

# Stupanj zadovoljenja potreba i izloženosti sredstvima javnog komuniciranja zaposlenih u šumarstvu Hrvatske

JOSIP BIŠKUP  
Šumarski fakultet, Zagreb

UDK: 659.3:630(497.13)  
Izvorni znanstveni rad  
Primljeno 9. 03.1990.

*Nastavnici društvenih nauka Šumarskog fakulteta sveučilišta u Zagrebu, u suradnji s brojnim vanjskim suradnicima, provode longitudinalna sociološka istraživanja u šumarstvu Hrvatske. S tim istraživanjima otpočelo se 1980. godine u okviru projekta "Istraživanje organizacijskih, ekonomskih i socioloških činitelja proizvodnje u šumarstvu" Zavoda za istraživanja u šumarstvu, a zadatak koji obuhvaća sociološka istraživanja nosi naziv "Istraživanje ljudskog faktora u djelatnostima šumarstva".*

*U proteklih deset godina provedena su brojna istraživanja i objavljeno tridesetak recenziranih znanstvenih radova koji interpretiraju rezultate socioloških istraživanja.*

*U ovom članku analizirani su rezultati koje smo dobili na osnovi ankete provedene na 87 lokaliteta u SR Hrvatskoj. Da bismo istražili stupanj zadovoljenja potreba za korištenjem sredstava javnog komuniciranja zaposlenih u šumarstvu Hrvatske, koristili smo se reprezentativnim stratificiranim uzorkom, koji je obuhvatio 864 ispitanika.*

*Pošli smo od hipoteze da ne postoji statistički značajna razlika s rangom zadovoljenja potreba za korištenjem sredstava javnog komuniciranja u odnosu na stupanj obrazovanja anketiranih. Na osnovi subjektivne procjene ispitanika i rangiranja stupnja zadovoljenja od 1 do 5, nakon što smo ukrstili varijable stupnja obrazovanja i varijable odgovora, utvrdili smo da naša nul-hipoteza nije potvrđena, tj. da postoje razlike u stupnju zadovoljenja potreba za izloženošću sredstvima javnog komuniciranja.*

*Iako ispitanici s višim obrazovanjem imaju više aspiracije, oni te aspiracije u većem stupnju i zadovoljavaju i najčešće se opredjeljuju za rang 4 i 5.*

*Pojavile su se znatne razlike u zadovoljenju spomenutih potreba na relaciji novine - televizija. Ispitanici s nižom školskom spremom najmanje su zadovoljni zadovoljenjem svoje potrebe da čitaju novine. Naime, oni su se u velikom postotku opredijeli za ocjenu 1 i 2. To tumačimo činjenicom da šumski radnici u Jugoslaviji u vrijeme sječe rade od jutra do mraka pa nemaju vremena za čitanje, a i teško dolaze do novina. Znatan broj radnika stanuje u radničkim nastambama i kući odlazi najviše jedanput tjedno pa nema dovoljno mogućnosti da čita novine.*

*Zatim, prema rezultatima ranijih istraživanja, većina šumskih radnika (60%) su radnici seljaci, pa i kod kuće obavljaju u slobodno vrijeme poljoprivredne radove i radove oko kuće.*

*Radio se sluša podjednako, tj. manja je razlika između izloženosti ispitanika s nižom i onih s višom spremom. To tumačimo time što je radio posvudašnji i moguće ga je slušati na svakom mjestu.*

*Televiziju gledaju znatno više i radnici, jer im je taj medij privlačniji, a imaju ga i kod kuće i u radničkim nastambama. Jedino im nedostaje više slobodnog vremena i manje umora kako bi se poravnali u rangu zadovoljenja ove potrebe s ispitanicima s višom školskom spremom. Središnja vrijednost zadovoljenja ovih potreba kod šumskih radnika nešto je ipak viša nego kod poljoprivrednika.*

*Ovaj članak nastao je na temelju analize rezultata istraživanja koje se longitudinalno provodi u šumarstvu Hrvatske u okviru Zavoda za istraživanja u šumarstvu Šumarskog fakulteta u Zagrebu.*

*Istraživan je stupanj zadovoljenja potreba za štampom, slušanjem radija i gledanjem televizije.*

*Budući da šumski radnici žive i rade u specifičnim uvjetima, željelo se utvrditi kako sami radnici percipiraju svoju poziciju u odnosu na izloženost sredstvima javnog komuniciranja i na stupanj zadovoljenja svojih potreba u odnosu prema masovnim medijima.*

Sredstva javnog komuniciranja "produžeci" su naših receptora (Mekluan, 1970). Ona su postala nerazdvojni pratilac našeg života, omogućavaju neslučajne i donedavno neshvatljive kontakte među ljudima. Zahvaljujući masovnim medijima udaljeno postaje blisko, a prošlost se pojavljuje kao sadašnjost i tako nestaju relacije vremena i prostora.

