavlja jer ljudi najčešće ne uče iz svojih grešaka pa je kraj priče ujedno i ponovni početak iste, ali uz male promjene u zvuku i promjene pozicije puštanja. Tako radio postaje zamjenjuju mjesta, a to će kod promatrača izazvati sumnju jer neće osjetiti kraj priče već će se ona nastaviti uz neke promjene.

Drugi rad obuhvaća vizualni aspekt projekta, predstavljajući televiziju i naslovnice tiskovnih medija, a priču prepričava kroz niz ilustracija. One su povezane s aktualnim događanjima u priči. Video tako prikazuje ilustracije u nizu, referirajući se direktno na televizijske vijesti, a indirektno

prati i radio postaje. Potrebno je napomenuti da su ilustracije u videu bez komentara, to jest napravljene su kao televizijske vijesti ali bez zvuka. Naslovnice tiskovnog medija koje su dio izložbe direktno su povezane s drugim medijima, ilustracija s televizijom, a tekst s radio stanicama. Također, rad na svoj način prikazuje zbunjenost, dvosmislenost pa čak i apsurd situacije. Cijeli rad osmišljen je da se ponavlja, tako da je teško odgonetnuti početak i kraj priče. Sve je to napravljeno s ciljem da se pokaže kako ljudi najčešće ne uče iz vlastitih grešaka pa se kod svake nove krize ponovo javljaju isti problemi.

6.2. Cilj projekta

Cilj projekta je kroz umjetničko izražavanje i istraživanje osvrnuti se na aktualni problem u svijetu, a to je problem pristranosti, kontrole i manipulacije medija nad širom publikom koja uzrokuje konflikte. Iako se o tom problemu piše i govori, vrlo malo se radi na tome da se taj problem razriješi i da se što više ljudi osvijesti. Šira masa je svjesna potencijalnih loših utjecaja medijske manipulacije, ali opet u vrijeme kriznih situacija ili nekog većeg događaja kao da se to zaboravlja, prividno nestaje skepticizam i kritičko razmišljanje, te ljudi ponovo postaju podložni takvoj vrsti manipulacije.

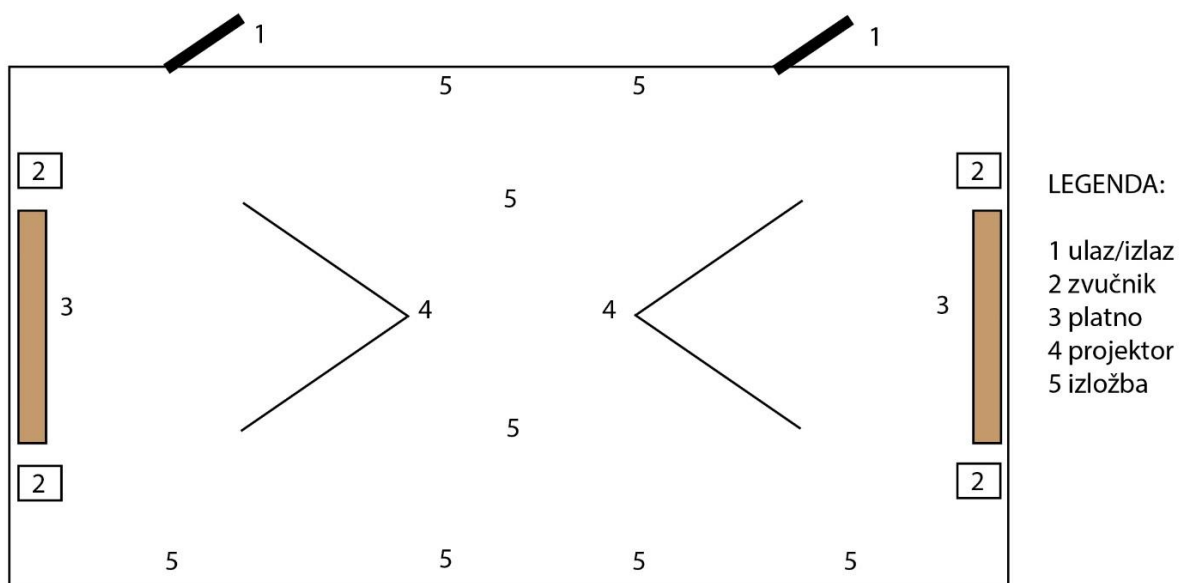
Ovaj projekt je ciljano prezasićen količinom informacija kako bi se probudila svijest u promatraču, ali i kako bi se iz njega dobila neka reakcija. Iako on nema aktivnu ulogu mijenjanja situacije u kojoj se nalazi, može mijenjati sebe, svoja razmišljanja i izraziti svoje mišljenje. Tako da će se kod nekih osoba stvoriti psihološki fenomen kognitivne disonance, a kod nekih ne. Ishod takvog projekta je zanimljiv, jer je svaka osoba različita, svaka reagira na drugačiji način i kao takva svaka će imati svoje mišljenje. Također, sam rad namjerno ima upitne događaje, osmišljene obmane kako bi zbunile promatrače. Kao na primjer, glavni likovi radnja su voditelji na suprotnim stranama, njihova naracija je od iste osobe. Takva odluka kod promatrača će otvoriti pitanje radi li se možda o jednoj osobi koja ima poremećaj ličnosti ili je samo licemjerna. Pojavit će se pitanja poput: „ako je to osoba koja samo ima sukob sa samim sobom, da li se onda to uopće dogodilo i što se s time uopće želi reći?“. Ta otvorenost, pojavljivanje istih glasova i kontinuitet stalnim ponavljanjem radnje izazvat će diskusije, prepirke i sukobe sa samim sobom. Pojavit će se puno pitanja na koja mi kao autori ne želimo odgovoriti, već dajemo slobodu promatraču da sam kreira svoje misli. Iako se manipulira osobom kada se nalazi u toj prostoriji, onoga trenutka kada izađe, ona sama donesi zaključke koje će biti istinite za nju.

Iz tog razloga projekt zahtjeva vizualna i auditorna osjetila od promatrača, jer od momenta kada oni uđu u prostoriju okruženi su informacijama, pričom. Sa zatvorenim vratima taj prostor postat će neko novo mjesto. Neki će se fokusirati na radnju i sukob radio postaja, neki na naslovnice tiskarskih medija, neki će tražiti dublje značenje ili će samo pratiti pokretne ilustracije. Bez obzira na to što odabrali, neće moći izbjeći situaciju u kojoj se nalaze niti ostati u potpunosti ravnodušni i bez vlastitih razmišljanja, a naš najveći cilj ovog projekta je da nikoga ne ostavi ravnodušnim.

6.3. Izvedba projekta

Osmišljeno je kako će se instalacija/ izložba prikazivati u jednoj prostoriji. Svaki dio prostorije ima svoju namjenu, a kada osoba uđe ima i svoju primjenu. Za izvedbu potrebni su projektori, zvučnici i računala ili laptopi te panoi ili stolovi uz rub zida (prikazano na tlocrtu). Prostor je potrebno djelomično isprazniti, treba ostati prostora za slobodno kretanje po sobi, ali poželjno je da se tu nalaze i nekoliko stolaca kako bi osoba mogla i sjediti. Sjedeće pozicije moraju biti nasumično postavljene po prostoriji, kako bi se iz svake pozicije promatrač imao malo drugačiji doživljaj. Svijetla u toj prostoriji moraju biti prigušena, a vrata prostorije zatvorena.

Postavljanje opreme prikazano je na slici. Treba napomenuti da nije nužno da prostorija ima dva ulaza/izlaza. Ovaj tlocrt predstavlja predavaonicu na sveučilištu Sjever u Koprivnici i kao takva ona je okosnica postave. Ukoliko bi se izvedba odvijala u nekom drugom prostoru ili na drugom mjestu dopuštene su prilagodbe uz poštivanje originalnog plana izvedbe.



Slika 6.1 – Tlocrt prostora izložbe

Kao što je prikazano na slici na suprotnim zidovima nalaze se platna i zvučnici. Svaka radio postaja se pušta s jedne strane prostorije, pazeći na to da su na suprotnim stranama. To se može povezati s biranjem strana, kao na primjer situacijama crno – bijelo, a s obzirom na različitost koju oni predstavljaju osmišljeno je da su suprotstavljeni, jer prikazuju svoj konflikt. Oba radija počinju svoje emitiranje istovremeno, iako imaju drugačije programe, tako da dolazi do namjernog preklapanja. Vizualni koncept također ima takvu namjenu iako on nema funkciju prikazivati sukobe između sebe već je njegova uloga stvoriti vizualno odstupanje sa zvukom. On će biti više kao popratni sadržaj zvuku, ali ne i sinkroniziran s njime. Tako će osoba koju god stranu odabere biti izložena i suočena s problemom povezivanja slike i tona, što će ometati kod koncentracije i bit će preplavljeni informacijama.

Na bočnim stranama od platna i zvučnika nalazi se izložba naslovnica tiskovnih medija. Tako promatrač može sjediti ili slobodno šetati prostorijom, proučavati naslovnice, slušati radio i gledati vijesti.

6.4. Sažetak priče

Priča započinje šumom i *jinglom*. Voditelji se javljaju i pričaju o trenutnim novostima za koje imaju saznanja, a vezano je uz novi virus. Iako kreću sa svojim normalnim radom, on se prekida zbog izvanredne sjednice civilnog stožera koji obavještava o aktualnim informacijama. Situacija je relativno smirena sve do momenta pojave virusa u našoj zemlji. Tada počinje protok informacija i dezinformacija, ali u relativno blagom obliku.

Postepeno, situacija se pogoršava, tako se povećava i sve veći sraz medija. Jedna radio postaja prati situaciju smireno i razumno braneći i pozivaju na slušanje vladajućih, ugošćuje znanstvenike i vladajuće. Druga podliježe emocijama. Istražuje teorije zavjere, širi svoja nova saznanja, poziva u studio goste koji također dijele takvo mišljenje.

Premda je situacija relativno smirena u atmosferi je nevjerica i blagi strah od apokaliptičkog scenarija biblijskih razmjera, a istovremeno bijes i nezadovoljstvo, negiranje postojećeg problema i okretanje teorijama zavjere. Pokušava se odgovoriti na pitanja da li je ovo početak kraja ili još samo jedan štos majke prirode i nas samih ili je ovo novi način uspostavljanja kontrole nad ljudima.

Povećava se sve veća panika, protok istinitih i neistinitih informacija. Vlada uvodi nove mjere koje kod ljudi izaziva novi stres i paniku. Dolazi do sukoba emocija i razuma, znanja i ne znanja, teorija zavjera i manipulacija informacija. Kod pogoršanja situacije uvodi se karantena, policijski sat, izolacije, ali kod ljudi dolazi do sve većih depresija, agresija i sukoba. Dolazi do ludila, buke i kaosa preplavljenih informacija. Ljudi optužuju jedni druge, nastaje opća panika i kaos. Kroz neko vrijeme sve manje ljudi obolijeva, a sve više ljudi se oporavlja. Tako se situacija počinje smirivati, a ljudi oporavljati pa se tako i mjere ublažuju. Jedan radio kao i do sada ostaje smiren, a drugi se i dalje okreće novim teorijama zavjere, vjeruje u skrivanje istine, interpretira informacije na svoj način. Preporučavaju se doživljaji cijele situacije na oba radija.

Potpuno opuštanje i zaboravljanje kaosa, dolazak turističke sezone, dovodi do ponovne normalizacije života koji se i dalje nastavlja osim jednog detalja. Jedan od radijskih voditelja priča kako je imao malu gripu koja je trajala dulje od očekivanog. Iako život ide dalje, čak se u jednom momentu virus spomene kao manja bolest za koju upravo otkrivaju cjepivo, ali on mutira. Postepeno dolazi do novog vala zaraze, ponovo se uvode mjere, dolazi novi porast ludila koji ponovo postaje sve jači te se javljaju voditelji koji pričaju o novim informacijama i radnja se ponavlja.

7. Praktičan rad

Navedeni su ciljevi, izvedba i ideja projekta kao i sažetak priče, a sada će se govoriti o samoj izradi praktičnog rada zvučnog djela projekta redoslijedom kojim je i rađen.

7.1. Planiranje i izrada scenarija

Izrada scenarija bila je u suradnji s kolegom Markom Macanom. Nakon početne sažete priče trebalo je osmisliti likove, njihove osobine i način komunikacije. Bilo je bitno živjeti samu priču i život svakog lika. Razmisliti o njegovom ponašanju, o njegovom stilu i na koji način bi ta osoba prezentirala nešto, a da ne izlazi van njegovog ili njezinog karaktera tj. bilo je potrebno profilirati svaki lik kako bi se popunio njegov karakter. Zbog toga je trebalo mnogo diskusija, razmišljanja, prepravaka i planiranja kako će se nečemu pristupiti kako bi što bolje opisali priču kako smo je mi zamislili.

Već je spomenuto kako je projekt usko povezan, ali inspiriran epidemijom COVID – 19. Kako bi se izbjegle bilo kakve sličnosti sa stvarnim osobama odlučeno je iz priče izostaviti imenovanje likova i virusa. Oni se oslovljavaju po svojim titulama ili se opisuje njegovo ili njezino zanimanje. Osim sličnosti koje bi se mogle povezati, na ovaj način se kod ponavljanja priče neće isticati imena likova. Iako će se shvatiti kako se priča ponavlja, želja je da se to ne dogodi na samom početku već kasnije kod ponavljanja identičnog sadržaja. Kada bi se likovi imenovali, jako brzo bi se došlo do zaključka kako se radi o istoj priči, a ne o nastavku priče s novom situacijom.

Likovi u ovoj radnji su dva voditelja, civilni stožer, zamjenica ministrice, zamjenik zamjenice ministrice, zdravstveni djelatnik, novinari, stručnjak za promjene na planeti, znanstveno istraživački stručnjak i građani.

Kao što je već spomenuto u radnji se nalaze dva voditelja koji vode svoje radio postaje. Odlučili smo ih imenovati strana A i strana B. Strana A je kulturni radio koji bez sumnje vjeruje vladi, a strana B je radio koji vjeruje u teorije zavjere. Sam kraj scenarija zapravo je i početak ponavljanja iste priče, ali ponavljanje predstavlja nastavak i početak nove krize. Time se postiže efekt određenog ciklusa. Takav način takozvanog „Loopinga“ inspiriran je sličnim krizama koje su se javljale u povijesti. Tako se na kraju priče montira i njeno ponavljanje koje u sebi ima neke male razlike, kao na primjer malo drugačiji početak, malo efekta na određenim dijelovima, drugačiju glazbu i reklame, tako da ponavljanje nije potpuno isto. Također, kako bi se naglasila medijska

manipulacija odlučeno je kako će nakon prvog emitiranja, radio postaje mijenjati strane. Tako će strana A proći na stranu B i obrnuto. Kako se radi o izložbi i instalaciji, moguće je odrediti više ponavljanja pa u tom slučaju radnja može trajati satima, bez jasnoga kraja, a priča zapravo ni nema jasan kraj nego je kraj otvoren samim time što se radnja ponavlja.

Najviše vremena se provelo na voditeljima, koji ujedno imaju i najveću ulogu u ovom radu. Oni su glavni naratori, oni prezentiraju novosti, predstavljaju goste i rade intervju s njima, komentiraju novonastale situacije, puštaju reklame i glazbu. Iz tog razloga trebalo je osmisliti kakve će se reklame i muzika puštati na njihovim radio postajama. Što bi po njihovom kriteriju bili korisno ili zanimljivo. Naravno bilo je potrebno odrediti u koje će se vrijeme što događati, kada će se puštati reklame, kada će u studiju gostovati razni gosti, kako prilagoditi vremenski tok s obzirom na to da se radnja radija odvija istovremeno. Voditelj strane A uvijek kontrolira glas, iznosi činjenice kao da ih čita, bez opuštenog javljanja, povremeno iznosi komentar koji je potkrijepljen činjenicama od strane vlade, a voditelj strane B je više opušten, obraća se slušateljima kao da su njegovi najbolji prijatelji.

Gosti su različite osobe s različitih područja djelovanja, od zdravstvenih djelatnika koji daju sumnjive savjete, do vlade koja pokušava razumno objasniti situacije te su prisutni i pripovjedači teorija zavjere koji pokušavaju uvjeriti ljude kako vlada ima veće planove za koje oni ne znaju. Sva njihova javljanja prikazana su kao gostovanje na radiju, ponekad odgovaraju na voditeljeva pitanja, a ponekad samo prezentiraju svoja vjerovanja.

