

razvoj sela i komunikacijski tokovi

henry r. cassirer

unesco,
pariz, francuska

Autor utvrđuje slijedeće komunikacijske potrebe u razvitku sela: potrebu otvorenog dijaloga i međusobnog povjerenja između seljaka i nosilaca informacija, potrebu prenošenja novih znanja i vještina poljoprivrednicima, potrebu suradnje šire društvene zajednice s lokalnom, seoskom zajednicom i njezinim dijelovima, te potrebu prevladavanja tzv. komunikacijskih praznina, tj. potrebu da se čuje i glas seljaka.

U nastavku, autor analizira društvene dimenzije ruralnog razvoja s pomoću novih komunikacijskih tokova, ukazujući prije svega na značaj kulturne dimenzije. Promjene se ne mogu nametnuti ni jednoj sredini, posebice ne zatvorenoj seoskoj sredini. One mogu proisteći jedino iz dijaloga u kojemu će se poštivati jezik, kultura, običaji, tradicija i lokalno kulturno izražavanje svake sredine. Neovisno o tome je li komuniciranje vertikalno, horizontalno ili simultano u sva tri smjera (odozgo gore, odozgo dolje, horizontalno), komunikacijski tokovi mogu biti od utjecaja na razvitak sela jedino ako su mediji dostupni seoskim stanovnicima, ako su primjenjivi na lokalne prilike, ako su poruke što ih mediji nose ostvarljive s obzirom na lokalne potrebe i organizacijsku osposobljenost svake seoske sredine.

primljeno 11stopada 1981.

55 naš prijevod

→ Razvitak sela s posebnim naglaskom ističe nužnost bliske međupovezanosti komuniciranja na lokalnoj, nacionalnoj i internacionalnoj razini, te i međuovisnost mnogih međuljudskih i posrednih puteva komuniciranja. Ne uzeti u obzir te međuovisnosti na bilo kojoj točki, znači dovesti u opasnost proces komuniciranja u cjelini i ozbiljno umanjiti konstruktivni doprinos medija u razvoju sela.

komunikacijske potrebe u razvoju sela

otvoreni dijalog, raznolikost izražavanja

Približiti se ljudima iz seoskih sredina traži međusobno povjerenje, razumijevanje i poštovanje. Pravo komuniciranje poremećeno je tamo gdje povjerenja nema. Seljaci koji dugo pamte neimaštine i obmane izazvane prirodom i ljudima nepovjerljivi su i rezervirani. Ukoliko ih se ne uvjeri da promjene donose veću sigurnost i blagostanje, oni se radije drže onoga što se kroz godine pokazalo do-

brim, a prihvaćaju savjete samo onda kad su sigurni da se to slaže s njihovim interesima i da rješava njihove sumnje i probleme. Ljudima koji žive na selu, raštrkani na velikim prostorima, teško je prići psihološki i fizički.

Komuniciranje u seoskim sredinama mora naći odaziva u samoj bazi, mora potvrditi ili izraziti raznolikost umjesto jednakog mišljenja pod jednoličnim plaštem informacija koje dolaze odozgo. »Sloboda izražavanja«, »pristup i sudjelovanje«, »pravo na komuniciranje« pojmovi su često povezani sa zahtjevima obrazovanih i privilegiranih, a zapravo su od bitne važnosti za ljude iz najnižih socijalnih i političkih sredina. Bez raznovrsnog i slobodnog izražavanja nema mogućnosti da ljudi uče jedni od drugih, nema međusobnog povjerenja, nema prilagođavanja komuniciranja na promjene uvjeta. U ruralnom komuniciranju osnovna je potreba otvoreni dijalog koji odražava raznovrsnost stavova i iskustava.

znanje, vještina i praksa

Druga po redu osnovna nužnost u razvoju sela jest prenošenje znanja i vještina poljoprivrednoj populaciji, transfer koji traži ne samo komunikaciju odozgo dolje nego i horizontalno, tako da seljaci mogu prenositi iskustva jedni drugima. To također uključuje i transfer pozitivnih, vrijednih iskustava seljaka (tradicionalnih ili modernih) udruženjima ili drugim zajednicama.