"Javna glasila povezuju i zbližavaju ljude raznih nacija, klasa, intelektualnih i psihofizičkih sposobnosti; stvaraju ih učesnicima svjetskih drama i svjetskih zbivanja. Iako ne uklanjaju klasne razlike, ipak utječu da se ljudi upoznaju, zbliže i shvate da su pripadnici jedne velike porodice" (Biškup, 1981, str. 5).

Sredstva javnog komuniciranja utječu na stvaranje i preoblikovanje javnog mnijenja. Iako taj utjecaj nije neograničen, on je ipak prezentan.

U vrijeme prosvjetiteljstva izrečeno je geslo: znanje je moć. Danas prethodnom geslu moramo dodati novo: informiranje je moć. Naime, nije nam dovoljan stari kvantum znanja ako nismo informirani o novim dostignućima. Iz toga proizlazi da izvori informacija mogu zadržati informaciju za sebe i time povećati svoju moć.

"Da bi čitalac, gledalac i slušalac mogao iz obilja ponuđenih sadržaja izabrati ono što je vrijedno, on ih mora poznavati. Sredstva javnog komuniciranja utječu na politizaciju društva. Osim političkih sadržaja, ona omogućuju primanje sadržaja iz kulture, umjetnosti, znanosti, obrazovnih, muzičkih i drugih zabavnih sadržaja i tako utječu na povećanje **stupnja kulture i obrazovanja stanovništva**" (Biškup, 1981, str.5).

Sredstva javnog komuniciranja imaju, dakle, nekoliko osnovnih funkcija: informativnu, kulturnu, zabavnu i edukativnu, a mas-mediji se dijele po tome koju tehnologiju koriste (novine, radio, televizija).

"U današnje vrijeme visoko razvijene ljudske proizvodne moći i tehnike i u doba razmrvljenosti ljudskog rada na obilje uskih specijalnosti, informiranost je temeljni modus čovjekove egzistencije. Stoga nije čudo što informacije sa svih strana zapljuskuju čovjeka današnjice" (Bičanić, 1984, str. 311).

Iako se čini da danas više nije uputno citirati Marxa, ipak evo jedne njegove misli koja se odnosi na dinamiku promjena sredstava javnog komuniciranja: "Štampa je kao život, uvijek u nastajanju, nikad završena" (Prema: Biškup, 1983, str. 1).

Poznata je i ona Marxova misao da svaka država ima onakvu štampu kakvu zaslužuje, a kao dokaz Engelsovog stava o slobodi štampe navodim slijedeći citat: "Tražimo li mi od drugih slobodu govora za nas samo zato da bismo je opet ukinuli u našim vlastitim redovima?" (Engels, 1889).

Dosad smo govorili da u svijetu postoje tri modela javnog komuniciranja: centralistički, komercijalni i samoupravni. Očito da se centralistički raspao, samoupravni nije zadovoljio i da se pretvara u stranački, a komercijalni je u svojoj suštini - stranački.

Očito je da u naglim društvenim promjenama sredstva javnog komuniciranja poprimaju na značenju, pa bismo se mogli prisjetiti Karla Büchera, jednog od prvih teoretičara novinarske "nauke", koji je rekao: Od ustanova za objavljivanje vijesti novine su se pretvorile u nosioce i voditelje javnog mnijenja, u borbena sredstva stranačke politike. U unutrašnjoj organizaciji novinskog poduzeća, u prikupljanje vijesti i njihovo objavljivanje uključila se nova karika: redakcija. To je za izdavača novina značilo da se od prodavača novosti pretvorio u trgovca javnim mnijenjem" (Bücher, 1971, str. 257).