Glavna tema ovog rada je prezasićenost medijskih informacija, kako bi se to prikazalo kroz praktičan rad osmišljen je Protok informacija. Radi se o razdoblju kada ljudi naizmjenično čitaju novosti koje čitaju iz tiskanih medija, a on također predstavlja prolaz vremena, kao neki vremenski odmak. Ima pet takvih razdoblja koji kroz postepenost rade gradaciju. Treći protok je središnji i predstavlja ne samo protok vremena već i bombardiranje informacija koristeći se bukom. Zadnji protok je ujedno i prvi od ponavljanja radnje uz male promjene.

Izrada scenarija ne obuhvaća samo pisanje monologa, dijaloga, definiranje likova i popratnog sadržaja, on je na neki način pred montažni plan. On obuhvaća planiranje gdje će se što odvijati što omogućuje priprema za snimanje popratnih zvukova. Civilni stožer je zapravo prijenos uživo s terena što znači da će imati pozadinske zvukove kao šum grada, prometa, ljudi koji pričaju i slično. Isto se odnosi i na voditelja kada u jednom trenu odluči otići na teren kako bi porazgovarao s građanima i kasnije tu snimku pustio u eter. Zatim tu se nalaze razni gosti koji vode dijaloge s

voditeljima, objašnjavaju svoje stavove i iznose činjenice. S obzirom na to da se radi o razdoblju velike zdravstvene krize neki se javljaju i telefonom u eter, na što također treba obratiti pažnju.

S obzirom na cijelu problematiku rada odlučeno je kako će se za oba voditelja koristiti isti glas. Više je razloga za ovakvom odlukom. Cilj samog rada je zbuniti promatrača. Korištenjem istog vokala s različitim stilom kod promatrača će se pojaviti razna pitanja, kao na primjer, zašto se koristi isti glas, ima li zbog toga neka skrivena poruka, radi li se tu zapravo o istoj osobi koja je licemjerna pa ciljano obmanjuje ljude, postoji li uopće drugi radio, koje je vrijeme radnje radija, emitiraju li oni uopće u istom vremenu, ima li ta osoba sukob sama sa sobom ili je možda bolesna, je li išta od toga uopće stvarno i slično. Sva ta pitanja su poželjna i autori ovog projekta zapravo ne žele odgovoriti na njih promatraču u tom momentu. Svaki je čovjek jedinstven svojim razmišljanjima, a jedan od ciljeva rada je da promatrač sam dovrši priču, da njegovo ili njezino viđenje kraja bude za njih istinito. Kako bi se sve to i otežalo, rad nema konačan kraj već se nastavlja i radio postaje mijenjaju pozicije emitiranja. Tako da ako je glas za oba voditelja isti, to će pridodati dilemi koju promatrači mogu imati, a autori ovoga projekta zapravo utječu na njih.

Kod kreiranja scenarija razmišljalo se i o vremenskim pomacima i sinkronizaciji. Odlučeno je kako će radnja ići istovremeno, određeni dijelovi, kao prijenos civilnog stožera, su sinkronizirani jer se prijenos uživo odvija istovremeno na obje stanice, kao i protok informacija, a u izvanrednim slučajevima uz potencijalni namjerni mali *offset*.

7.2. Scenarij

STRANA A - radio 1

ŠUM

JINGLE

VODITELJ: Dobar dan cijenjeni slušatelji, trenutno vrijeme je 15 sati i 21 minuta, a za vas imamo nove vijesti. Kako doznajemo u jednoj od naših susjednih država pojavila se prva osoba zaražena VIRUSOM za koji od povjerljivih izvora znamo da je izrazito opasan te je lako prenosiv. Čekamo novosti od nadležnih institucija o trenutnoj situaciji u državi, a do tada vas molimo da ostanete uz naš radio.

(prijenos s terena)

STOŽER: Želim Vam dobar dan. Danas je potvrđeno sa kako se virus proširio u nama susjednoj državi. Međutim nema potrebe za panikom. Iako se virus proširio na gotovo svaki kontinent to nije znak da treba paničariti.

Poznato je da se virus prenosi pomoću raznih načina te sa sobom u nekim slučajevima donosi smrtonosne komplikacije. Simptomi ovog virusa su sljedeći: Kihanje, kašljanje, šmrcaje, povišena ili visoka temperatura, glavobolja, vrtoglavica, smanjenje apetita, proljev, mučnina, zamućenje vida, respiratorne smetnje, bolovi cijelog tijela. Ukoliko imate ove simptome, javite se dežurnom infektologu koji će vas dalje uputiti o potrebnim mjerama.

Ukoliko će biti potrebe za intervencijom, mi smo spremni donijeti mjere koje će našu

STRANA B - radio 2

ŠUM

REKLAMA

JINGLE

VODITELJ: Bok burazeri i burazerice, koliko god da vas ima , bliži na se polako pola ure do 4 sata. Sunce je toliko jako danas da ćete se pretvoriti u hodajući špek koliko prži. Imamo čini se neki izvanredni prijenos od civilnog stožera ...

(prijenos s terena)

STOŽER: Želim Vam dobar dan. Danas je potvrđeno sa kako se virus proširio u nama susjednoj državi. Međutim nema potrebe za panikom. Iako se virus proširio na gotovo svaki kontinent to nije znak da treba paničariti.

Poznato je da se virus prenosi pomoću raznih načina te sa sobom u nekim slučajevima donosi smrtonosne komplikacije. Simptomi ovog virusa su sljedeći: Kihanje, kašljanje, šmrcaje, povišena ili visoka temperatura, glavobolja, vrtoglavica, smanjenje apetita, proljev, mučnina, zamućenje vida, respiratorne smetnje, bolovi cijelog tijela. Ukoliko imate ove simptome, javite se dežurnom infektologu koji će vas dalje uputiti o potrebnim mjerama.

Ukoliko će biti potrebe za intervencijom, mi smo spremni donijeti mjere koje će našu zemlju zaštititi od daljnjeg

zemlju zaštititi od daljnjeg širenja virusa. Zasad uvodimo kontrole na granicama te vam preporučujemo da ne putujete izvan države ukoliko to nije nužno potrebno. Također kao preventivnu mjeru preporučujemo održavanje socijalnog distanciranja, redovita i pravilna higijena ruku, te korištenje zaštitnih maski. Molimo vas da budete odgovorni prema sebi i drugima te se pridržavate propisanih mjera zaštite kako bismo zajedno suzbili širenje ovog virusa. O daljnjem razvoju događaja ćete biti informirani pravovremeno. Hvala vam.

JINGLE

VODITELJ: Cijenjeni slušatelji, ovo su bile riječi Stožera civilne zaštite. Kao što ste čuli, razloga za paniku nema ukoliko se pridržavate higijenskih pravila i udaljavanja od ostalih osoba jer kako znamo, virus se prenosi izrazito lagano putem raznih načina te vas sve molimo da budete razumni, mislite na druge, na sebe i obavezno nosite zaštitne maske. Iznimno je u ovom trenutku važno razmišljati o našim postupcima među ljudima jer se radi o nečemu novom s čime se još nismo ni susreli, premda nije ni bilo ikakvih naznaka da bi uopće moglo doći do pojave jedne takve smrtonosne bolesti. Trebamo biti svjesni da nismo sami u ovome te da smo jednako ranjivi kao i svi ostali na ovom planetu.

REKLAMA

JINGLE

širenja virusa. Zasad uvodimo kontrole na granicama te vam preporučujemo da ne putujete izvan države ukoliko to nije nužno potrebno. Također kao preventivnu mjeru preporučujemo održavanje socijalnog distanciranja, redovita i pravilna higijena ruku, te korištenje zaštitnih maski. Molimo vas da budete odgovorni prema sebi i drugima te se pridržavate propisanih mjera zaštite kako bismo zajedno suzbili širenje ovog virusa. O daljnjem razvoju događaja ćete biti informirani pravovremeno. Hvala vam.

JINGLE

VODITELJ: Evo burazeri i burazerice čuli smo što kaže stožer civilne zaštite, malo ćemo svirati, a onda otvaramo svoju liniju vama i omogućavamo vam da osvojite super nagrade, uključujući putovanje van zemlje.

PJESMA

PJESMA

JINGLE

VODITELJ: Cijenjeni slušatelji, dobili smo neke novosti u vezi s novim virusom. U Klinici za infektivne bolesti dokazan je prvi slučaj zaraze novim virusom. Informaciju je priopćilo Ravnateljstvo civilne zaštite. Po svemu sudeći dragi slušatelji, ovomu je pridonijela činjenica da je virus znatno brže došao do nas putem ljudi koji su putovali u druge države. Vjerojatno do toga nebi došlo da su ljudi slušali preopruke stožera i da nisu putovali van zemlje, ali eto situacija je takva kakva jest. Jedino što nam preostaje je da se dobro zaštitimo koliko god moguće i da što manje izlazimo.

JINGLE

PROTOK INFORMACIJA

Potrebno je nositi maske na javnom prostoru.

Maske će uvelike smanjiti mogućnost zaraze.

Razmišljamo o uvođenju policijskog sata.

Zatvaramo sve tvrtke uslužnih djelatnosti osim onih potrebnih za opstanak društva.

Perite ruke alkoholnim dezinfekcijskim sredstvima.

Ne preporučujemo korištenje sredstva za čišćenje wc-a na kožu no alkoholno piće je dozvoljeno.

JINGLE

VODITELJ: Evo burazi i burazerice dobili smo novu dojavu, citiram "U Klinici za infektivne bolesti dokazan je prvi slučaj zaraze novim virusom. Informaciju je priopćilo Ravnateljstvo civilne zaštite". Pa burazi i burazerice, evo došlo je i do nas. Što je malo začuđujuće da je u tako kratkom vremenu se uspio pojaviti kod nas, ali šta je tu je.

JINGLE

PROTOK INFORMACIJA

Nije obavezno nositi maske.

Maske zapravo neće zaštititi od virusa.

Policijski sat će biti dio regulative.

Djelomično ćemo prilagoditi rad u uslužnim djelatnostima.

Dezinfekcijska sredstva su upitno korisna.

Za pranje ruku koristi se i sredstvo za čišćenje wc-a, rakija pa čak i mačji pijesak.

Virus najčešće napada stariju populaciju.

U samoizolaciju idu samo osobe kojima je to propisano.

JINGLE

VODITELJ: Dobar dan cijenjeni slušatelji, imamo 57 novo zaraženih slučaja u našoj zemlji. Stožer poziva na smirenost i strpljenje koliko god bilo teško za podnijeti. Najavljene su nove mjere čije pridržavanje će biti obavezno s ciljem što većeg sprječavanja daljnjeg širenja zaraze. Čekamo 14 sati, kada ćemo se ponovo uživo uključiti u konferenciju vezano uz trenutnu situaciju.

(prijenos s terena)

STOŽER: Zbog velikog i naglog porasta broja zaraženih, uvodimo karantenu kako bi zaštitili naše građane. Iako virus više oštećuje stariju populaciju, smrtni ishod se javlja najčešće kod kroničnih bolesnika. Osobe za koje se dokaže da su bile u kontaktu sa zaraženim propisuje se mjera dvotjedne samoizolacije. Svakako se treba pridržavati socijalne distance kako smo već iznijeli u našem dopisu, te preporučamo da se svi građani drže svih propisanih mjera. Iz Ministarstva kulture i obrazovanja je također donesena odluka da će se zbog prevencije širenja virusa nastava održavati preko interneta.

NOVINAR: Da li je rješenje problema uvođenje karantene? Tko

Sve je više mladih oboljelo od zloglasnog virusa.

Ukoliko ste bili u blizini osobe koja ima simptome prehlade morate u samoizolaciju.

JINGLE

VODITELJ: Bok burazeri i burazerice s vama je vaš omiljeni radijski voditelj. Predivan je dan u našem gradu, čisto nebo bez oblaka, a danas za vas imam loše vijesti. Evo baš čitam na jednom portalu da ima 65 novo zaraženih kod nas. Danas nas čekaju neke nove informacije od stožera, šuška se o nekoj karanteni kao i kod naših susjeda, ali morat ćemo još malo pričekati i čuti što naše vijeće mudraca ima za reći.

(prijenos s terena)

STOŽER: Zbog velikog i naglog porasta broja zaraženih, uvodimo karantenu kako bi zaštitili naše građane. Iako virus više oštećuje stariju populaciju, smrtni ishod se javlja najčešće kod kroničnih bolesnika. Osobe za koje se dokaže da su bile u kontaktu sa zaraženim propisuje se mjera dvotjedne samoizolacije. Svakako se treba pridržavati socijalne distance kako smo već iznijeli u našem dopisu, te preporučamo da se svi građani drže svih propisanih mjera. Iz Ministarstva kulture i obrazovanja je također donesena odluka da će se zbog prevencije širenja virusa nastava održavati preko interneta.

NOVINAR: Da li je rješenje problema uvođenje karantene? Tko

je zapravo kriv za ovu tjeskobnu situaciju? Koji je idući korak?

Hoće li gospodarstvo imati posljedica zbog uvođenja karantene? Hoće li netko ipak raditi?

STOŽER: Karantena se odnosi na sve uslužne djelatnosti, tako da će raditi samo trgovine s osnovnim namirnicama i benzinske postaje to jest one djelatnosti koje su neophodne za normalno funkcioniranje.

NOVINAR: Ima li dovoljno respiratora? Što je sa samoizolacijom? Hoće li online nastava biti održiva?

JINGLE

VODITELJ: Dobar dan cijenjeni slušatelji Eto danas smo za Vas pripremili korisne sadržaje koji će vam pomoći prebroditi ovo krizno vrijeme. Prvo kratke upute o održavanju higijene, a zatim nekoliko praktičnih savjeta o tome kako za vrijeme epidemije iskoristiti slobodno vrijeme i održavati dobar kontakt sa svojim ukućanima kako biste svi ostali u dobrim odnosima. Upute će nam dati zamjenica ministrice zdravstva i epidemiologinja.

ZAMJENICA MINISTRICE: Dobar dan svim slušateljima. Zdravstveno vijeće odlučilo je napraviti listu preporuka.

One su sljedeće: Održavajte čestu higijenu ruku sredstvima koja sadrže 70 % alkohola: protrljajte ruke ako vam ruke nisu vidno prljave ili operite sapunom i vodom ako su ruke

je zapravo kriv za ovu tjeskobnu situaciju? Koji je idući korak?

Hoće li gospodarstvo imati posljedica zbog uvođenja karantene? Hoće li netko ipak raditi?

STOŽER: Karantena se odnosi na sve uslužne djelatnosti, tako da će raditi samo trgovine s osnovnim namirnicama i benzinske postaje to jest one djelatnosti koje su neophodne za normalno funkcioniranje.

NOVINAR: Ima li dovoljno respiratora? Što je sa samoizolacijom? Hoće li online nastava biti održiva?

JINGLE

(voditelj je zaboravio isključiti mikrofona i čuje raspravu voditelja s drugom osobom)

VODITELJ: Ma ne vjerujem im ništa, stalno izmišljaju nekakve gluposti samo da ovaj narod naj...

DRUGI GLAS: Kako baš ti znaš da su gluposti, to što čitaš s kojekakvih stranica ne znači da svi lažu

VODITELJ: Ne čitam ja gluposti, sve je to jedan veliki eksperiment da iz manipuliraju narod. Ima tu nekih skrivenih motiva kažem ti. Nemoj podcjenjivati ljudsku zlobu...

DRUGI GLAS: Da, da, opet ćeš reći i da oni novi 5G tornjevi šire virus-

VODITELJ: Ne kažem ja da je tako, ali neke stvari se neobično poklapaju i ne vjerujem u slučajnosti

prljave i to u trajanju 20tak sekundi. Izbjegavajte dodirivanje očiju, nosa i usta. Čuvanje higijene zraka unutarnjeg prostora čestim provjetravanjem prostora te kašljanjem ili kihanjem u savinuti lakat ili papirnatu maramicu te odmah potom bacite papirnatu maramicu u kantu za otpatke koja ima poklopac. Prilikom čišćenja koristite preporučena sredstva za čišćenje površina s deklariranim virucidnim djelovanjem. Redovito čistite površine koje se često dodiruju poput kvaka, rukohvata, daljinskih upravljača, mobitela, telefonskih aparata i površina stola. Ovo je od osobite važnosti ako u kućanstvu imate osobu iz rizične skupine.