Uvođenje inovacija i prenošenje znanja i vještina privilegirano je područje raznih terenskih službi (zdravstvenih, veterinarskih, poljoprivrednih itd.). One se, na žalost, suočavaju s nekim krupnijim komunikacijskim problemima:

- kako doprijeti do siromašnijih seljačkih domaćinstava, a ne samo do onih koji su »progresivniji«, obrazovaniji i općenito aktivniji;
- kako održati stalan a ne samo povremen kontakt sa svim zajednicama, tako da mogu primiti savjet onda kad im je najpotrebniji;
- kako poticati međusobnu »samopomoć« i učenje, koje se često pokazalo efikasnijim od vanjskog savjeta;
- kako omogućiti da se usmjeravanje prilagodi lokalnim uvjetima i da se nove metode neprestano provjeravaju i modificiraju u skladu s praktičnim iskustvima i stavovima poljoprivrednika.

Da bi prevladale ove i druge teškoće terenske službe mogu računati sa suvremenim i tradicionalnim sredstvima informiranja kao dopunom vlastitim naporima. Radio može doprijeti do sela svaki

■
* Ovo je skraćeni rad Henryja R. Cassirera, direktora UNESCO-va Odjela za obrazovanje putem sredstava informiranja, a izradio ga je za Kongres UNESCO-a. («Rural Development and the Flow of Communication», Paris, International Commission for the Study of Communication Problem, Bulletin No. 49, pp. 1—11).

dan, kazališne grupe i lutkarska kazališta mogu se dopasti jednostavnim i poznatim stilom koji ulijeva povjerenje, televizija i film mogu vizualno davati stručne upute, tiskane publikacije imaju svoju karakterističnu dugovječnost, slajdovi se mogu pokazati korisnima kao obrazovno sredstvo.

Međutim, korištenje medija u obrazovne svrhe često nailazi na veće prepreke u komunikacijskoj politici i praksi:

— seoska područja nemaju potrebnu infrastrukturu da bi sredstva informiranja bila pristupačna (tiskare, distribucijsku mrežu, radio i TV odašiljače, prijevozna sredstva za tradicionalne i audio-vizualne ekipe, električnu energiju za prijem TV emisija);

— nedostatak mogućnosti za proširenje programa (koje znači i raznolikost), za povećanje emisijskih kanala, za medijske ponude, te je zbog toga smanjena sposobnost prilagođavanja specifičnim uvjetima;

— politika medija koja daje prednost »bježanju od stvarnosti«, zabavi i političkoj indoktrinaciji nad potrebama razvoja, obrazovanja i slobode izražavanja;

— duboki pojmovni, profesionalni i administrativni jaz koji općenito postoji između terenskih službi i raznih organizacija sredstava informiranja ili njihovih službenika.

napori zajednice, kooperacija i udruživanja

Karakteristika je seoskog života česti niz proturječnosti u životu seoske zajednice. Napredak se ne odnosi samo na pojedinca nego i na zajedničke projekte (kao što su: vodovod, zdravstvo, šumarstvo, agrarna reforma, itd.). Suradnja je nužna radi nabave namirnica, obrade zemlje i prodaje poljoprivrednih proizvoda i rukotvorina. Seljaci i najamni poljoprivrednici udružuju se da bi zaštitili svoje interese u odnosu na zemljoposjednike, lihvare i nadmoćne vlasti. Bez komuniciranja njihovi bi napori ostali uzaludni. Otuda se i postavlja pitanje tko posjeduje kanale komuniciranja i ima pristup do njih, kojoj svrsi oni služe i kakve mogućnosti pružaju u unapređenju društvene suradnje?

Uobičajeno je da se sredstva informiranja obraćaju pojedincu. Ali kako mogu biti uspješna u unapređenju društvenih težnja, u kooperaciji i udruživanju? Kakva je njihova uloga u međuljudskim odnosima u bazi?

prevladavanje komunikacijskih praznina u seoskim zajednicama

Horizontalno komuniciranje unutar seoskih područja i između seoske i urbane populacije od presudne je važnosti za razvitak sela. Ali prevladava tendencija da komuniciranje teče samo od centra. Mišljenje seljaka ne čuje se u gradovima i sjedištu vlada, a stanovništvo koje potječe iz istih sredina i ima slične interese međusobno

je razdvojeno. Čak i tok komuniciranja iz centra nije prikladan da udovolji potrebama i interesima ljudi sa sela koji su nedovoljno obaviješteni o svjetskim zbivanjima (ekonomskim, političkim, vojnim), a koji direktno utječu na njihovu budućnost i interese. Lišeni su mogućnosti ne samo da se upoznaju sa svojim dužnostima prema vlasti, nego i svojim građanskim pravima, te im je potrebno tumačiti vladine mjere u pogledu praktičnog znanja (prilagođenog lokalnim uvjetima) koje im pomaže da se suoče s ekonomskim i socijalnim problemima što im se nameću kao pitanja i preokupacije.

društvena i kulturna dimenzija

Razvoj znači mijenjanje ne samo prakse nego i vrijednosnih stavova. Takve se promjene ne mogu nametnuti — one jedino mogu proizići iz procesa dijaloga i samosvijesti te iz komuniciranja. Poštuje li takvo komuniciranje jezik, kulturu, dostojanstvo ljudi na selu, ili ih udaljava, razarajući im korijenje sve dotle dok oni ne počnu bježati od seoskog života u gradove, i to ne samo u potrazi za ugodnijim životom nego i modernom zabavom?