Dakle, **stvorene su potrebe** za korištenjem sredstava javnog komuniciranja. Izloženost recipijenata sredstvima javnog komuniciranja određena je stilom života tih recipijenata. Stupanj izloženosti i stupanj zadovoljenja tih potreba ovisi ne samo o stupnju obrazovanja i stupnju stečenih potreba recipijenata, nego primarno o slobodnom vremenu kojim raspolaže. Naime, sredstva javnog komuniciranja (posebno novine i televizija) trebaju slobodnog čovjeka koji ima vremena da se preda dokolici i uživanju. Radi se, dakle, o kvaliteti života, ali "kvaliteta života nije samo objektivna kategorija koja se može mjeriti preko materijaliziranih uvjeta za zadovoljavanje apstraktno određenih ljudskih potreba, nego je ona i subjektivna kategorija, u smislu da različite društvene grupe i pojedinci imaju različite potrebe (koje mogu pripadati istoj grupi potreba), a društveni uvjeti im omogućuju ili ne omogućuju da ih izraze i zadovolje" (Seferagić - Popovski, 1989, str. 83)

## Identifikacija

Sociološko istraživanje u kojem su stupnju zadovoljene komunikološke potrebe zaposlenih u šumarstvu SR Hrvatske proveli smo na osnovi subjektivne procjene ispitanika. Naime, pošli smo od činjenice da velik broj šumskih radnika stanuje u radničkim nastambama daleko od svojih porodica i da u sezoni sjēče šume imaju preraspodijeljeno radno vrijeme tako da rade od jutra do mraka. Dakle, ti radnici imaju bitno različite uvjete za zadovoljenje svojih kulturnih, zabavnih, pa i komunikacijskih potreba od ostalih zaposlenih u šumarstvu i radnika zaposlenih u drugim djelatnostima, koji žive kod kuće i imaju osamsatno radno vrijeme sa slobodnom subotom i nedjeljom.

Da bismo istražili stupanj (rang) zadovoljenja potreba za korištenjem sredstava javnog komuniciranja zaposlenih u šumarstvu Hrvatske, koristili smo se reprezentativnim stratificiranim uzorkom, koji je obuhvatio ukupno 864 ispitanika sa 87 lokaliteta širom Republike, gdje smo proveli anketiranje.

Naša nul-hipoteza je glasila: **ne postoji statistički značajna razlika između stupnja obrazovanja i zadovoljenja komunikacijskih potreba.**

Ispitanici su trebali utvrditi stupanj zadovoljenja svojih potreba za čitanjem novina, slušanjem radija i gledanjem televizije. Odgovor su mogli rangirati od 1 do 5, prema vlastitoj procjeni. Ukrstili smo varijable kvalifikacione strukture (stupnja obrazovanja) – njih osam – s varijablama govora – njih pet.

Pri analizi rezultata koristili smo multivarijantnu analizu, dovodeći u vezu veći broj varijabla i segmentarnu asosijaciju. Načinili smo hi-kvadrat test, izračunali koeficijent korelacije i koristili i druge statističke parametre, te izradili tzv. dvodimenzionalne tabele – za svaki medij posebnu tabelu.

## Praćenje štampe

Svako sredstvo javnog komuniciranja u odnosu na druga sredstva ima prednosti i nedostatke, pa govorimo o tzv. komparativnim prednostima pojedinih medija. Novine npr. imaju prednost da ostaju trajan dokument, da se čitaju u slobodno vrijeme i da se napisi mogu ponovo pročitati i analizirati. Nedostaci su im što nisu dovoljno brze, jer njihov tehnološki proces dugo traje, a dostava do čitaoca još duže. To posebno vrijedi u odnosu na šumske radnike koji su pretežno negdje u radničkim nastambama u šumi. Tjedna štampa je za njih prikladnija. Nova tehnička dostignuća (foto-slog) neznatno umanjuju te nedostatke. Pokušaji da se novinski sadržaji prezentiraju recipijentima putem TV-ekrana imaju ograničeni domet, i to ipak nisu novine.

"Novine možemo klasificirati prema nekoliko osnova, jer nemaju sve novine istu namjenu, ne pišu se na isti način i nisu sve namijenjene istim čitaocima.

Prema dinamici izlaženja listove dijelimo na: dnevnike, tjednike, polumjesečnike i periodiku.

Po mjestu izlaženja i području koje pokrivaju novine se dijele na: novine organizacija udruženog rada (tvornička štampa), lokalne novine, regionalne, republičke, pokrajinske i novine na razini Federacije.