REKLAMA

JINGLE

VODITELJ: Poštovani slušatelj stigle su neke nove informacije u vezi virusa te potencijalnog cjepiva na kojem se intenzivno radi. Globalna zdravstvena agencija, u suradnji sa nekoliko država trenutno radi na cjepivima koja bi mogla potpuno uništiti virus bez obzira da li se radi o zaraženoj osobi ili kao prevenciji da se dalje ne razmnožava različitim putevima. Jedan od čelnih ljudi agencije kaže da je ovo jedna velika utrka među institucijama za zaslugom, pa s time postoji i pitanje komercijalizacije cjepiva koje bi moglo donijeti enorman profit od prodaje diljem svijeta. Naravno, nadamo se da tko god prvi otkrije cjepivo da ga neće gledati kao

REKLAMA

JINGLE

VODITELJ: Bok, bok buraz ... s nama u studiju je radnik zdravstvenog sustava koji tvrdi da zna na koji se način treba nositi prema ovom navodnom virusu, ali i svakom drugom koji će možda jednoga dana doći, svakako ima zanimljive informacije koje ne treba shvatiti olako pa ćemo ići čuti što kaže. Pozdrav, u eteru ste, jel se čujemo?

RADNIK ZDRAVSTVENOG SUSTAVA:

Čujemo se, bok bok... Krenimo odmah sa preporukama. Prvo kad dođete u kuću morate svu odjeću skinuti sa sebe i staviti u vrećicu. Obuću stavite u vrećicu koju morate hermetički dobro zatvoriti i tako mora stajati barem 72 sata. Nakon toga operite ruke sapunom ili dezinficijensom u trajanju od 20-tak sekundi, a odjeću stavite u perilicu na 95 stupnjeva. Bilo bi poželjno da ne dirate lice prije nego dobro operete ruke. Zatim se idite tuširati punih 20 minuta na temperaturi vode od 40 stupnjeva. Kod korištenja sapuna, kružnim pokretima u smjeru kazaljke na satu trljajte sapun o kožu prvih 10 minuta, nakon toga promijenite smjer. Što se tiče radnih površina možete povremeno očistiti nekim sredstvom za čišćenje kojega i inače koristite za kućanske poslove. I bilo bi poželjno da svakako redovito dezinficirate površine koje često dodirujete poput kvaka, rukohvata, telefona i mobitela

I tada ste sigurni od virusa. Znam da zvuči komplicirano ali

izvor zarade nego spas za čovječanstvo od jedne pošasti za koju smo se slabo pripremili te ga iskoristiti za sveopće dobro. Najveći rizik trenutno imaju trudnice i starije stanovništvo. Evo dragi slušatelji čuli ste sve. Pazite na trudnice i naše starije, te imajte prema njima najviše obzira i poštovanja na način da im nosite hranu kako ne bi trebali izaći iz kuće. Svjestan sam da situacija nije uopće za šalu, ali u ovom trenutku, trebamo biti jedni za druge. Zamislite si da ste vi na njihovom mjestu vjerujem da bi vam bilo drago vidjeti nekog tko bi vam pomogao s obzirom na vaše stanje? Stoga slušajte što institucije kažu i pridržavajte se toga jer ti ljudi znaju što rade.

JINGLE

VODITELJ: S nama u studiju je gošća čiji znanstveno-istraživački opus govori sam za sebe te ju nije potrebno predstavljati. Čuti ćete malo više o cijeloj situaciji, kakav je ovo virus, kako je došlo do njega i kako se boriti protiv njega. Lijep pozdrav.

STRUČNJAK: Lijep pozdrav i vama, hvala što ste me primili.

VODITELJ: Evo dakle, usprkos raznim teorijama zavjere koje kruže svijetom, možete li nam dati konkretan uvid u ovaj virus koji hara cijelim svijetom i čini ljude pomalo nervoznim?

STRUČNJAK: Naravno, radi se o laički rečeno virusu koji dolazi

samo tako možete biti sigurni od virusa.

REKLAMA

JINGLE

VODITELJ: Dobro jutro svima, imamo zanimljivog gosta danas koji će nam nešto više pričati o svojem viđenju ovog zloglasnog virusa. Sa nama je stručnjakinja za promjene na planetu, dobar dan.

STRUČNJAK ZA PROMJENE NA PLANETI:

Jel mikrofon radi? Da, pozdrav svim vašim slušateljima, ja ću vam danas ispričati pravu istinu o ovom virusu. Ništa šokirajuće, on je umjetno stvoren.

VODITELJ: Kako to mislite, možete li malo bolje objasniti?

STRUČNJAK ZA PROMJENE NA PLANETI:

Gledajte. Ako promotrite svijet oko sebe i ono što se događa u prirodi, poplave, požari, suše, tajfuni; priroda to jest naš planet umire. A zašto je to tako. Zbog ljudi. Ljudi su najveći paraziti na ovom planetu. Zagađenje, porast populacije, propadanje prirode, sve se to može povezati s čovjekom. Najlakši način da se to uspori i ultimativno prekine je globalna redukcija populacije.

VODITELJ: U redu, ali znanstvenici kažu da je virus nastao u prirodi....

STRUČNJAK ZA PROMJENE NA PLANETI:

Da da da.... čovjek je pojeo zmiju a zmija i šišmiša. Ali zmije ne jedu šišmiše, jedni

iz prirode, kao takav je odavno postojao u životinjskim organizmima iako nije dosad nikad bio u ljudskom sustavu. U čovjeka je došao na način da se konzumiralo životinjsko meso koje nije bilo ranije testirano na potencijalne zaraze te je s vremenom se počeo širiti dalje putem bliskih kontakata. Prvenstveno napada dišni sustav što je veliki problem starijim ljudima i onima koji pate od kroničnih zdravstvenih problema jer ostavlja trajni ožiljak. Isto tako, simptomi se ne pojavljuju odmah nego se bolest postepeno razvija i pokazuje svoje prve simptome tek par dana poslije zaraze, što je epidemiološki vrlo nepovoljno jer se u tih nekoliko dana zaraza može znatno proširiti. S druge pak strane dobro je da razvoj bolesti nije rapidan jer ako se na vrijeme otkrije može se promptnije reagirati te spriječiti neželjene komplikacije. Stoga mogu konstatirati da su ljudi s pravom nervozni no svejedno mjesta za paniku nema dok god svi ostanu sigurni i pridržavaju se propisanih mjera.

VODITELJ: Možemo sa sigurnošću reći da je ovo jedna od stvari na koje nismo uopće se mogli pripremiti. Recite mi, što mislite o ekonomskim implikacijama koje donosi ova kriza te trenutne mjere sprječavanja zaraze?

STRUČNJAK: Smatram da nisam mjerodavan komentirati ekonomske implikacije, no smatram da nam je trenutno prioritetno zdravlje naših građana. Znači moramo smanjiti širenje zaraze i rasteretiti ljude koji rade na

lete, drugi ne... Mislim da nije slučajnost da se navodni laboratorij za istraživanje virusa nalazi nedaleko od mjesta gdje je počela zaraza. Jedino logično rješenje je da je proizašlo iz tog laboratorija. Moja pretpostavka je da je to bilo planski. Nisu oni bez veze stavili krevete za bolesne dok još bolesnih nije ni bilo. A baš su u zanimljivo vrijeme krenuli postavljati tornjeve za 5G mrežu za koje je nepoznat utjecaj na žive organizme s obzirom da radi na frekvenciji koja je blizu frekvencije mikrovalne pećnice.

VODITELJ: Kako znate da je baš to istina?

STRUČNJAK ZA PROMJENE NA PLANETI:

Ne tvrdim ja to kao apsolutnu istinu ali vjerujem da je vrlo vjerojatno da jest jer previše toga se poklapa jedno sa drugim, a slučajnosti ne postoje. Svih ovih godina nas kontroliraju i nameću nam standarde i lažne novosti bez kojih možemo normalno živjeti, na ovaj način nas mogu držati na uzici kao pse jer je narod u strahu. Znaju da bi ih inače narod rastrgao kao životinje. Jesmo li uopće sletili na Mjesec? Kako znate da ova voda koju pijete svakodnevno nije puna nanočesticama preko kojih vam nadziru živčani sustav? To što zvuči suludo ne znači da nije istina. Trebamo biti otvorenog uma i spremni na sve mogućnosti. Mislim da je nepobitna činjenica da netko iz sjene pokušava manipulirati na globalnoj razini. Samo treba pratiti tragove jer su stvari povezane.

VODITELJ: Mislim skroz se slažem s vama. Previše je tu rupa u

prvoj crti obrane te vjerovati da će institucije odraditi svoj posao.

VODITELJ: Cijenjeni slušatelji, to je to od našeg gosta za danas. Pravila su još uvijek ista, ostanite sigurni i do sljedećeg slušanja.

STRUČNJAK: Hvala Vama i lijep pozdrav

JINGLE

PJESMA

logici za koje običan čovjek nije svjestan jer ne obraća pažnju kaj se događa njegovom životu. Ljudi su previše zaokupirani samim sobom i materijalnim stvarima da bi primjećivali kaj se oko njih događa. Zato se nameće društvena korisnost i rad, i jeftina zabava te nas se bombardira nebitnim informacijama sve kako bi nas odvratili od razmišljanja. Samo nek je kruha i igara, ne?

STRUČNJAK ZA PROMJENE NA PLANETI:

Apsolutno, zato je potrebno načuliti sva osjetila i dobro promisliti što je istina a što ne. S obzirom na apsurdnost moderne ljudske povijesti, ne bi bilo uopće čudno da smo zapravo dio nekakve simulacije. Isto tako, možete biti sigurni da ljudska povijest nije izmišljena početkom 20. stoljeća pa su oba svjetska rata nastala jer se narod digao na noge?

VODITELJ: Bilo mi je zadovoljstvo dijeliti ovaj dubokoumni razgovor s vama, evo burazeri i burazerice sve ste čuli iz ovog kratkog razgovora, nemamo sada više vremena, ali budemo opet uskoro održali jednu ovakvu seansu s našom dobrom gošćom, do sljedećeg slušanja!

JINGLE

VODITELJ: Ljudi moji, vidite li kako u drugim državama nastaju protesti zbog uvođenja puno strožih pravila koje bi vas činile zatvorenicima u vlastitom gradu? Mislím da nije uredu da se ljudima ograničava sloboda. Ljudi ja vam kažem, nešto tu uopće ne štima...

JINGLE

VODITELJ: Prekidamo program zbog izvanredne presice civilnog stožera.

(prijenos s terena)

STOŽER: Dobar dan. Nije lako početi s lošim vijestima ali takva je trenutna situacija. Nažalost imamo sve veći porast broja novo zaraženih osoba u proteklih nekoliko dana, a postotak oboljelih sa smrtnim ishodom se polako povećava. Borba s ovim virusom je enormna i nažalost nismo u dobroj poziciji. Molimo sve građane da se pridržavaju propisanih mjera.

Dobili smo dojave kako postoje ljudi koji preprodaju dezinfekcijska sredstva po trostruko većim cijenama. Takvo ponašanje je zaista diskriminirajuće, beskrupulozno, neetično i nemoralno te ostavlja velik broj ljudi u znatno većem riziku dolaska u kontakt s virusom. Ukoliko se takvo ponašanje nastavi, biti ćemo prisiljeni poduzeti akcije s ciljem sprječavanja takvog načina poslovanja i bogaćenja na tuđoj nesreći. Imajte na umu da ova situacija utječe na sve nas i prema tome zahtijevamo da se svi ponašate solidarno.

Posjete bolnicama i zdravstvenim ustanovama su do daljnjeg zabranjene, kako se virus ne bi širio među djelatnicima i ostalim pacijentima koji boluju od težih i kroničnih oboljenja. Ukoliko se pojedinci ne budu pridržavali ove odluke, bit će kažnjeni visokim novčanim kaznama. Unatoč dugim planiranjima ljudi, vjenčanja i

JINGLE

VODITELJ: Prekidamo program zbog izvanredne presice civilnog stožera.

(prijenos s terena)

STOŽER: Dobar dan. Nije lako početi s lošim vijestima ali takva je trenutna situacija. Nažalost imamo sve veći porast broja novo zaraženih osoba u proteklih nekoliko dana, a postotak oboljelih sa smrtnim ishodom se polako povećava. Borba s ovim virusom je enormna i nažalost nismo u dobroj poziciji. Molimo sve građane da se pridržavaju propisanih mjera.

Dobili smo dojave kako postoje ljudi koji preprodaju dezinfekcijska sredstva po trostruko većim cijenama. Takvo ponašanje je zaista diskriminirajuće, beskrupulozno, neetično i nemoralno te ostavlja velik broj ljudi u znatno većem riziku dolaska u kontakt s virusom. Ukoliko se takvo ponašanje nastavi, biti ćemo prisiljeni poduzeti akcije s ciljem sprječavanja takvog načina poslovanja i bogaćenja na tuđoj nesreći. Imajte na umu da ova situacija utječe na sve nas i prema tome zahtijevamo da se svi ponašate solidarno.

Posjete bolnicama i zdravstvenim ustanovama su do daljnjeg zabranjene, kako se virus ne bi širio među djelatnicima i ostalim pacijentima koji boluju od težih i kroničnih oboljenja. Ukoliko se pojedinci ne budu pridržavali ove odluke, bit će kažnjeni visokim novčanim kaznama. Unatoč dugim planiranjima ljudi, vjenčanja i

slična veća okupljanja su
zabranjena iz istih razloga, žao
nam je ali trenutno suzbijanje
širenja je mnogo važnije.

Također, primjećujemo da građani
paničare pa za svaku sitnicu zovu
doktore te ih time nepotrebno
opterećuju. Uбудuće se javljajte
samo ako imate 5 ili više od
nabrojanih simptoma. Molimo vas
da imate obzira prema svima,
nemojte zaboraviti... ostanite
doma i nastojte ostati smireni
koliko god moguće.

JINGLE

PROTOK INFORMACIJA

U trgovinama ne smije biti više
od 5 osoba.

Osobe koje ne nose maske ne smiju
ući u trgovine.

Ima dovoljno potrepština za sve,
nema potrebe uopće raditi zalihe.

Policija neće tjerati ljude, već
samo nagledati.

Nema kazni za nenošenje maski
iako se ne preporučuje kretanje
bez njih.

Zbog nastale situacije zabranjeno
je održavanje slavlja kao svadbi,
rođendana i slično.

Obustavlja se rad svih kulturnih
djelatnosti (muzeji, kazališta,
kina, knjižnice, čitaonice) te
obustava održavanja izložbi,
revija, sajмова.

Obustava rada ugostiteljskih
objekata svih kategorija, uz

slična veća okupljanja su
zabranjena iz istih razloga, žao
nam je ali trenutno suzbijanje
širenja je mnogo važnije.

Također, primjećujemo da građani
paničare pa za svaku sitnicu zovu
doktore te ih time nepotrebno
opterećuju. Uбудuće se javljajte
samo ako imate 5 ili više od
nabrojanih simptoma. Molimo vas
da imate obzira prema svima,
nemojte zaboraviti... ostanite
doma i nastojte ostati smireni
koliko god moguće.

JINGLE

PROTOK INFORMACIJA

Trgovine same moraju odlučiti
kako će i na koliko ograničiti
broj kupaca.

Maske ipak nisu obavezne.

Iako ima dovoljno robe preporuča
se raditi zalihe za nekoliko
dana.

Policija već nekoliko dana tjera
građane s javnih mjesta.

Policija će kažnjavati osobe koje
na javnim mjestima ne nose maske.

Zbog nastale situacije zabranjeno
je održavanje slavlja kao svadbi,
rođendana i slično.

Obustavlja se rad svih kulturnih
djelatnosti (muzeji, kazališta,
kina, knjižnice, čitaonice) te
obustava održavanja izložbi,
revija, sajмова.

Obustava rada ugostiteljskih
objekata svih kategorija, uz
izuzetak usluge pripreme i

izuzetak usluge pripreme i dostave hrane, usluge smještaja te rada pučkih i studentskih kuhinja.

Obustavlja se rad uslužnih djelatnosti u kojima se ostvaruje bliski kontakt s klijentima (npr. frizeri, kozmetičari, brijači, pedikeri, saloni za masažu, saune, bazeni)

Obustavljaju se sva sportska natjecanja i organiziranih treninga te obustava rada teretana, sportskih centara, fitness i rekreacijskih centara.