Sredstva informiranja utemeljena u gradovima upućena gradskoj publici, sastavljena po uzoru uspješnog stila visokoindustrijaliziranih društava, i pod snažnim utjecajem ekonomskih interesa (nacionalnih i transnacionalnih), neminovno se sukobljavaju sa vrijednostima i uvjetima života seoskih zajednica. Oni propagiraju takvu vrstu promjena koje su u skladu sa **vanjskim interesima** i potiču prilagođavanje gradskim vrijednostima, ali su loše prilagođena za osnovne potrebe seoskog društva. U zemljama Trećeg svijeta svjesno ili nesvjesno seoska zajednica ostaje jezgrom nacionalnog bića. Stoga obrani od dominacije stranih sredstava komuniciranja mora u podjednakoj mjeri odgovarati i borba protiv dominacije urbanih sredstava komuniciranja nad seoskim društvima u zemlji.

Za razvitak sela nisu bitna samo materijalna i praktična dostignuća. Bilo bi nerazborito govoriti o razvitku u društvu u kojemu nema mogućnosti obrazovanja i osobnog kulturnog izražavanja. Sudjelovanje seoskih stanovnika u javnoj politici i njihovi naponi za poboljšanje uvjeta života pojačavaju se elanom umjetničkog stvaranja i raznim oblicima popularne zabave. U takvim slučajevima komuniciranje može biti od najveće važnosti, baš kao što neograničen jednosmjernan priliv stranih vrijednosti i načina zabave u seoska područja može nagristi njihovu kulturu i tradiciju.

oblici i tokovi komuniciranja u seoskim sredinama

Komuniciranje u selima pretežno je direktno; u tradicionalnim okvirima odigrava se unutar obitelji, pokraj bunara, na tržnici ili pod krošnjama stabala. I utjecaji sa strane doneseni su također osobno: prijenos je glavni faktor u komuniciranju informacija i ideja. U tim uvjetima uspješno društveno komuniciranje u seoskim sredinama mora teći simultano u tri smjera:

— komuniciranje **odozgo dolje**, od vlasti narodu, od stručnjaka seliaku, od urednika slušaocu, od glavnog grada unutrašnjosti;

— komuniciranje **odozdo gore**, od seljaka vladi, od građana rukovodećim političarima;

— **horizontalno komuniciranje** unutar društva: čovjek-čovjeku, selo-selu, član neke profesionalne skupine, religijske zajednice ili kulturne (ustanove) — drugome članu; poljoprivrednici-građanima;

Ovi višesmjerni tokovi nameću slijedeće zahtjeve:

Dostupnost. Iluzorno je zagovarati upotrebu tradicionalnih ili suvremenih medija ako nisu osigurani uvjeti da bi bili dostupni seoskom stanovništvu. Kazališne grupe ili lutkarska kazališta, pripovjedači priča ili pjevači, sigurno su djelotvoran način da se nove ideje infiltriraju u seoske zajednice preko poznatih oblika kojima publika vjeruje i koji su prilagođeni lokalnom jeziku i kulturi. Takve fuzije tradicionalne forme i suvremenog sadržaja i njihovo rasprostiranje na relativno širokim područjima i u brojnim općinama mogu biti ostvareni samo ako postoji podrška sa strane u pogledu obučenosti kadra, financijske pomoći i mogućnosti prijevoza.

Tamo gdje to manjka, folklorna sredstva imaju tendenciju da ostanu posve tradicionalna po sadržaju (ili da budu ograničena na mala područja) i tako nepristupačna većini stanovništva. Dostupnost je važnija kad su u pitanju suvremeni mediji. Radio je sigurno najprilkladnije sredstvo u komuniciranju sa selima zbog relativno niske cijene emitiranja, prijema i proizvodnje, a i neovisnosti tranzistora od električne mreže. Ipak, mnoga seoska područja nisu dobro pokrivena zbog slabe ili nečiste čujnosti. Čak i tamo gdje postoji dobra čujnost tendencija je da se emisije emitiraju iz glavnih gradova. Razvoj područnih ili lokalnih radio-stanica koje su bliske auditoriju i mogu emitirati na drugim jezicima i u narječjima a ne samo na tradicionalnom jeziku nedovoljno su razvijene, a vlade ih, obično sklone centralizmu, ne odobravaju.

