

Nenad Dimitrijević Idoli '90-ih

Welcome my son, welcome to the maschine.
What did you dream? It's allright we told you what to dream.
You dreamed of a big star, he played a mean guitar,
He always ate in the Steak Bar.
He loved to drive in his Jaguar.
So welcome to the mashine.

Welcome to the Machine
Roger Waters, *Wish you were here*, 1975.

Osnovni cilj ovoga istraživanja jeste da pokaže ko su trenutno najpopularniji Jugosloveni. Terensko istraživanje odvijalo se na prostori-ma Beograda. Kriterijumi koji su korišćeni za odabir ispitanika, bili su: nivo obrazovanja, polne razlike i mesto rođenja (odnosno mesto stanovanja). Ispitanici su prema nivou obrazovanja podeljeni u tri grupe:

1. Niže obrazovanje (do osam godina školovanja)
2. Srednje obrazovanje (između osam i dvanaest godina školovanja)
3. Više obrazovanje (preko dvanaest godina školovanja)

Ukupno je ispitano šezdeset ispitanika podeljenih u dve grupe: onih koji žive u Beogradu od rođenja i onih koji u njemu žive više od deset godina. Od šezdeset ispitanika polovina, znači trideset, rođena je u Beogradu, dok druga polovina u njemu živi više od deset godina. Naglasio bih da sam imao više ispitanika ženskog pola (35) nego muškog (25).

Do podataka za ovaj rad došao sam na osnovu upitnika koji je bio jedinstven za sve ispitanike. Ispitivanje sam vršio na populaciji rođenoj 1965. godine i kasnije. Od šezdeset ispitanika, pedeset petoro izjasnilo se da su srpske nacionalnosti (97%), dvoje jugoslovenske (1%), a troje se nije izjasnilo (2%). Što se tiče veroispovesti, dvadeset pet ispitanika se izjasnilo da je pravoslavne veroispovesti (42%), petoro rimokatoličke (8%) a trideset (50%) sebe smatra ateistima. Porodični status ispitanika u deset slučajeva su samci (17%), u pet, dva člana (8%), u sedam, tri člana (12%), u trideset, četiri člana (50%), u pet, pet članova (8%) i u tri, šest članova (5%). Mesečna primanja ispitanika kreću se u rasponu od 150 do 1500 DEM.

Tabela 1
Nivo obrazovanja ispitanika

Pol	Obrazovanje		
	Niže	Srednje	Više
Muški	5	10	10
Ženski	2	13	20
Ukupno	7	23	30

Od ukupnog broja ispitanika (šezdeset), pet muškaraca ima niže obrazovanje (8%), a samo dve žene (3%). Sa srednjim obrazovanjem je deset muškaraca (17%) i trinaest žena (22%), dok visoko obrazovanje ima deset muškaraca (17%) i dvadeset žena (33%). Procentualno, žene su obrazovanije od muškaraca.

Prema sprovedenoj anketi, napravljena je skala medijskih zvezda u Srbiji, s tim da bi ona mogla da važi i za devedesete godine XX veka, ali bi možda njen raspored bio malo drugačiji:

1. Vojislav Koštunica
2. Svetlana Ceca Ražnatović
3. Slobodan Milošević
4. Savo Milošević
5. Džej Ramadanovski
6. Milovan Ilić Minimaks
7. Vlade Divac
8. Zoran Đinđić
9. Kleo Patra
10. Aca Lukas

Vidimo da se među deset najpopularnijih ljudi u Srbiji nalaze tri političara, tri estradna umetnika, dvojica sportista, jedan voditelj i jedna proročica.