Obustavlja se rad autoškola i škola stranih jezika

Obustava vjerskih okupljanja.

dostave hrane, usluge smještaja te rada pučkih i studentskih kuhinja.

Obustavlja se rad uslužnih djelatnosti u kojima se ostvaruje bliski kontakt s klijentima (npr. frizeri, kozmetičari, brijači, pedikeri, saloni za masažu, saune, bazeni)

Obustavljaju se sva sportska natjecanja i organiziranih treninga te obustava rada teretana, sportskih centara, fitness i rekreacijskih centara.

Obustavlja se rad autoškola i škola stranih jezika

Obustava vjerskih okupljanja.

JINGLE

VODITELJ: Dobar dan cijenjeni slušatelji, 20-ti je dan karantene. Škola na daljinu pokazuje izuzetan uspjeh, učenici i profesori funkcioniraju bolje nego na klasičnoj nastavi i govori se da bi se ovakav tip nastave mogao uvesti i poslije stanja pandemije što pokazuje da je to bila dobra odluka. Isto tako dobili smo raznih dojava od slušatelja s čim se bave u vrijeme karantene, i moram priznati da sam iznimno impresioniran s onim što sam čuo i vidio, tako da ipak unatoč ovom lošem periodu ipak je ovo jedan solidan dokaz da su ljudi sposobni ostati psihički čitavi i nasmijavati svoje ukućane gradeći bolji obiteljski odnos. Danas ćemo se posvetiti detaljnim

JINGLE

VODITELJ: Na valovima radija ste, pozdrav svima. 20. je dan odvojenosti od normalnog života. Govori se da ova škola na daljinu čini čuda ali poruke slušatelja govore pak suprotno, o čemu se tu radi? Kako je moguće da onda učenici i studenti nemaju vremena za ništa drugo nego samo za školu, ipak su to samo djeca haloooo? Vlada samo govori kako je to jedna od najboljih odluka koju su donijeli vezano uz doba virusa što je još jedna u nizu od njihovih nelogičnosti ali ajde, neće ni ovo tako dugo trajati pa se strpite ljudi moji. Primjećujem kako ipak ima vas koji ipak vrijeme provodite vani pa hodate, šćete gradom... I odlučio sam vas malo poloviti, naravno držao sam propisani

novostima o virusu koje će nam priopćiti zamjenica ministricе ministarstva zdravstva i epidemiologinja, te će nam pokušati objasniti s čim se borimo. Sve to dolazi nakon sljedeće reklame koja slijedi.

REKLAMA

JINGLE

VODITELJ: Cijenjeni slušatelji, preko telefona s nama je zamjenica ministricе ministarstva zdravstva i epidemiologinja, lijep pozdrav i dobrodošli.

ZAMJENICA MINISTRICE: Lijep pozdrav i vama i vašim slušateljima.

VODITELJ: Molim vas recite nam kakva je trenutna virološka situacija u zemlji i na terenu

ZAMJENICA MINISTRICE: Eto nažalost plešemo ovaj ples sa virusom i zasad nismo uspjeli izolirati specifičan način na kojim se virus prenosi. U početku smo uspijevali pratiti širenje i oni potencijalno zarazni su stavljeni u samoizolaciju, ali nažalost došli smo do situacije gdje se dosta ljudi ne pridržava propisanih mjera ili izostavljaju spomenuti ljude s kojima su bili u kontaktu tako da je postalo gotovo nemoguće popratiti širenje zaraze. Nažalost zaraza se približava četveroznamenkastom broju te smo zbog manjka resursa primorani izostaviti one na koje se samo sumnja u zarazu, te se fokusirati na one koji su potvrđeno zaraženi.

VODITELJ: Što mislite zašto je to tako?

razmak (NAKAŠLJA SE) i pitao sam vas zašto ste vani što kako, evo što ste mi vi rekli...

GRAĐANI 1: Pa vani sam jer ne mogu više biti zatvoren u kući, teško je to ipak, pogotovo nama starijima koji nismo navikli samo na televiziju.

VODITELJ: A nije vas strah virusa?

GRAĐANI 1: Ma ne, to je sve glupost. ne poznam nikog da ima virus niti sam čuo. Ne ide to na mene, ja sam zdrav ko dren.

GRAĐANI 2: Nažalost nemam nikoga pa moram sama u dućan, nemam kome ni dijete ostaviti pa sam morala i njega uzeti. Brzo ću to obaviti i bježim doma.

GRAĐANI 3: Ja sam tu da pravim reda. Vidim da nitko ne reagira, eno igrališta su puna.

VODITELJ: Jeste li vi policajac po zanimanju?

GRAĐANI 3: Samoproглаšeni, netko mora u ovoj lopovskoj državi punoj probisvijeta.

VODITELJ: Hoćete reći da službe ne rade dobro svoj posao?

GRAĐANI 3: Kad bi radili, ja svakako ne bi bio ovdje prisutan, jel tako? Hajde, pustite me da radim svoj posao.

JINGLE

VODITELJ: E burazeri i burazerice slušajte ovo, dvije bakice su se danas potukle oko kvasca, cijela ova propaganda nas polako

ZAMJENICA MINISTRICE: Neslužbeno izgleda da je virus mutirao, no još čekamo stopostotnu potvrdu, te više ne napada samo stariju populaciju, nego i mlađu. Nažalost čuli ste da imamo i zaraženo novorođenče. Nadamo se kako će virus oslabiti kada zatopli, ali ne možemo to znati sa sigurnošću. Pazite na svoje starije u obiteljima, obavljajte kupovinu za njih i ostanite doma. Ne šecite gradom bez razloga. Jako je puno ljudi i u šumama, svejedno budite oprezni. Iako razumijemo da je teško biti zatvoren izdržite još malo.

VODITELJ: Hvala vam na ovom javljanju, lijep pozdrav.

PROTOK INFORMACIJA

Vjerujte vladi, oni iznose potvrđene činjenice

Slušajte civilni stožer, daju nam informacije o virusu i kako se boriti protiv njega

Vjenčanja se odgađaju ili se smanjuje broj uzvanika.

Tvrtke posluju s minusom, ali vlada im financijski pomaže.

Rad od kuće uvodi se u svim tvrtkama u kojima je to moguće

Razvija se velika depresija i anksioznost.

Sportaši svoje treninge odrađuju u prirodi ili u svojim domovima.

Online se prikazuju kazališne predstave.

uništava da su se ljudi počeli klati oko hrane kao da je nema uopće. Budite smireni pa nije da će sad svijet stati i da neće biti kvasca ni wc-a papira. Ljudi dobro razmislite što se događa, kako je moguće da na ovakvo što pored sve te tehnologije nitko nije u stanju osmisliti cjepivo.

REKLAMA RADIJA: Nove teorije danas na vašem najdražem radiju

Pozadinska buka, čuju se ljudi u prostoriji.

REKLAMA

PROTOK INFORMACIJA

Ispostavlja se da je umjetno stvoren virus

Žele prorijediti populaciju

Nisam vidio oca koji je u bolnici već mjesec dana

Mladenke ogorčene novonastalom situacijom, odgađaju svadbe za godinu dana.

Ljekovito bilje kao kopriva smanjuje mogućnost zaraze

Online nastava nekim učenicima otežava učenje.

Stožer uvodi visoke novčane kazne za kršenje mjera

Razvija se velika depresija i anksioznost.

Ljudi masovno kupuju zalihe WC papira, brašna i kvasca

Uvedena je karantena za sve gradove, od sada putovanje samo uz propusnicu

Ostanite doma pod hitno!

Mediji preuveličavaju situaciju

Stiže nam pomoć, budite spremni

Mi vam govorimo pravu istinu

Hoće li ova kriza ujediniti ili razoriti svijet?

INFORMACIJSKA BUKA

TIŠINA

PJESMA

JINGLE

VODITELJ: Lijep pozdrav cijenjeni slušatelji, 12 je sati i 37 minuta, imamo dobre vijesti za vas. Izgleda ja je došao kraj karanteni i čini se da će mjere popustiti. Više ćemo saznati u današnjoj presici stožera koja dolazi za koji trenutak.

REKLAMA

Treba li vjerovati vladi?

Virus ipak postoji, zašto su nam lagali do sad

Bilježi se sve veći porast kršenja mjera.

Ljudi sve više krađu iz trgovina, borba za opstanak

Zar nismo mi sami mediji?

Trnci u prstima mogu biti znak da ste zaraženi

Što je na kraju istina, a što laž?

Mi vam govorimo pravu istinu

Hoće li ova kriza ujediniti ili razoriti svijet?

INFORMACIJSKA BUKA

TIŠINA

ŠUM

PJESMA

JINGLE

VODITELJ: Pozdrav burazi i burazerice evo mene natrag. Držala me nekakva gripica koja je trajala dulje od očekivanog, ali zato evo me natrag u punoj snazi. Čitam nešto po portalima kao da se ukida karantena i život se budi, a sad ćemo se priključiti uživo pa ćemo sve saznati, ja se nadam ...

(prijenos s terena)

STOŽER: S obzirom na veliki pad novih slučaja zaraze i sve veći broj izliječenih osoba drago nam je da napokon možemo reći kako se situacija popravlja. Uspjeli smo izdržati ovaj najteži i najgori period. Iako situacija ide na bolje to ne znači da se možemo u potpunosti opustiti već moramo i dalje držati se određenih mjera. Škole se još uvijek drže online nastave te za trudnice i starije još uvijek postoji rizik.

NOVINAR: Znači li to da će se otvoriti ugostiteljski obrti? Što je sa turizmom? A gospodarskim padom? Jesmo li u ušli u stanje krize?

STOŽER: Pred nama je dugi put, prvo ćemo postepeno otvarati uslužne djelatnosti, već od sutra ukidamo zabranu kretanja u druge gradove. Do sada smo morali ostati doma, a sada moramo ostati odgovorni. I dalje se treba držati minimalne udaljenosti od 2 metra, dezinficirati ruke kod ulaska u trgovine, paziti na osobnu higijenu. Za sve druge promjene bit ćete pravovremeno obaviješteni. Hvala vam.

JINGLE

VODITELJ: Slušali smo presicu civilnog stožera, a s nama u studiju je i zamjenik zamjenice ministrice ministarstva zdravstva s kojim ćemo malo prokomentirati ovu situaciju. Dobro došli u naš studio.

ZAMJENIK ZAMJENICE MINISTRICE:
Pozdrav, pozdrav... možemo reći kako smo napokon dočekali ovakve

(prijenos s terena)

STOŽER: S obzirom na veliki pad novih slučaja zaraze i sve veći broj izliječenih osoba drago nam je da napokon možemo reći kako se situacija popravlja. Uspjeli smo izdržati ovaj najteži i najgori period. Iako situacija ide na bolje to ne znači da se možemo u potpunosti opustiti već moramo i dalje držati se određenih mjera. Škole se još uvijek drže online nastave te za trudnice i starije još uvijek postoji rizik.

NOVINAR: Znači li to da će se otvoriti ugostiteljski obrti? Što je sa turizmom? A gospodarskim padom? Jesmo li u ušli u stanje krize?

STOŽER: Pred nama je dugi put, prvo ćemo postepeno otvarati uslužne djelatnosti, već od sutra ukidamo zabranu kretanja u druge gradove. Do sada smo morali ostati doma, a sada moramo ostati odgovorni. I dalje se treba držati minimalne udaljenosti od 2 metra, dezinficirati ruke kod ulaska u trgovine, paziti na osobnu higijenu. Za sve druge promjene bit ćete pravovremeno obaviješteni. Hvala vam.

JINGLE

VODITELJ: Evo čuli ste novosti, a mi ćemo kasnije malo prokomentirati s nekim slušateljima o cijeloj ovoj situaciji.

REKLAMA

vijesti. Nakon puno truda i neprospavanih noći naš civilni stožer uz vladu i svi pomagači, od zdravstvenih djelatnika pa do policije i vatrogasaca napokon smo došli do bolje pozicije.

JINGLE

VODITELJ: Oprostite što vas prekidam, ali ne mislite li da su zdravstveni djelatnici ipak napravili najviše i radili najteže.

ZAMJENIK ZAMJENICE: Apsolutno da jesu, treba im na tome zahvaliti, no ne smijemo zaboraviti i na ostale koji su pomogli provoditi mjere

VODITELJ: Smatrate li da bi ih također trebalo nagraditi nekako za ovaj trud i puno mukotrpnog odricanja i to što su uvijek bili dostupni.

ZAMJENIK ZAMJENICE: Svakako, ipak su oni bili na prvoj liniji ove borbe. Nadamo se kako sada ljudi vide kako imamo složnu državu, govorim o apsolutno svakom stanovniku naše države sada. Ovakvi moramo biti i u budućnosti, nastaviti dalje, sada se treba oporaviti i polako nastaviti dalje. Treba se pridržavati svega što civilni stožer preporuča jer sve je to u interesu da se virus ponovo ne proširi.

VODITELJ: U redu, hvala vam na gostovanju, eto pokazali ste da vladajući znaju što rade te da smo sigurni u njihovim rukama. lijepo vas pozdravljam, a mi idemo dalje s našim programom.

Primjećujemo kako podosta ljudi još paničari, ne vjeruje sustavu i čak ponovo kruže neke priče o

VODITELJ: Kao što sam i obećao, malo ćemo u eteru prokomentirati cijelu ovu situaciju. Linije su nam pune, zovete kao ludi, istovremeno ćemo vas nekoliko sretnika pustiti pa da malo prodiskutiramo ovo. Bok svima
Što mislite o cijeloj situaciji?

GOST 1: Pa...

GOST 2: Mislim da ovo-

GOST 3: Laži i same la-

VODITELJ: Super ste, ali ajmo jedan po jedan može...slušamo vas!

GOST 1: Iskreno se nadam da je situacija ovakva kakva je, s obzirom da smo ih već ulovili u laži teško je sada procijeniti istinitost situacije.

GOST 3: Ma lažu, banda .. samo skrivaju informacije, boje se krize. Sigurno ima još zaraženih. Nemoguće da je pored takvog problema malo prijavljenih!

VODITELJ: Tu je naravno problem i sa asimptomatskim slučajevima, jer u stvarnosti nemamo prave brojke.

GOST 2: Vjerojatno nikada nećemo saznati pravu brojku oboljelih, ja vjerujem da se sada situacija malo smirila, ali isto tako smatram da su neke stvari skrivali od javnosti kako ne bi dizali paniku.

teoriji zavjere. Svakako vam savjetujemo da to ne radite i držite se zdravog razuma ljudi. Pustite institucije da rade svoj posao jer to su ljudi koji znaju šta rade. Jedino se njima može vjerovati jer nam daju provjerene činjenice i povjerljivih izvora.

U svakom slučaju, ponovimo što je rekao stožer. I dalje treba održavati socijalnu distancu, treba koristiti dezinfekcijsko sredstvo, ići u trgovine samo kada je to nužno i neophodno ili ako je moguće pokušajte pomoći starijima kupnjom umjesto njih. Budite odgovorni i ostanite sigurni.

JINGLE

VODITELJ: Dobar dan cjenjeni slušatelji, drago nam je kako ova kriza napokon jenjava i život se pomalo vraća u normalni tempo. Moramo i svakako zahvaliti našem stožeru na odlučnom vodstvu. Naš program vraća se u normalni i standardni program kao što je bio i prije krize. Sve vaše omiljene emisije i glazbu možete slušati po starom rasporedu.

PROTOK INFORMACIJA

I dalje moramo biti na oprezu.

Napokon se obnavlja gospodarstvo.

Teorije zavjere ne prestaju, sve više raste sumnja oko donesenih odluka.

Dolaze nam turisti iz država gdje neko vrijeme nema novo zaraženih.

GOST 1: Pitanje je kako će se sada ljudi ponašati, ako se sve vrati na staro ponovo će biti većih problema.

VODITELJ: Pa ovo je bilo zanimljivo u svakom slučaju, ja si mislim da će biti toga još, zapamtite moje riječi, hvala vam ljudi... mi idemo dalje s programom.

JINGLE

VODITELJ: Što nam je lijep i sunčan dan, bok svima. 10 je sati i 13 minuta. Evo napokon smo barem malo odahnuli, svatovi se normalno održavaju, djelomično su se otvorile i škole, trgovine su bučne kao što i trebaju biti, isto vrijedi i za tvornice, turizam kreće, ponovo se sve donekle vratilo u normalu, biciklisti i pješaci ponovo su aktivni, dječja igrališta ponovo su puna. A bojim se da glavna misterija nikada neće biti otkrivena, a to je kako je do svega ovoga stvarno došlo, ali možda neke tajne ipak moraju ostati neotkrivene. Samo pitajte Pandoru.