Televizija i tisak prvenstveno su urbani fenomeni. Bez televizijske mreže koja obuhvaća cijeli teritorij jedne zemlje ili bez odgovarajućeg satelitskog odašiljača, seoskim je sredinama i televizijski program uskraćen. Pa ipak, samo je poneka zemlja Trećega svijeta osigurala takvu nacionalnu rasprostranjenost televizijske mreže. Štampa, pogotovu kada je njezino financiranje na komercijalnoj bazi, obično je dostupna tamo gdje je stanovništvo relativno brojno, a čitalačka publika obrazovana i ekonomski interesantna. Štampa i ostale publikacije ne mogu preuzeti važnu ulogu u borbi protiv nepismenosti u seoskim područjima ukoliko se ne potpomogne štampanje na pojedinim dijalektima, pogotovu izvan glavnih gradova.

Kina su vrlo privlačna za publiku iz svih društvenih slojeva. Pokretni kamioni s projektorima od 16 mm gotovo uvijek privlače publiku. Njihova je cijena međutim visoka, a i zapreke prilikom putovanja po selima često su takve da im jedva polazi za rukom da jedno te isto selo posjete jednom do dva puta na godinu, i to sa zabavnim i informativnim filmovima koji su slabo prilagođeni jezičkim uvjetima i potrebama lokalnog razvoja. Slajdovi, flanelgrami i ostala jeftinija pomagala pružaju, s druge strane, mnogo ekonomičnije i fleksibilnije načine, da se dopre do seoske publike i popraćeni su prilagođenim objašnjenjima na određenom dijalektu ili jeziku.

Radio-telefon jedno je od sredstava koja se rijetko ubraja u suvremene masovne medije. Pri uspostavljanju komunikacija sa seoskim sredinama to je sredstvo, međutim, od velike važnosti. Telefonske veze važnije su od individualnih mogućnosti za komunikaciju između uprave i terenskih službi i nezamjenjive prilikom lokalnih opasnosti (koje prijete zajednici ili pojedincu) prouzrokovanih prirodnim nesrećama, zdravstvenim problemima i drugim neprilikama.

Primjena predstavlja slijedeći korak. To je prekretnica gdje razni kanali komunikacije u selima prekrivaju i pojačavaju jedan drugoga, ili baš naprotiv idu svaki svojim putem koji dovodi do destruktivnog utjecaja. Grupna informiranost i diskusija koja vodi do zajedničke akcije i reakcije važan je način da se olakša prijelaz medijskih poruka (suvremenih ili tradicionalnih) u međuljudske sfere komuniciranja. Da bi se to postiglo potrebno je obučiti ili voditi vođe grupa, razviti metode potrebne za diskusiju i »feedback«, te iskoristiti vezu koja postoji između radija i drugih oblika udruživanja (seoskih klubova, raznih zajednica, seoskih vijeća, religijskih udruženja). Upotreba također znači i koordinaciju različitih posredničkih puteva komuniciranja kao što su radio i TV i štampani materijali ili **folklorno izražavanje audio-vizualne prezentacije**. Komuniciranje u službi razvoja ima niz ciljeva: od želje da se upoznaju točni podaci i metode, do jačanja samosvjesti i izražavanja težnji i stavova. Za neke od tih ciljeva pogodnija su određena sredstva komuniciranja, dok drugima odgovaraju drukčiji oblici izražavanja. Kako ujediniti i koordinirati ta raznovrsna sredstva nije samo stvar vještine nego profesionalne i institucionalne suradnje, uključujući odgovarajuću dodjelu sredstava koja najčešće manjkaju u seoskim zajednicama.

Konačno, uspješan razvoj komunikacije ne bi smio samo da »probudi duhove« nego i da povede u **akciju i materijalne promjene**. To zahtijeva blisku povezanost poruka što ih mediji prenose, i usluga što ih pružaju terenske službe. Ako mediji propagiraju korištenje gnojiva kojih na tržištu nema, ako se ljudima koji ne mogu doći do sredstava za sprečavanje začeca savjetuje planiranje obitelji, ako se pismenost očekuje od nepismenih kojima nije omogućeno da se školuju u blizini doma ili radnog mjesta — komuniciranje se pretvara u svoju suprotnost.