Mediji su najčešće kod ispitanika određeni kao prenosioci poruka ili kao sredstvo da se dođe do informacija. Mediji koje ispitanici koriste jesu: televizija, radio, novine, Internet. Od TV stanica najčešće su navedeni STB, a od radija, B92. Ispitanici su najčešće definisali medijsku zvezdu kao opštepoznatu ličnost koja se generalno prepoznaje kao pojedinac u okviru šire društvene zajednice. Onu osobu koju većina ljudi prepoznaje na ulici, osobu kojoj se divimo ili s kojom težimo da se identifikujemo. Znači, medijske zvezde su "nosioci određenog identiteta koji je tako napravljen da se brzo, lako prihvata i pamti". Odluke medijskih zvezda su, prema ispitanicima: jednoznačan, jasan, prepoznatljiv identitet, komunikativnost u najširem značenju, najčešće izražen talenat (ali nije obavezno), harizma, prodornost, stav. Svi ispitanici se slažu u jednom da su medijske zvezde u Srbiji to postale zahvaljujući vlastima, ali i narodu kome je nekako bilo milo da se s njima identifikuje, "da ih u mislima usini, pobratimi, oženi, ili šta god...". Čini mi se da bi sledeći citat, preuzet od jednog ispitanika, najbolje okarakterisao na koji način neko može da postane medijska zvezda u Srbiji. "Snimi ploču za ZAM ili Grand produkciju, potpiše Kumanovski sporazum, dâ 'Zvezdi' tri gola u derbiju i potpiše ugovor s Mančesterom...". Pojava tih medijskih zvezda deluje dvojako na ispitanike. S jedne strane, prisutni su oni koji na pojavu njihove omiljene zvezde reaguju na sledeći način: "Uzbudim se, tresu mi se noge, srce ubrzano kuca, znoje mi se dlanovi." Druga grupa ispitanika je ili sasvim ravnodušna i trudi se da ih ne primeti, ili, "pojave zvezda izazivaju alergijske reakcije i proliv, dok pojava nekih drugih ljudi budi u meni apsolutnu želju za povraćanjem, mali broj medijskih zvezda na mene utiče pozitivno". Neki ispitanici izrazili su lično mišljenje o pojedinim zvezdama: "kada vidim Kleo Patru imam fiziološku potrebu, Sloba me rastuži, Džeja se stidim umesto njega, patrijarha Pavla i Arkana se bojim, a od Cece postajem agresivna i prosta (psujem ko...)".

Tabela 2*

Pol	Da li želite da budete medijska zvezda	Obrazovanje		
		Niže	Srednje	Više
Muški	Da	1	2	1
	Ne	1	5	5
Ženski	Da	2	2	2
	Ne	-	3	6

*Rezultati ispitanika rođenih u Beogradu

Primećuje se da ispitanici, rođeni u Beogradu, ne mare mnogo o tome da postanu zvezde ili ne. Među muškim ispitanicima, od njih petnaestorice, četvorica želi da postane zvezda (27%). Najviše je onih sa srednjim obrazovanjem koji bi da budu zvezde (13%). Onih koji ne žele da budu zvezde ima jedanestoro (73%). Među ženama, takođe, prevlađuje broj onih koje ne žele da budu zvezde. Od ukupno petnaest, šest bi da to po postanu (40%), a devet ne (60%). Među sva tri nivoa obrazovanja, podjednak je broj onih koji žele da postanu zvezde.

Tabela 3

Pol	Da li želite da budete medijska zvezda	Obrazovanje		
		Niže	Srednje	Više
Muški	Da	2	2	1
	Ne	1	1	3
Ženski	Da	-	5	3
	Ne	-	3	9

Ovo su rezultati ispitanika koji nisu rođeni u Beogradu, ali u njemu žive u poslednjih deset godina. Od ukupno trideset ispitanika, deset je muškog (33%), a dvadeset ženskog pola (67%). Vidi se da je kod muških ispitanika jednak broj onih koji žele da postanu zvezde i onih koji to ne bi. Najviše onih koji bi da postanu zvezde jeste među ispitanicima s nižim i srednjim obrazovanjem – četvorica (40%). Najviše onih koji to ne bi, jeste među onima sa visokim obrazovanjem trojica (30%). Kod ispitanika ženskog pola, više je onih koje ne žele da postanu zvezde njih dvanaest (60%), a onih koje bi da postanu osam (40%). Među osobama sa srednjim obrazovanjem najviše je onih koji bi da postanu njih pet (25%), a onih koji ne žele, najviše je među visokoobrazovanim – devet (45%).

Tabela 4

Pol	Da li želite da budete medijska zvezda	Rođeni u Beogradu	Došli u Beograd	Ukupno
Muški	Da	4	5	9
	Ne	11	5	16
Ženski	Da	6	8	14
	Ne	9	12	21

Tabela 4. pokazuje odnos među polovima i njihovu želju da postanu zvezda. Od dvadeset pet ispitanika muškog pola, devet (36%) želi da postane zvezda, a šesnaest ne želi (64%). Oni koji žele da postanu zvezda nisu rođeni u Beogradu, već su se u njega doselili. Među ženama, od ukupno trideset pet ispitanika, četrnaest želi da postane zvezda (40%), pre svega one koje su se doselile u Beograd (23%). Dvadeset jedan ispitanik ne želi da postane zvezda (60%), ali tu takođe dominiraju oni koji su došli u Beograd (34%). Oni koji žele da postanu zvezda to najčešće objašnjavaju time da bi im to rešilo problem egzistencije. Oni koji se protive tome, objašnjavaju da bi im to oduzelo mnogo vremena i da je u Srbiji trenutno sramota biti zvezda.