PROTOK INFORMACIJA

Napokon se vraćamo normalnijem životu.

Idućih 5 godina bit ćemo u velikoj krizi.

Jesu li vlasti ovom izjavom priznale da skrivaju informacije i da su donijeli loše odluke?

Samo smireno i držite se
propisanih pravila

Zasada nema novog vala virusa.

JINGLE

VODITELJ: Nažalost, ponovo imamo novi slučaj zaraze u našoj zemlji, tako je izjavio civilni stožer, nema potrebe za panikom naravno, ponovo ćemo se uskoro uključiti uživo u presicu.

(prijenos s terena)

STOŽER: Ponovo smo nažalost ovdje, imamo nove slučajeve zaraze. Ponovo vas molimo da ostanite mirni, situacija je pod kontrolom i poduzete su sve potrebne mjere da se suzbije ponovno širenje.

NOVINAR: Idemo li ponovo u karantenu?

STOŽER: Ovoga puta neće biti karantene, ali svakako će biti neke nove mjere. Od sutra je obavezno nošenje maski u trgovini, oni koji ih neće imati ne smiju dobiti mogućnost ulaska. Treba se držati ograničenog broja kupaca i obavezna dezinfekcija. Više o svemu bit ćete naknadno informirani. Hvala vam na strpljenju.

JINGLE

VODITELJ: Cijenjeni slušatelji, s obzirom da se širenje virusa pogoršava u drugim državama su počela testiranja novih načini istrebljivanja virusa. Jedan od

Turisti donose novi val zaraze?

Pravila nikom ne pomažu

Moguće da se virus ponovo vratio, doznajemo od povjerljivog izvora.

JINGLE

VODITELJ: I kako smo predvidjeli, imamo novi party s virusom, druga runda rekli bi jel, civilni stožer bi navodno morao dati neke nove informacije idemo se uključiti uživo u presicu.

(prijenos s terena)

STOŽER: Ponovo smo nažalost ovdje, imamo nove slučajeve zaraze. Ponovo vas molimo da ostanite mirni, situacija je pod kontrolom i poduzete su sve potrebne mjere da se suzbije ponovno širenje.

NOVINAR: Idemo li ponovo u karantenu?

STOŽER: Ovoga puta neće biti karantene, ali svakako će biti neke nove mjere. Od sutra je obavezno nošenje maski u trgovini, oni koji ih neće imati ne smiju dobiti mogućnost ulaska. Treba se držati ograničenog broja kupaca i obavezna dezinfekcija. Više o svemu bit ćete naknadno informirani. Hvala vam na strpljenju.

JINGLE

VODITELJ: Ovaj virus nije samo jedna velika pijavica nego još i pogoršava sve osim same bolesti. Protesti u susjednim državama postaju sve napetiji te su isto

načina je korištenje nanotehnologije to jest nanočestica koje selektivno i direktno uništavaju stanice virusa, priopćio je naš znanstvenik i član istraživačkog tima, te je napomenuo da se i testira tretiranje putem radio valova koje rade na istoj frekvenciji kao i virusne stanice. Iz instituta kažu da se nijedna od metoda zasada nije pokazala potpuno uspješna, te s obzirom da su u testnoj i projektnoj fazi, zasad se ne može govoriti i realnoj implementaciji tih tehnologija i da će za takav način liječenja biti potrebno nekoliko godina istraživanja. Jedna pozitivna informacija je da zasad kod testiranja nisu zabilježene nikakve negativne posljedice na žive stanice i organizme. Evo čini se da svjetlo na kraju tunela postoji i možda ako bude sreće, kroz nekoliko godina znanstvenici uspiju u svojem naumu. Zasada nosite maske i pridržavajte se socijalnog distanciranja. Morat ćemo naučiti živjeti s ovim, pa ćemo valjda naučiti nešto iz prijašnjih dana. Mi smo ljudi i ljudski je griješiti, ali moramo biti bolji od toga i kontrolirati svoje misli i osjećaje kako ne bi ponavljali iste greške. Ostanite uz svoje najmilije i nadajte se najboljem. Jednog dana ćemo sigurno pronaći lijek. Lijep pozdrav.

JINGLE

VODITELJ: Cijenjeni slušatelji, evo novih vijesti. Iz Klinike za infektivne bolesti priopćuju da je zabilježen porast novih slučajeva zaraze, te se time svi trebamo pripremiti na

tako prešli u fizičke kontakte gdje građani napadaju policijske snage koje isto tako uzvraćaju. dogodilo se i nekoliko par ubojstava o kojima se nitko ne govori, ali zato smo mi tu! Pored njih se pojavljuju i kradljivci koji koriste proteste kao šansu za razbijanjem lokala i krađom čega god se dosjete. Ne volim demokraciju niti vlast ali mislim da ovakve akcije nas prikazuju kao da smo sposobni samo raditi po životinjskom instinktu. Da stvar bude gora, sad se negdje spominju i nekakvi čipovi i frekvencije s kojima će nas kontrolirati. Ljudi, pa sami sebe ćemo obrisati s lica zemlje! Sve zato što se istina i dalje skriva, moramo i dalje tragati za istinom! Ostanite uz nas!

REKLAMA

JINGLE

VODITELJ: Burazeri i burazerice, iz dana u dan sve gore i gore, sve više zaraženih. Sva sreća pa nisu zombiji u pitanju. Ne znam što da vam kažem. Nisam pesimista ali zaista smatram da je ovo sve dio velikog plana kako bi nas sve uništili. A možda taj virus nije toliko ni strašan, postoje brojne

potencijalni novi i veći val. Evo, moram priznati koliko god se trudim ostati priseban, mislim da je ovo sve jedan veliki primjer ljudske nepažnje, neodgovornosti i sebičnosti. Da smo bili pažljiviji i odgovorniji i držali se preporuka stožera, sigurno bi se brže riješio problem i ne bi dospio do ove razine. Nadam se da će znanstvenici uskoro razviti cjepivo protiv virusa i da ćemo se uskoro vratiti starom načinu života. Budite odgovorni, ostanite sigurni i stanite uz nas.

JINGLE

PROTOK INFORMACIJA

Nije obavezno nositi maske osim u trgovinama

Sve je veći broj zaraženih mladih osoba zbog noćnih izlaska

Sezona se neće još završiti, ali ne smijemo zaboraviti biti odgovorni

Uvodimo novo ograničenje za ugostitelje i noćne klubove

Maske će uvelike smanjiti mogućnost zaraze

Perite ruke alkoholnim dezinfekcijskim sredstvima

Ne preporučujemo korištenje sredstva za čišćenje wc-a na kožu no alkoholno piće je dozvoljeno

U samoizolaciju idu samo osobe kojima je to propisano

Novi i veći val očekuje se na jesen, još nije sigurno koje će se mjere uvesti

alternativne metode koje se ne spominju u nijednoj literaturi a da čiste organizam od virusa. A ako obolite, a ništa, proći će vas i to. Preboljeli smo razne bolesti kroz prošlost pa ćemo i ovo. To nas čini ljudima...Gledajmo u bolju budućnost, tko zna što nas ondje čeka! Čujemo se uskoro!

REKLAMA RADIJA: Nove teorije danas na vašem najdražem radiju

JINGLE

PROTOK INFORMACIJA

Potrebno je nositi maske na javnom prostoru

Maske vas zapravo neće zaštititi od virusa

Djelomično ćemo prilagoditi rad u uslužnim djelatnostima.

Dezinfekcijska sredstva su upitno korisna

Skrivaju li se ponovo informacije od javnosti?

Zašto ne zatvoriti noćne klubove ako su oni žarište zaraze?

Za pranje ruku koristi se i sredstvo za čišćenje wc-a, rakija pa čak i mačji pijesak

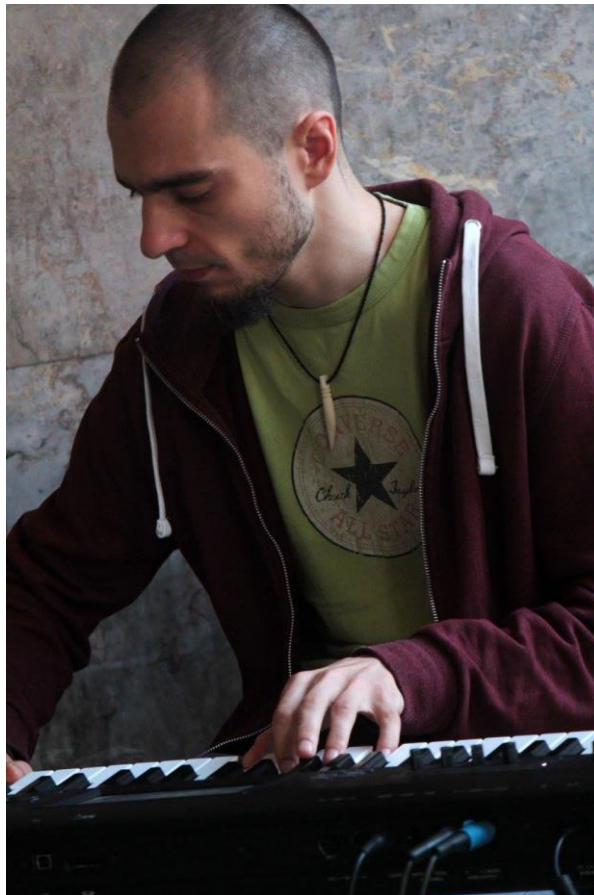
Ukoliko ste bili u blizini osobe koja ima simptome prehlade morate u samoizolaciju.

Na jesen će se uvesti nova karantena

7.3. Predstavljanje suradnika - Zoran Sedlanić

Neki dijelovi rada produkt su suradnje koja je nastala s ciljem što boljeg i kvalitetnijeg rada. Tako je suradnik, poštujući autorove želje i naputke radio ideju i produkciju za muziku koja se pušta na radijima, jinglove i pozadinsku muziku.

Suradnik u ovom projektu bio je Zoran Sedlanić. Rođen je 27.05.1988. godine u Koprivnici. Svoje glazbeno obrazovanje on je započeo sa 6 godina, a osnovni instrument mu je bio harmonika. Dvije godine kasnije započeo je i osnovnu glazbenu školu, a paralelno s time pohađao je i tečaj latino – američkih plesova te tradicionalnih hrvatskih plesova u KUD-u Koprivnica. Sve su mu to bila iskustva, a ona bitna stekao je i svirajući u orkestrima i pjevajući u zborovima.



Slika 7.1 – Zoran Sedlanić

Nakon osnovne glazbene škole nastavio je svirati harmoniku u srednjoj glazbenoj školi u Varaždinu. To obrazovanje smatra najvažnijim jer je naučio mnogo o bluesu, jazzu, rocku i klasičnoj glazbi. Posvetio se proučavanju jazz glazbe i pratio je neke od najvećih jazz pijanista i

odlučio se posvetiti improvizaciji jer je shvatio da je to najljepši način emocionalnog izražavanja. Tako da je istovremeno učio jazz i osnove klasične glazbe. U slobodno vrijeme svirao je bas gitaru u koprivničkom rock- metal bendu.

Nakon završene srednje škole nastavio je svirati harmoniku na Sveučilištu u Puli. Tamo je također svirao u bendu, ali se i upoznao s drugim žanrovima kao blues te tradicionalnu istarsku i dalmatinsku glazbu u Klapi Arena. Tada je shvatio da ga klasična muzika ne zanima i odlučio napustiti trenutno školovanje te je upisao klavir na jazz odjelu sveučilišta u Trstu.

Kroz to razdoblje svirao je s drugim glazbenicima u raznim bendovima. Diplomirao je glasovir na jazz odjelu Conservatorio di musica Giuseppe Tartini 2014. godine. Trenutno radi na vlastitim projektima, snima glazbu i piše aranžmane raznovrsnih žanrova za raznovrsne kombinacije instrumenata.

7.4. Izrada muzike

Kako je već spomenuto ovaj dio projekta realiziran je uz pomoć suradnika Zorana Sedlanića. Za potrebe ovoga projekta muzika je rađena u Cubase programu, klavijaturama Korg Krome i Micro Korg te loop station Boss RC-505.



Slika 7.2 – Mjesto rada suradnika Zorana Sedlanića

Proces rada za ovaj projekt je bilo odrediti ritam puštanjem određenog „beat-a“, kao na primjer udaraljke te ga pustiti da se on ponavlja, odnosno staviti ga u „loop“, kasnije se to prilagođavalo kod dodavanja drugih instrumenata ovisno o potrebama pojedinačne pjesme, a na kraju su se dodavali i detalji.

Kod izrade svake skladbe pazilo se na detalje, sklad i ritmičnost glazbe. Svaka od njih donosila je svoje izazove i imala je svoje prepravke. Za potrebe ovoga projekta kreirano je četiri *jingle*, odnosno po dva za svaki radio koji služe za uvod u program ili neku promjenu koja se u programu radi, te drugi *jingle* kojeg svaki radio pušta kao uvod u reklamni blok. Isto tako nastalo je i šest pozadinskih skladbi koje služe kao pozadina kod javljanja voditelja te kao pozadina kod reklama.

Kako je radio medij koji emitira glazbu, tako su i oni dobili svoj glazbeni repertoar. Iako muzika nije u glavnom fokusu, već informacije koje radijski voditelji daju, muzika u ovom slučaju predstavlja vremenski odmak, ali i služi kao odmor od svih primljenih informacija.

Sveukupno je tako napravljeno devet skladba koje su raspodijeljene kroz prvo emitiranje priče i njeno ponavljanje. One su raznovrsnog žanra, tona, ritma i atmosfere a nazivaju se: Timing flow, My mind will gonna set, Sunday night, Only natural, Narkomanski trens, She's gonna leave me, Beach veselica, Want some tango, Sunny game - funny shame.

Cjelokupna izrada prikazat će se na jednom primjeru. Na slici je vidljiv početak ritma i „beat- a“ pjesme „She's gona leave me“. Ima početni „beat“ clap koji dolazi zajedno s udarcem na dobošu i „sampler“ koji je rađen na klavijaturama, a oni se ponavljaju. Nakon toga na slici u notama je vidljivo kako su se priključile udaraljke.

She's gonna leave me

Zoran Sedlanic

♪ = 140

Shakuhachi

Shakuhachi

Voice

Voice

Voice

Electric Clavichord

Piano

Sampler

CL

Electric Bass

Drum Set

♪ = 140

2

5

Shak.

Shak.

Voice

Voice

Voice

E. Clav.

Pno.

Sampler

CL

E. Bass

Dr.

Slika 7.3 – Notni zapis - početak pjesme

4

13

Shak.

Shak.

Voice

Voice

Voice

E. Clav.

Pno.

Sampler

CL

E. Bass

Dr.

Slika 7.4 – Notni zapis – dodavanje udaraljka

Poslije toga pjesma je svoju detaljnost dobila, kao što je vidljivo na slici, priključivanjem basa te potom nastavak ide dodavanjem puhaljka, kao što se vidi na slici.

41

11

Shak.

Shak.

Voice

Voice

Voice

E. Clav.

Pno.

Sampler

CL

E. Bass

Dr.

Slika 7.5 – Notni zapis – priključivanje basa

U ovoj skladbi ima i vokala koji prate cjelokupni ritam pjesme, što se može vidjeti na slici, a nakon njega pjesma se gradi i popratnim vokalima.

13

The image shows a musical score for a song, page 13. It features a multi-staff arrangement. At the top left, there is a measure rest labeled '49'. The staves are labeled as follows from top to bottom: Shak. (two staves), Voice (two staves), E. Clav. (Electric Clavichord), Pno. (Piano), Sampler, CL (Congas/Latin Percussion), E. Bass (Electric Bass), and Dr. (Drums). The vocal line (the third staff from the top) contains the lyrics: "She's go nna le ave me she's go nna le ave me she's go nna leave me if I will not buy her some flo". The instrumental parts (E. Clav., Pno., Sampler, CL, E. Bass, and Dr.) provide a rhythmic accompaniment throughout the section.

Slika 7.6 – Notni zapis – vokal

85

The musical score consists of ten staves. The top two staves are labeled 'Shak.' and contain two staves of music. The next three staves are labeled 'Voice' and contain three staves of music. The fifth staff is labeled 'E. Clav.' and contains a single staff of music. The sixth staff is labeled 'Pno.' and contains a single staff of music. The seventh staff is labeled 'Sampler' and contains a single staff of music. The eighth staff is labeled 'CL' and contains a single staff of music. The ninth staff is labeled 'E. Bass' and contains a single staff of music. The tenth staff is labeled 'Dr.' and contains a single staff of music. The score is in 4/4 time and features a variety of instruments and voices.