Za tok razvojne komunikacije odozgo dolje od značaja su ove komponente: dostupnost i mogućnost korištenja medija, odgovarajuća veza između razvojnih napora i komunikacijskih sredstava te adekvatna iskorištenost. S obzirom da **seosko društvo ne može ostati samo pasivni primalac u svim stvaralačkim demokratskim razvojnim naporima**, nego mora postati aktivnim sudionikom, i ostale karakteristike tokova komuniciranja podjednako su značajne:

— povratna sprega od seoskog stanovništva višim forumima i sredstvima informiranja;

— ispitivanje auditorija putem socioloških procjena koje se direktno uspostavljaju u procesu programske proizvodnje (umjesto da budu skrivene od publike i zakopane u znanstvenim izvještajima). »Feedback«, dakako, nije samo odgovor auditorija na poruke poslane odozgo. I sami seljaci mogu predložiti program rada i u tom slučaju »feedback« bi se očitovao kao reakcija mjerodavnih vlasti

na tome i zamjerke ponikle iz baze. (Međutim, još uvijek je često uvriježeno mišljenje kod medijskih stručnjaka da su upravo oni ti koji treba da odrede sadržaje seoskog komuniciranja.) Snimanje na terenu za sredstva informiranja i pristup javnom izražavanju (pojedinačnom ili grupnom) putem medija logična je posljedica recipročnog »feedbacka«. Ako komuniciranje treba da odražava seosku sredinu, njezinu kulturu i jezik, njezine društvene uvjete i praktične probleme, tada stvaranje programa ne može biti ograničeno na studije radija i televizije i na redakcije u glavnim gradovima ili na centre filmske proizvodnje.

Na terenu se ne sakuplja samo informativni materijal nego sve forme zabave — od drame do plesa, od pjesme do pričanja priča. Jer nitko ne može sa toliko autoriteta i uvjerljivosti, govoriti o životu i problemima sela kao što mogu sami seljaci.

S engleskoga prevela Smilja Bereković.

Henry R. Cassirer:

Rural Development and the Flow of Communication

Summary

The author establishes the following communicational needs in the development of the village: the need for open dialogue and mutual trust between the peasant and the bearer of information, the need for transmitting new knowledge and skills to farmers, the need for cooperation between society in general and the local, village community and parts of it, and the need for overcoming so-called communicational voids, i.e. the need for the voice of peasants also to be heard.

The author also analyses the social dimensions of development using new currents of communication, and indicates primarily the importance of the cultural dimension. Change cannot be imposed upon any environment, especially not on the closed rural environment; on the contrary, it can stem only from a process of dialogue which respects the language, culture, customs, tradition and local cultural expression of every environment. Regardless of whether communication takes place vertically and/or horizontally, or simultaneously in all three directions (upwards, downwards, horizontally), currents of communication can influence the development of the village only if the media are within reach of rural inhabitants, if they can be applied to local conditions, and if the messages the media bear can be realized with regard to the local needs and organizational capabilities of every rural environment.

Развитие сельской местности и взаимоотношений крестьян

Резюме

Автором утверждаются потребности в формах общения связанных с развитием сельской местности в том числе: надобность открытого диалога, обмена мнениями и взаимного доверия между крестьянами и носителями информации, потребность передачи новых знаний и умений сельскохозяйственному населению, потребность более широкого сотрудничества обществу и местной общности, сельской общности и ее составных частей, надобность преодоления т. наз. пробелов в взаимоотношениях, надобность услышать голос и мнение крестьян.

Автором в продолжении обследованы размеры развития с помощью новых форм коммуникаций выдвигая на первый план большое значение культурного компонента. Ни одной среде нельзя навязывать перемены, в особенности замкнутой сельской среде; наоборот, эти перемены возможны только в результате процесса диалога в котором уважается язык, культура, обычаи, традиция и местные культурные проявления каждой среды. Независимо от формы и хода коммуникации и от того каким образом проводятся эти коммуникации горизонтально и/или одновременно во всех трех направлениях (сверху вниз, снизу вверх, горизонтально), средства коммуникации могут оказать свое воздействие на развитие сельской местности только в случае их доступности крестьянам, поскольку они применимы в местным обстоятельствам, поскольку поручения передаваемые средствами информации осуществимы в отношении местных надобностей и организационной способности каждой сельской среды.