Slika 7.7 – Notni zapis – završetak pjesme

7.5. Snimanje glumaca

Još za vrijeme pisanja scenarija razmišljalo se o ulogama koje treba odrediti. Tako se odradilo kratko probno snimanje kako bi se moglo odrediti koja će uloga najbolje pripadati kojoj osobi. Kod te raspodjele razmišljalo se o tonu i boji glasa. Svaka je osoba drugačija i zato je kod svakog probnog snimanja lik iz priče dobio svojega glumca. Osim o boji glasa uloge su se raspodijelile i po viziji autora. Kako mi autori najbolje znamo kakav je karakter likova u priči i kako smo ih zamislili, bilo je bitno da se probnim snimanjem može odrediti koji je glas prikladan za koju ulogu. Nakon kompletne razrade plana i scenarija svaka je uloga imala svog glumca. Za snimanje glasova koristio se Behringer mikrofoni i digitalni mobilni studio Tascam 32SD.

Zbog situacije u svijetu uzrokovane virusom COVID-19 nije bilo moguće raditi u profesionalnom studiju pa se snimanje odvijalo u prostoriji koja je postala improvizirani studio, a zbog sudjelovanja više osoba vremenski period snimanja trajao je oko 15 dana. Tako se je izbjeglo susretanje više osoba te su se snimanja odvijala najčešće samo jedna osoba po danu.

Ovaj rad ima 10 različitih glasova koje su posudili: Neven Špoljar, Tatjana Perić, Dunja Stojić, Marko Macan, Nikolina Sabolić, Tea Špoljar, Zoran Sedlanić, Matija Canjuga, Patricia Puškarić i Kristijan Špoljarić.



Slika 7.8 – Proces snimanja glasa – Neven Špoljar

Kako se radilo s različitim osobama, neki od njih su vrsni govornici, dok su drugi imali problem sa sramežljivošću ili uživljavanjem u ulogu. Pazilo se u takvim situacijama da osobi bude ugodno, radile su se glasovne vježbe, intonacije, način govora, radili opisi i pričalo o vizijama karaktera lika kojoj posuđuju glas. Rečenice su se ponavljale i nekoliko puta. Sve to s ciljem dobivanja što bolje izvedbe. Osim svojih uloga sa svima su se snimali i protoci informacija, a dodijeljene su im i reklame koje su najbolje odgovarale njihovim glasovnim tonom.



Slika 7.9 – Proces snimanja glasa – Patricia Puškarić i Kristijan Špoljarić

Osim s odraslim osobama radilo se i s djecom. To iskustvo može se opisati kao zabavno, a ujedno i naporno jer iziskuje mnogo vremena i strpljenja. Takva snimanja za djecu mogu biti i naporna pa se pazilo da se oni ne umore i da im ne prestane biti zabavno. Kroz igru, sviranje instrumenata i pokazivanja opreme privukla se njihova pažnja. Pazilo se da se u što kraće vrijeme pokušaju dobiti njihove najiskrenije emocije.

7.6. Reklame

Reklama: Jeste li sigurni da vaše sredstvo za dezinfekciju doista uklanja sve bakterije? Što kad bi smo vam rekli da većina sredstava zapravo dezinficira 70% za što postoji mogućnost da se nastave širiti dalje? Iz švicarskog instituta dolazi sredstvo koje doista uklanja potpuno sve bakterije - D91. D91 - čuvajte sebe i svoje omiljene.

Reklama: U ovim vremenima potrebno je čuvati sebe i ostale, ali što kad smo prisiljeni biti među ljudima zbog nekih potreština što bi moglo dovesti do vaše zaraze? Odgovor su HN32 maske. Naše maske koriste inovativni trostruki filter koji omogućuje sto postotnu sigurnost. Osim toga imaju i preko 20 zanimljivih tekstura koje će vas opustiti kako se ne bi osjećali kao da ste u bolnici. HN32 maske, sigurnost kao nikad dosad.

Reklama: Okruženi ste stresom svakodnevno? Stres je vjerovali ili ne broj jedan razlog zbog kojeg ljudi obolijevaju što dalje potiče razvijanje kancerogenih stanica. Pomoću novih tableta koje

koriste najnoviju tehnologiju nanočestica sad je moguće živjeti život bez ikakvih posljedica i naravno stresa. Tablete PLO91, od sad u svim ljekarnama.

Reklama: Koliko često vam se stvaraju žuljevi na stopalima zbog neudobne obuće? Zašto ulagati u atraktivnu obuću kad cijelo tijelo funkcionira pravilno samo ako su stopala zdrava? U našem laboratoriju FUS stvaramo modularnu obuću koju upravo vi možete sami sastaviti i mijenjati kad god to želite. Naš model AHIL je svjetski priznat gdje god otišli zbog najnovije tehnologije koja kombinira različite materijale. Naručite i svoj model još danas!

Reklama: Ukratko rečeno, nitko ne voli ništa kratko, osim pića naravno. Pomoću ŽIRAFa tableta, imat ćete ne samo dugu vezu nego i dugi...zadovoljan život. U svim ljekarnama.

Reklama: Ako mislite da imate bračnih problema, mi u anonimnom servisu VEGAS ćemo se potruditi kako bi našim savjetima pomogli vratiti vašu vezu na prvo mjesto.

Reklama: Dosta vam je života? Šteta. Mislite li da ste beskorisni i da vas nitko ne voli? Mi ne. Jedina opcija koja vam preostaje je da se priključite u institut za testiranje lijekova TOTAL. Svi će vam biti zahvalni kad budete dio istraživanja lijeka protiv bilo koje pošasti.

Reklama : Jutros smo se ustali iz kreveta i čuli smo kako se mama i tata svađaju jer je ručak zagorio. Bili smo tužni jer je mama pravila njezin specijalitet, pečenu patku s medom. Ali baka se sjetila da uvijek postoji rješenje, Bironi makaroni. Nakon ručka mama je shvatila da baka nema pojma. Bironi tjestenina, spas na prvom mjestu. Šapat: Baka je ipak bila u pravu.

Reklama : Jel vam se ikad dogodilo da smatrate kako je batina ipak poslana od Boga? Upišite školu borilačkih vještina "KRKAN", za vas imamo preko 30 borilačkih vještina kako bi ste problemima izbili zube. Da bi otjerali stres i loše ljude, dovoljno im je samo pokazati destruktivan udarac koji će na drugom kraju zgrade izbaciti sve osigurače, i svi problemi će nestati. Škola borilačkih vještina "KRKAN", kad ruka govori više nego riječi.

Reklama: Svaki dan slušate različite vijesti, od politike do zabave, dok ni više sami ne znate što je laž a što istina, i to sve sada kada imamo internet. Kao borba protiv svih laži koje nam se nanose, osmislili smo web stranicu koja isključuje sve neprovjerene činjenice ostavljajući vam samo istinu. Upoznajte BIKNO. BIKNO, više mi ništa ne smrdi.

Reklama: *Pečemo janjce i prasce, patke i piliće, dostavljamo na kućni prag a po potrebi i na ruke. Bistro BORIS, adresa Donjogradska 38. Kvaliteta isprobana, nikad vraćeno.*

Reklama: *Jesu li vam djeca ponekad stvarno naporna do granice da ih poželite zamijeniti za drugo? U servisu PANAMA od sad je to moguće. Servis funkcionira kao zamjena djece među roditeljima kako bi se djeca mogla opametiti kod nepoznatih ljudi da bi odrasla u zdrave, mentalno-osigurane ljude koji će voditi narod u bolju budućnost. PANAMA, sad su vaša djeca i naša djeca.*

Reklama: *Ne vjerujete li u ono što vidite? Super, svratite kod nas u VID18 po nove naočale, adresa Makedonska 9*

Reklama: *Ovo nije reklama, nikom ne vjerujte, idite svojim putem i koristite svoja osjetila koje vam je dragi Bog podario.*

Reklama: *Pronađe siromašan čovjek zlatnu ribicu, i naravno obeća mu ispuniti želju ako ju pusti. Čovjek reče: "Želim vidjeti svijeta!". Zlatna ribica mu ispuni želju a čovjek ispred sebe ugleda globus. Ovo bi se moglo dogoditi i vama ukoliko ne upišete tečaj pravilnog govora na privatnom učilištu HOMER. Pridružite nam se još danas!*

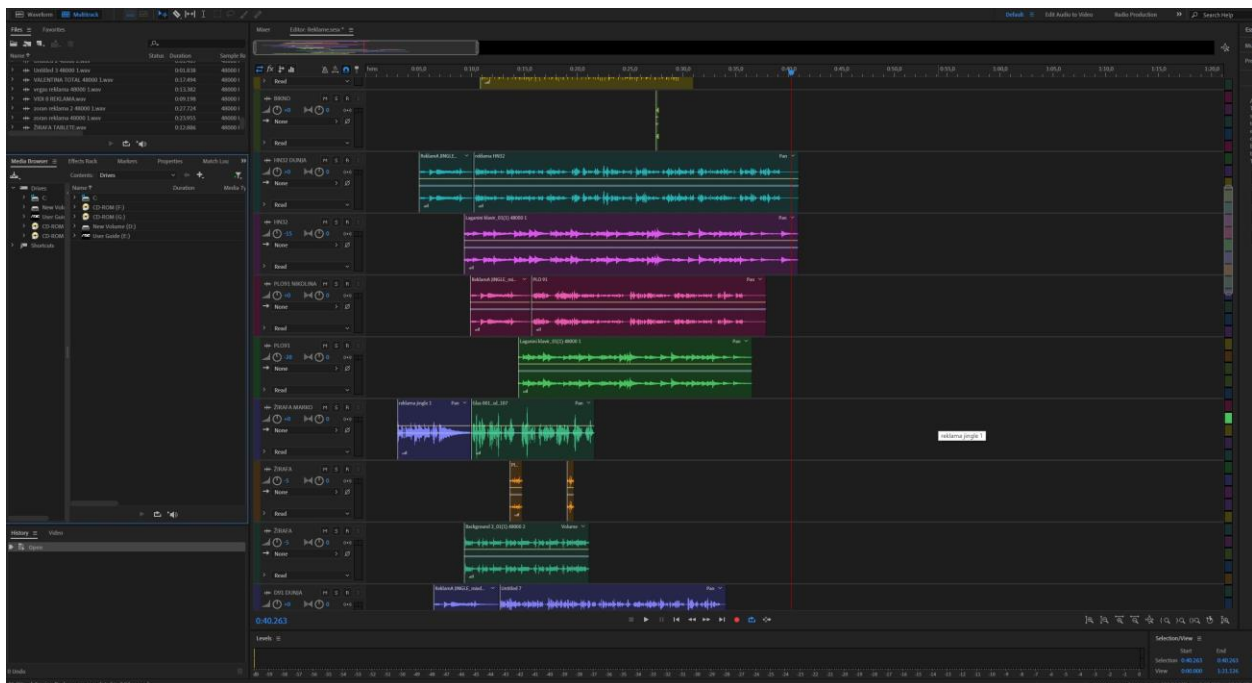
7.7. Izrada reklama

Kreativni proces osmišljavanja tona, ritma, način čitanja i sav ostali proces zvukovnog djela dio su ovoga rada, a za samu ideju i pisani tekst reklama zaslužan je kolega Marko Macan.

Iako same reklame nisu najbitniji dio ovog rada, one služe kao dodatak realnijem prikazu radnog dana radija. Radi se o popratnom sadržaju koji ide u eter kako bi priča dobila dodatnu dubinu. Raspon reklama ide od onih ozbiljnih, kao za dezinfekcijsko sredstvo, medicinske maske, obuću, tečaj pravilnog govora do šaljivih reklama, kao na primjer škola borilačkih vještina, servis za razmjenu djece i slično. Sveukupno ima 15 reklama. Kako svaki radio ima svoj stil, tako su i reklame prilagođene za njih pa je svaka reklama namijenjena za jedan radio, a kako bi one bile kvalitetne i dobro odrađene svaka od njih je dobila individualni pristup.

Kako to i u stvarnom svijetu biva, prije reklame ide i uvodni *jingle* za njih. Tako i u ovom radu svaki radio ima svoj *jingle* nakon kojeg slijedi reklama. Iako često susrećemo kako nekoliko reklama ide jedna za drugom, ovdje je odlučeno kako će se puštati samo jedna reklama u reklamnom bloku. S obzirom na njihov sadržaj, želja je ne preopteretiti posjetitelja izložbe s reklamama, koje svejedno služe kao popratni sadržaj, niti mu previše odvući pažnju od priče.

Pazilo se i na način govora kod snimanja reklame. Neke su zahtijevale brži ritam i dublji ton, kao na primjer reklama za borilačke vještine, na koji su još nadodani efekti udaraca da bi dodatno naglasili reklamu. Druge su bile pripovjedačkog stila, sa sporijim ritmom, kao na primjer tečaj pravilnog govora, koji je uz dva efekta (čarolija i neuspjeh) i pozadinsku muziku dobio zanimljiviji i zabavan sadržaj.



Slika 7.10 – Izrada reklama

Kod reklame za Bironi tjesteninu radilo se s dva dječja glasa. Ideja iza ove reklame bila je da djeca ne uče riječi napamet, već da čitaju sadržaj s papira kako bi se stvorio dojam da su oni sami pisali što se taj dan njima dogodilo i sada to žele pročitati na glas. Željela se izbjeći ideja dječjih glumaca, već dobiti što iskrenije dječje čitanje.

Još jedna zanimljiva reklama bila je i ona za bistro Boris. Svojim tonom ona je namijenjena za sve građane, a sam bistro se nalazi u predgrađu ili čak i selu, a nudi usluge pečenja i dostave mesa. Kako bi se stvorila i takva atmosfera, osim specifičnog naglaska, umjesto muzičke podloge koristio se pozadinski šum farme. Na to još je nadodano i dodano glasanje životinja.

Neke reklame su svojom strukturom jednostavne, bez pretjeranih dodatnih elemenata ili efekta, već im je samo određena pozadina koja je montirana na govorni tekst koji je montažom „očišćen od pozadinskih zvukova i smetnji. Kod takvih reklama pazilo se da se njihov smisao i priča ne izgubi pa se iz toga razloga izbjegavalo „ukrašavanje“ koje bi moglo preuzeti svu pozornost i time bi se narušio smisao istih. Primjer toga može se navesti reklama za medicinske maske. Ona se bavi ozbiljnijom temom koja sama već dobro prezentira sadržaj i bilo kakvo dodavanje efekata moglo bi rezultirati kontraefektom, odnosno neozbiljno i šaljivo.

Naravno, svaki detalj je bitan pa je u tim slučajevima ipak bilo skromnijih detalja, kao na primjer efekt špricanje dezinfekcijskog sredstva u reklami za sredstvo za čišćenje, glasovni dodatak u reklami za obuču ili dodan dječji glas u reklami za razmjenu djece. Oni su dio reklame koji nadopunjuju stil istih, ali nisu prenapadni.

Reklama Total iako nema dodatnih efekata, kroz muziku se određuje ton u kojem se reklama kreće. Tako je njen početak tužan i tmuran što se može osjetiti i u glazbi, a kada se nađe rješenje za problem tada se promjeni i muzika koja postane veselijeg tona.

Kao autor ovog rada, postojala je i želja za ostavljanjem vlastitog glasovnog traga u ovom radu pa je odlučeno učiniti to u jednoj reklami. Reklame kao što je već spomenuto, nisu glavni fokus ovoga rada, već dodatak koji upotpunjuje sadržaj radija pa je na ovaj način odlučeno da i autor bude dio priče i ostavi svoj trag „na pozornici“, a ne samo izvan nje.

7.8. Zvukovi

Rad ima više govornog sadržaja i to u radijskom eteru, tako da su zvukovi zapravo detalji kojima se opisala okolina ako je u radnji bilo promjene mjesta događanja, odnosno javljanja s terena u radijski eter ili puštanje snimke koja je snimljena van studija, kao na primjer kada voditelj snima razgovor s građanima na terenu. Iako se radi o detaljima, to ne znači da njima nije trebalo posvetiti pažnju. Kod određivanja potrebnih zvukova, razmišljalo se o ambijentu, mjestu događanja, situacijama koje se nalaze na tom prostoru i kako najbolje sve to uklopiti u priču. Svaki detalj, koliko god da se čini malenim zapravo ima veliku ulogu i doprinosi cjelokupnom doživljaju.

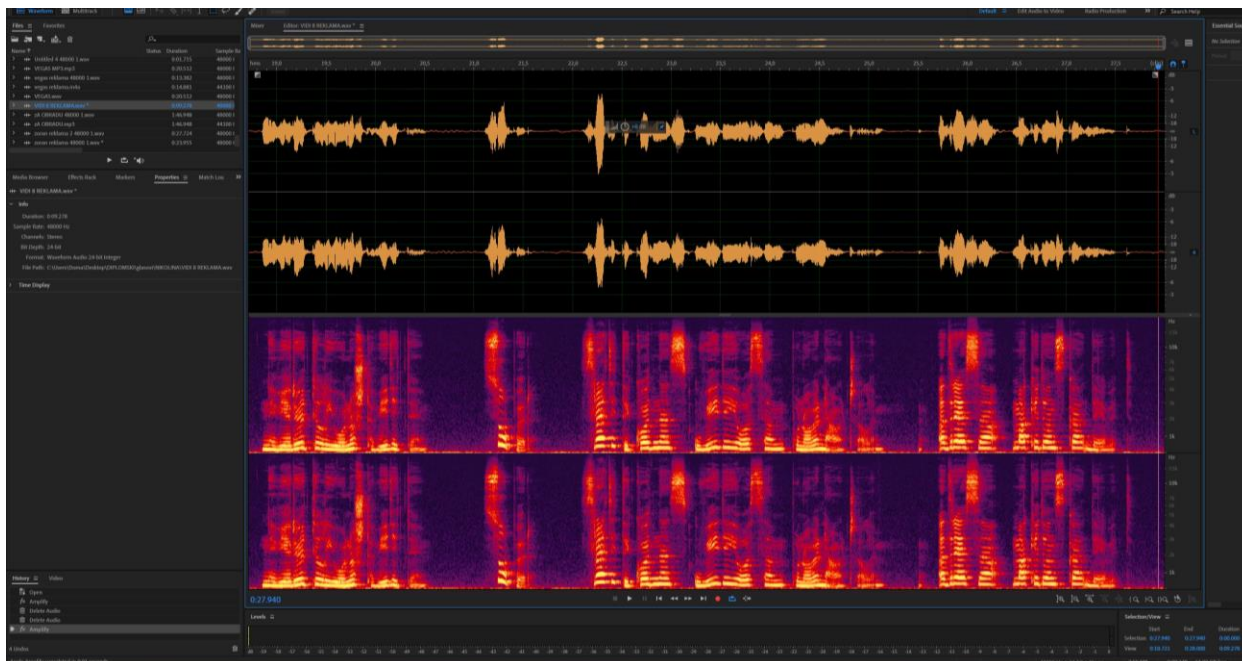
Kod prijenosa press konferencije civilnog stožera razmišljalo se o svim zvukovima koji bi dočarali kako se prijenos odvija vani te je trebalo snimiti šumove koji bi to opisali. Tako se šum grada i prometa snimao na mjestima uz prometnu cestu ili jednostavno na javnom prostoru. Zasebno se snimao i rad automobila i truba. Za buku razgovora drugih ljudi, odnosno novinara i osoba koje se nalaze na tom mjestu koristio se materijal koji je snimljen za vrijeme snimanja govora. Neki zvukovi koji su nadopunjavali šumove uzeti su iz privatne fonoteke, iako su neki zvukovi neprimjetni sami za sebe, korišteni su kako bi se postigla dubina i bolji doživljaj mjesta događaja. Također, kako bi se dodatno stvorio dojam konferencije za medije, nadodani su i efekti slikanja fotoaparatom.

Još jedna situacija terenskog snimanja u priči je kada jedan od voditelja odluči izaći na teren i razgovarati s građanima. Ideja je bila da se on nalazi oko dječjeg igrališta, okolica gradskog parka s ugostiteljskim objektima koji normalno rade. Voditelj se šeće po parku, pali i gasi snimač te traži izjave od građana. Za tu situaciju trebalo je snimiti pozadinski šum dječjeg igrališta uz kombinaciju šuma grada, odnosno razgovora drugih osoba među sobom. Također se je snimalo hodanje po šljunku, buka prijenosa snimača koji bi se mogao usporediti s vjetrom, dječji smijeh, razgovor drugih ljudi u pozadini te efekt uključivanja i isključivanja snimača. Također, za pozadinu se još koristio efekt kihanja i kašljanja.

Za reklame osim zvukova koji su bili namijenjeni za pojedine reklame, kao na primjer glasanja životinja, a trebali su i efekti koji su rađeni u aplikaciji za izradu zvukova. Primjer toga je reklama za tečaj pravilnog govora koja je zahtijevala efekt čarolije odnosno ispunjavanja želje.

7.9. Montaža

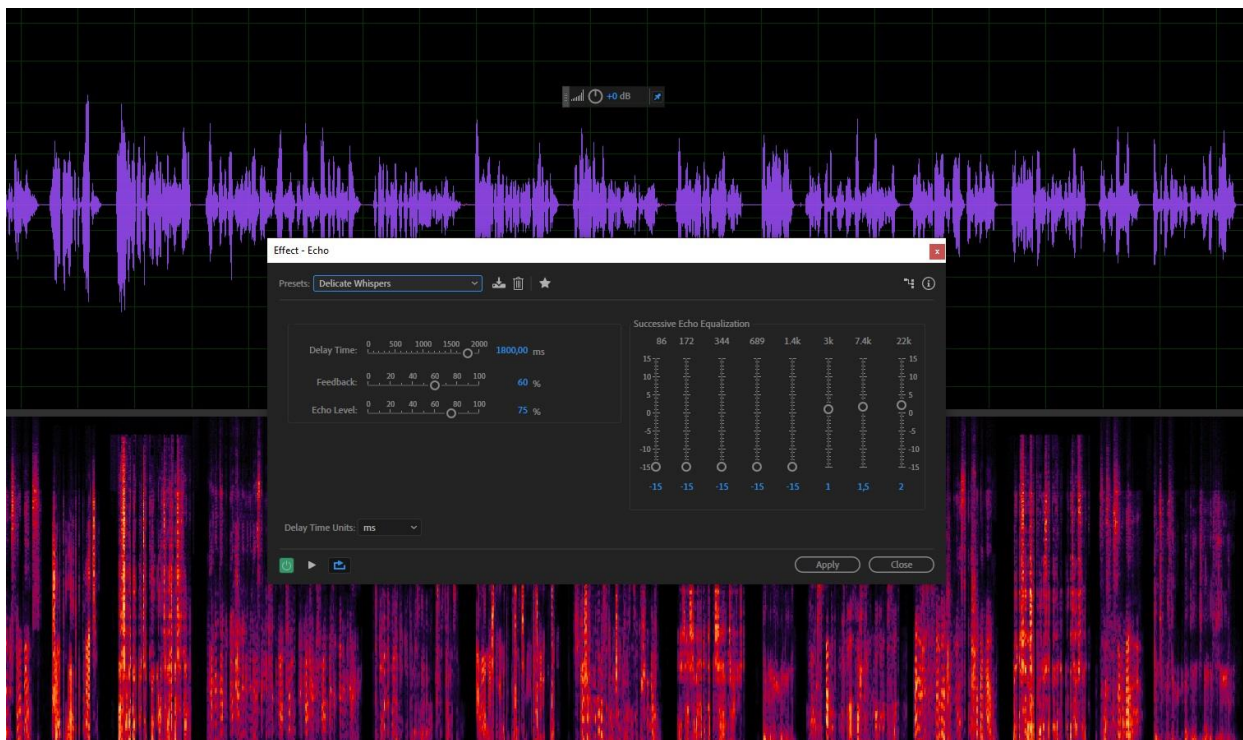
Nakon snimljenog materijala, odabira kvalitetnih snimaka uslijedila je montaža istih. S obzirom na situaciju i način snimanja, prvo je trebalo cjelokupni materijal „očistiti“ od potencijalnih šumova ili pozadinskih smetnji.



Slika 7.11 – Prikaz snimljene snimke u programu

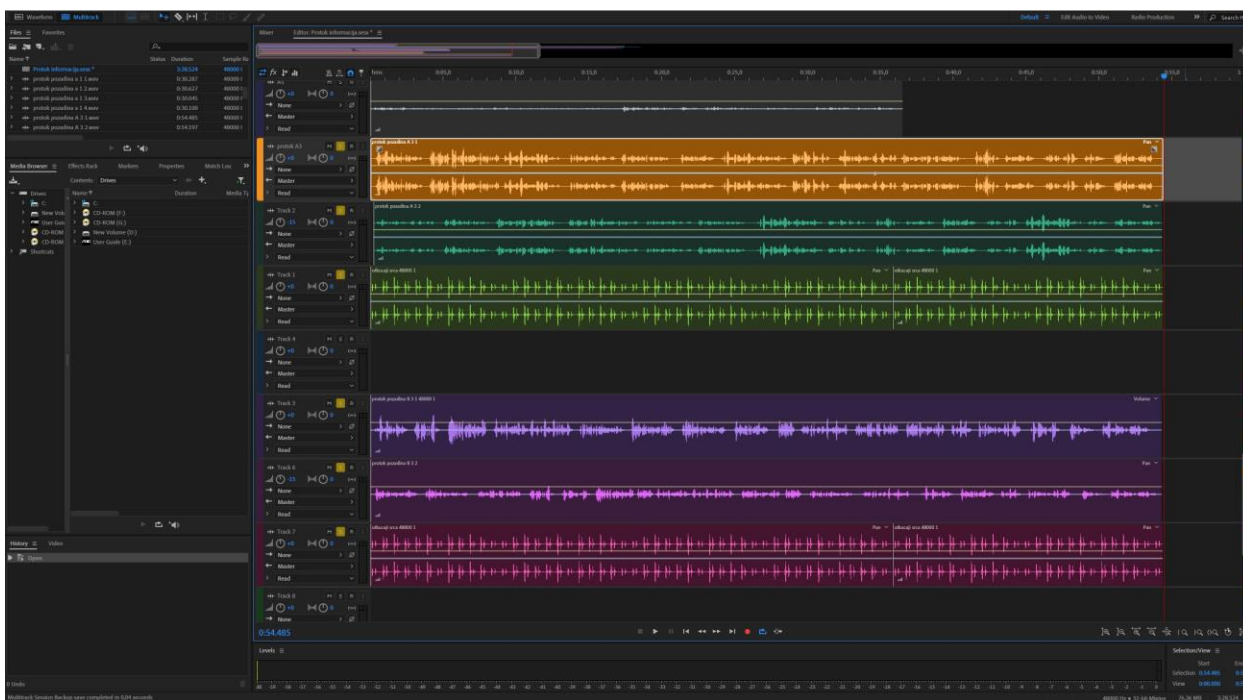
Gornji dio slike prikazuje nam govor koji je snimljen i njegovu glasnoću, ravnije i tanje linije su pauze kod govora, a deblje krivudave su one od snimljenog govora. Donji dio slike je prikaz spektralne frekvencije. Kod svih snimaka koje su imale buku ili neželjene smetnje bilo je potrebno urediti i prilagoditi potrebama priče.

Montaža kod protoka informacija zahtijevala je nekoliko različitih koraka. Prvo su se preslušale snimljene snimke, rezali željeni sadržaji, pazeci da je svaka sljedeća informacija čitana od drugog glumca. Pazilo se da kod protoka informacija ima više različitih glasova, kako bi se što bolje dočaralo praćenje novosti kod različitih osoba. Kako bi taj protok imao veću dubinu radilo se i njegovo ponavljanje, ponovo s različitim glasovima, ali mu je svrha da bude u pozadini glavnog djela, tako je glavni dio najčišći i razgovjetniji, a pozadinski služi kao buka i ponavljanje glasova s drugačijim poretком informacija. Protok započinje zvukom starog stroja za tipkanje koji se nekada (prije računala) koristio s ciljem povezivanja s tiskanim medijima, a slijedi kao i šum radio statike, na kojeg su zatim montirani protoci informacija. Kako se radnja ponavlja, tako se ponavljaju i protoci. Kako bi se njih razlikovalo, odnosno kako bi se uvela neka promjena na njih se stavljalo i efekt jeke. Ona je dodatno naglasila ponavljanje situacije i pridonijela cijelom doživljaju.



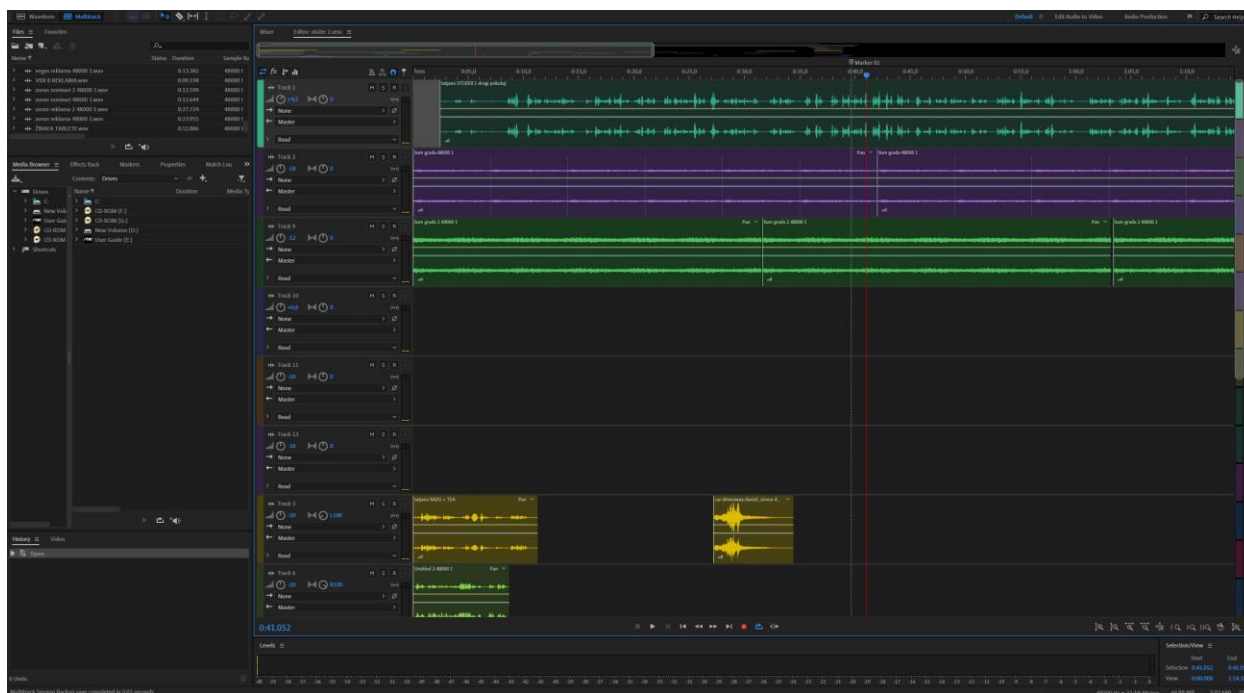
Slika 7.12 – Apliciranje efekta za jeku

Glavni, odnosno najizraženiji protok informacija je središnji koji prikazuje najveću opterećenost novinarskim vijestima, a zapravo predstavlja krizno razdoblje u priči. On počinje normalno, kao i svi drugi, ali uz zvuk otkucaja srca, kako se glasovi postepeno nadopunjuju na njega, ubrzo to postane i velika buka sa svim informacijama koje su se do tog momenta čitale. Također se u pozadini mogu čuti i koji uzvici, ali su oni najčešće prigušeni protok drugih informacija.



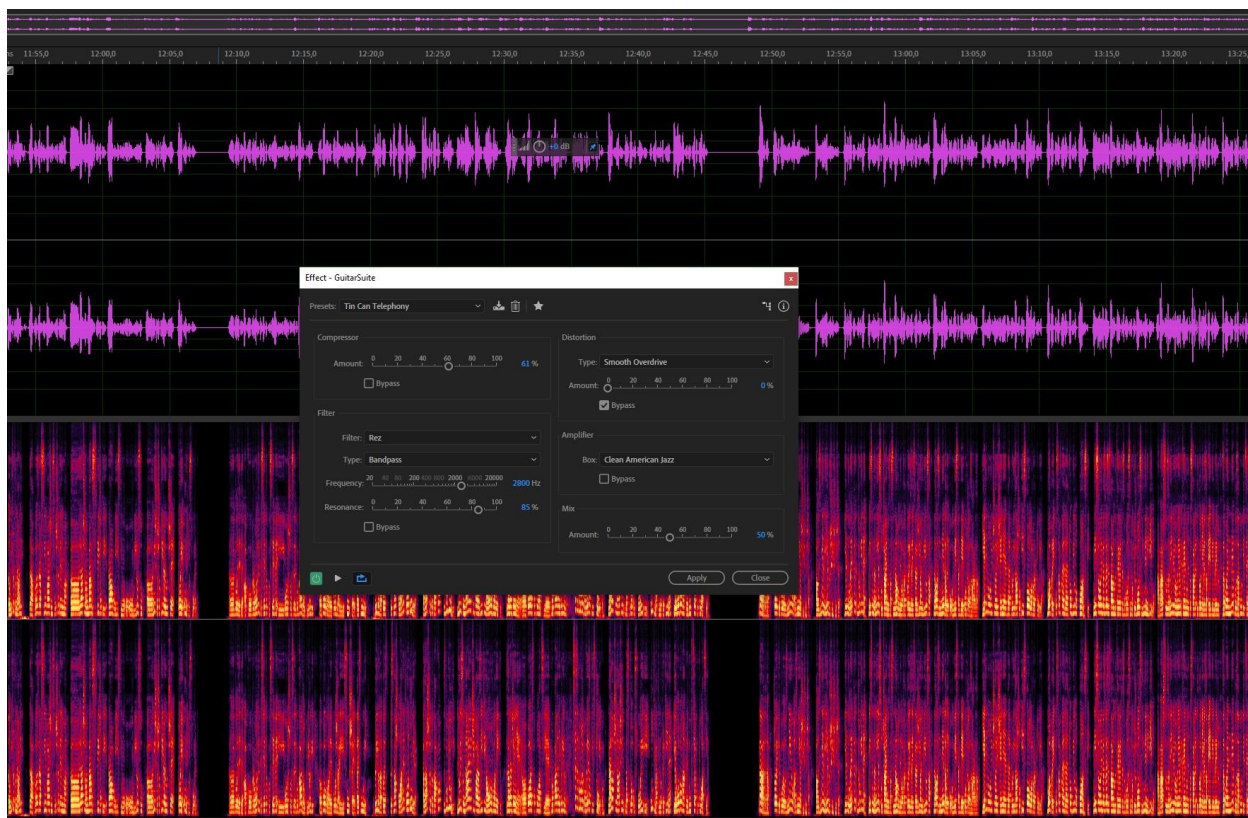
Slika 7.13 – obrada i priprema protok informacija

Kako se radnja priče ponavlja, tako se ponavljaju i protoci informacija. Ono što razlikuje te informacije od onih prvih je dodatna jeka koja simbolično opisuje konstantno ponavljanje „bombardiranja“ informacijama. Bitno je napomenuti kako svi protoci zapravo predstavljaju neki vremenski odmak.



Slika 7.14 – obrađivanje materijala i pozicioniranje za press konferenciju

Prijenosi press konferencije civilnog stožera montirali su se zasebno zbog velikog obujma šumova i efekta, te su se kasnije kao već montirani snimci ubacivali u glavni projekt. Kako su to snimke s terena tako je trebalo na njih montirati sve već snimljene potrebne šumove i efekte. Iako je ovaj rad pretežito centriran na kanalima, odnosno jednako se pušta na lijevi i desni kanal, kod ovakvih situacija koristila se prilika pozicioniranja zvuka kroz prostor. Kao na primjer prolaz auta koji je u blizini mjesta događaja više je pozicioniran na lijevi kanal kod prvog javljanja stožera. Tu su i razgovori drugih osoba koji su se rasporedili po lijevom i desnom kanalu, pa čak i po okomitom prostoru da se ponekad čini da se prisluškuje tuđi razgovor jer on u jednom trenutku postane glasniji nego što se to očekuje da će biti. Ideja je to da svaki novinar koji se nalazi na toj lokaciji ima svoj mikروفon pa će tako netko slučajno i uloviti nešto drugo osim samog govora stožera. Također, treba napomenuti da je svaka press konferencija tretirana sa svojim različitim detaljima. Ako se u jednom čuje neki detalj na lijevom kanalu, to ne znači da će isti slučaj biti i sa svim drugima. Svaki od njih ima neki svoj detalj.



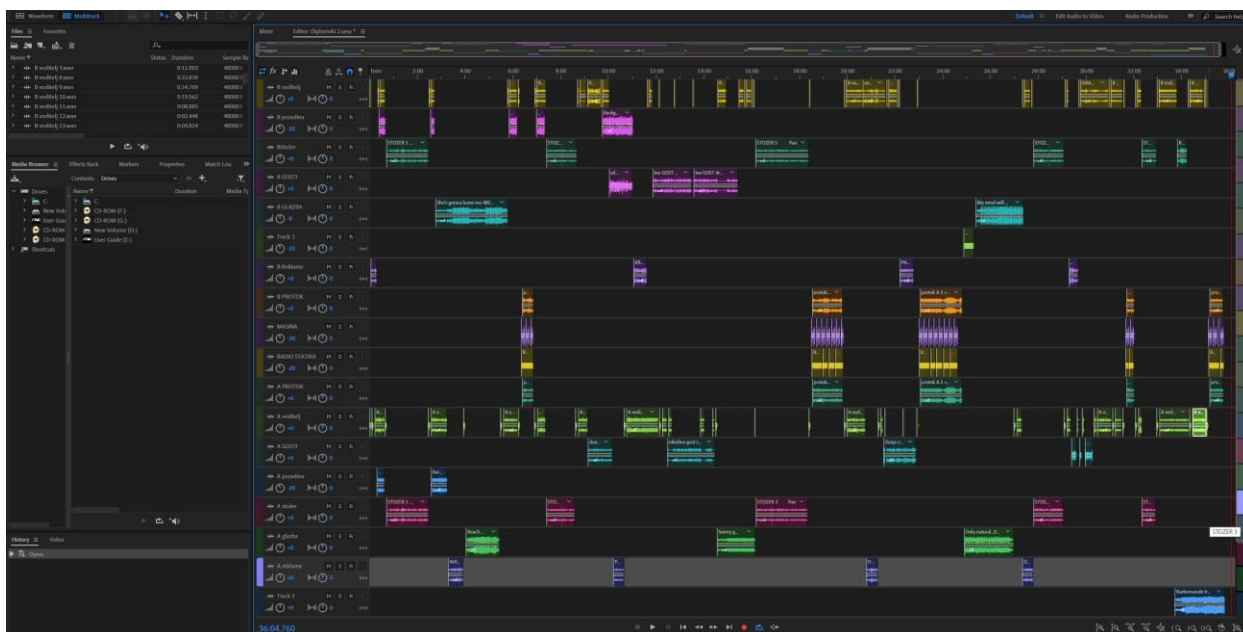
Slika 7.15 – stavljanje efekta telefonskog govora

Kroz priču u eterima se javljaju gosti, bilo da se radi o stručnim osobama ili građanima koji s voditeljem komentiraju trenutnu situaciju. S obzirom na situaciju u priči oni se javljaju telefonskom vezom u eter pa je kod takvih glasova, osim standardnih montaža bilo potrebno staviti i efekt kako bi glas poprimio zvukove kao da priča s drugom osobom preko telefona. Zahvaljujući današnjim naprednim programima i mnogobrojnim mogućnostima ta opcija se već nalazi unutar samog programa, ali uvijek postoji dodatna mogućnost ručnog dodatnog montiranja, ovisno o potrebi same snimke na koju se efekt aplicira. Što se tiče voditelja, oni su također prošli proceduru obrade, a kasnije im se dodala pozadinska muzika, koja je trajala i kada su gosti bili u eteru. Radio je ipak sve samo ne tihi medij, pa se dodavanjem pozadine nadopunjuje i obogaćuje sadržaj.

Kroz postupak montaže prošle su sve snimke uključujući i reklame koje su dobile uvodni „jingle“ za reklamni blok, glazbenu pozadinu i efekti ako je imalo potrebe za njima.

7.10. Sinkronizacija

Nakon montaže cjelokupnog materijala i okvirnog stavljanja svakog djela na svoje mjesto bilo je potrebno napraviti sveobuhvatnu sinkronizaciju. Ono što je bitno napomenuti jest kako radnje oba radija idu u isto vrijeme, ali to ne znači da se vremenski uvijek podudaraju, osim zajedničkih dijelova kao na primjer press konferencija civilnog stožera i protok informacija. Ostali sadržaj kao reklame, muzika i javljanje u eter drugih osoba nisu dio potpune sinkronizacije. Tako da na primjer dok strana A govori o higijenskim preporukama, strana B svira glazbu ili pušta reklamu.



Slika 7.16 – definiranje i postavljanje materijala u vremenski okvir

Na samom početku radnje, javljanje voditelja se ne događa u isto vrijeme, već postoji mali vremenski razmak, što je realni prikaz kako se voditelji ne javljaju u isto vrijeme u eter, već to ovisi o početku emitiranja programa radija. Doduše, kraj prvog emitiranja, odnosno početak ponavljanja radnje se događa isto vrijeme.

Kod spajanja uživo na press konferenciju najčešće se događa kako jedan od radija prijenos započne otprilike sekundu ranije od drugog. Razlog iza toga jest da u realnosti svaki radio ima svoj radni dan i nije realistično da se oba prebacuju na teren u identično vrijeme, to jest „iste sekunde“. Isto vrijedi i kod prekida konferencije, ali sam govor civilnog stožera je sinkroniziran s obje strane.

Kod protoka informacija situacija je drugačija. Naime on započinje i završava u isto vrijeme, ali sam sadržaj nije jednak pa tako ni sinkroniziran kod čitanja informacija, jer se informacije razlikuju, što utječe i na duljinu čitanja svake rečenice.

Sveobuhvatno gledajući, sinkronizacija je jedan od najbitnijih faktora kako bi rad bio zvučno efektivan te kako bi se postigao ciljani efekt i ugođaj.

8. Zaključak

U ovom modernom dobu masovnih medija i svakim danom sve većih količina informacija, koje su nam doslovno dostupne na dlanu, postaje izazov filtrirati veliku količinu informacija koja nam pristiže. To nas ostavlja otvorene riziku različitih vrsta manipulacije i dezinformacije, te smo postali podložni vanjskim utjecajima u kreiranju vlastitih stavova i mišljenja.

Smatram da smo ovim radom na umjetnički, no pomalo kritički način, uspjeli to i dokazati. Pomoću dostupnih tehnika i tehnologija manipulacije zvuka, slike, i informacija, uspjeli smo razviti projekt koji pokazuje te rizike i probleme koje oni donose, stvarajući konflikte unutar onih koji ga doživljavaju, a istovremeno predočavajući kako se ti isti unutarnji konflikti zrcale na vanjsko, šire, stanje. Svrha rada bila je natjerati osobu koja ga doživljava, da se osvijesti o tome problemu, a proživljavajući taj projekt, jedini način da osoba sagleda situaciju racionalno je da se udalji od te situacije. Što znači da jedini način da si osoba olakša konfliktnu situaciju uzrokovanu pretjeranim bombardiranjem informacijama jest taj da se udalji od informacija tj. da izađe iz sobe i prestane slušati i čitati sve informacije, kako bi si uzela vremena za razmisliti i zauzeti stajalište.

U rad je uspješno inkorporirano nekoliko tehnika manipulacije informacijama, tj. mogli bismo ih nazvati i pojavama u masovnim medijima, kako bi se u što većoj mjeri izložilo osobu tim efektima. Važno je napomenuti da takve vrste komunikacija ostavljaju trajne posljedice na formiranje mišljenja, stavova i samim time ponašanja, te tako pomažu oblikovati društvo u cjelini, bilo to poticanjem masovne histerije, konzumerizma ili pak skepticizma i konzervatizma. Na koncu, svemu tome treba pristupiti kritički i sagledati širu sliku kako bismo svi napredovali i naučili biti otporniji na krizne situacije, zajedno ih lakše prebrodili, te se nadati da će etičke norme prevladati i sveukupno umanjiti pojave takvih dezinformacija i manipulacija.

Sveučilište
SjeverSVEUČILIŠTE
SJEVERIZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, VALENTINA ŠPOLJARIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PRODUKCIJA AUDITORNOG SADRŽAJA ZA PROJEKT VAŽNO (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, VALENTINA ŠPOLJARIĆ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PRODUKCIJA AUDITORNOG SADRŽAJA ZA PROJEKT VAŽNO (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

(vlastoručni potpis)

9. Literatura

[1] Stjepan Malović, Franjo Maletić, Gordana Vilović, Najil Kurtić : Masovno komuniciranje, Golden marketing – Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever, Zagreb, 2014.

[2] Socijalna psihologija, četvrto izdanje: Elliot Aronson, Timothy D. Wilson, Robin M. Akert, Mate d.o.o., 2005. Zagreb, 214 – 249 str.

[3] Dario Čerepinko: Komunikologija kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin 2012., 99 str.

[4] Zlatko Miliša : Tamna strana ekrana, Tiva tiskara, Varaždin, 2012.

[5] Noam Chomsky i kritika suvremenih masmedija, Nenad Vertovšek, Golden marketing- Tehnička knjiga, Zagreb, 2017.

[6] <https://www.biography.com/news/gypsy-rose-blanchard-mother-dee-dee-murder>, dostupno 8.9.2020.

[7] <https://www.poslovnih.hr/lifestyle/deset-strategija-manipulacije-ljudima-323791>, dostupno 8.9.2020.

[8] <https://www.mindtools.com/pages/article/fake-news.html>, dostupno 8.9. 2020.

[9] <https://www.aljazeera.com/indepth/features/2017/04/journalism-era-clickbait-170413091027734.html>, dostupno 8.9.2020.

[10] <https://medijskapismenost.raskrinkavanje.ba/oblici-manipulacija-i-kome-se-obraatiti-ako-ih-uocite/koji-sve-oblici-medijskih-manipulacija-postoje/>, dostupno 8.9.2020

[11] https://www.krenizdravo.hr/zdravlje/mentalno_zdravlje/masovni-mediji-i-njihov-utjecaj-na-psihu-ljudi-histerija-oko-koronavirusa#comments, dostupno 8.9.2020.

[12] <https://atma.hr/konzumerizam-nova-religija-i-alat-manipulacije/> , dostupno 8.9.2020.

[13] <https://www.history.com/news/inside-the-war-of-the-worlds-broadcast>, napisao Christopher Klein, dostupno 8.9. 2020.

[14] <https://www.telegraph.co.uk/radio/what-to-listen-to/the-war-of-the-worlds-panic-was-a-myth/>, dostupno 8.9.2020.

[15] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/teorije-zavjere-osvajaju-hrvatsku-omiljena-meta-je-bill-gates-a-zbog-filmica-na-youtubeu-puno-ljudi-vjeruje-da-je-korona-stvorena-u-laboratoriju-10355425>, dostupno 8.9. 2020.

Popis slika

Slika 4.1 – Tablica mijenjanja vrijednosti	13
Slika 5.1 – Tiskovni mediji popratili radio dramu, slika preuzeta	15
Slika 6.1 – Tlocrt prostora izložbe	19
Slika 7.1 – Zoran Sedlanić	46
Slika 7.2 – Mjesto rada suradnika Zorana Sedlanića	47
Slika 7.3 – Notni zapis - početak pjesme	49
Slika 7.4 – Notni zapis – dodavanje udaraljka	50
Slika 7.5 – Notni zapis – priključivanje basa	50
Slika 7.6 – Notni zapis – vokal	51
Slika 7.7 – Notni zapis – završetak pjesme	52
Slika 7.8 – Proces snimanja glasa – Neven Špoljar	53
Slika 7.9 – Proces snimanja glasa – Patricia Puškarić i Kristijan Špoljarić	54
Slika 7.10 – Izrada reklama	57
Slika 7.11 – Prikaz snimljene snimke u programu	60
Slika 7.12 – Apliciranje efekta za jeku	61
Slika 7.13 – obrada i priprema protok informacija	61
Slika 7.14 – obrađivanje materijala i pozicioniranje za press konferenciju	62
Slika 7.15 – stavljanje efekta telefonskog govora	63
Slika 7.16 – definiranje i postavljanje materijala u vremenski okvir	64

Prilozi

- DVD