Po sadržaju listovi se dijele na: informativne, iz kulture, sportske, službene i razne specijalističke, na jezicima narodnosti itd." (Biškup, 1980, str.45).

U novije vrijeme u svijetu i kod nas uvelike bujaju magazini, koji doživljavaju ekspanziju upravo zato što nisu dnevници, što su pisani popularno (nazivaju ih i bulevarska štampa), manje su informativni, a više komentatorski ili feljtonistički.

U našem istraživanju nismo ulazili u sve ove detalje, koji bi se mogli istraživati i nismo postavljali pitanje koja se štampa i koji mediji više prate, tj. kojim su vrstama medija ispitanci više izloženi. Jedan pokušaj intenziviranja čitanja "Radničkih novina" u šumarstvu Hrvatske ostao je bezuspješan. Nas je zanimao globalni odnos ispitnika raznih grupa, tj. razne obrazovne strukture prema štampi i njihova subjektivna procjena u kojem su stupnju zadovoljene njihove potrebe za čitanjem štampe. Ispitanicima smo, dakle, postavili slijedeći zadatak:

"Procijenite stupanj zadovoljenja svojih potreba za praćenjem štampe od 1 do 5."

Budući da stanovit broj upitanika, odnosno odgovora, nije se mogao koristiti, smatrali smo da je naš uzorak obuhvatio 833 ispitnika. U našoj analizi ukrstili smo varijable (V) obrazovanja sa stupnjem zadovoljenja tih potreba i dobili slijedeće rezultate:

Hi-kvadrat ( $\chi^2=151,53736$   $P>0,005$ ) pokazuje da postoji statistički značajna razlika među varijablama koje smo ukrstili.

Koeficijent kontingencije ukazuje na to da je stupanj povezanosti među varijablama značajno izražen ( $C=0,39$ ,  $C_k=0,43$ ).

Iz analize tablice 1. proizlazi da prema segmentu V, NKV radnici u pravilu će dati najnižu ocjenu praćenju štampe, a također KV i PKV. Oni će u pravilu dati vrlo rijetko ocjenu (rang) 4 i 5 zadovoljenju svojih potreba za praćenjem štampe.

Što je obrazovanje više povećava se zanimanje za praćenje štampe i stupanj zadovoljenja je viši. Tako će srednja stručna sprema, viša stručna sprema i visoka stručna sprema davati u većini ocjenu 4 i 5.

Od 104 ispitnika sa NKV obrazovanjem 29 (27,8%) opredijelilo se za rang 1, tj. dalo je najnižu ocjenu zadovoljenju potrebe za praćenjem štampe. 28 ispitnika nekvalificirana radnika dalo je rang 2 (26,9%), a rang 3 dalo je 27 ispitnika (25,9%); za rang 4 odlučilo se 17 ispitnika (16,3%), a rang 5 samo 3 ispitnika nekvalificirana radnika.



Tabela 1

## ODNOS OBRAZOVANJA I STUPNJA ZADOVOLJENJA POTREBA ZA PRAĆENJEM ŠTAMPE

Rang Obrazov. struktura	1		2		3		4		5		Total	
	f/v	%	f/v	%	f/v	%	f/v	%	f/v	%	f/v	%
NKV	29 0,11	27,8 29,0	28 0,06	26,9 19,5	27 -0,24	25,9 9,3	17 -0,37	16,3 7,8	3 -0,7	2,8 3,5	104 12,4	
PKV	14 0,03	18,1 14,0	18 0,03	23,3 12,5	31 0,02	40,2 10,7	11 -0,45	14,2 5,0	3 -0,61	3,8 3,5	77 9,2	
KV	44 0,05	15,7 44,0	64 0,07	22,8 44,7	99 0,01	35,3 34,3	49 -0,32	17,5 22,5	24 -0,16	8,5 28,2	280 33,6	
VKV	1 -0,60	4,7 1,0	4 0	19,0 2,7	9 0	42,8 3,1	7 0	33,3 3,2	0 -1	0 0	21 2,5	
NSS	3 0	12,5 3,0	5 0	20,8 3,4	9 0	37,5 3,1	6 -0,04	25,6 2,7	1 -0,59	4,1 1,1	24 2,8	
SSS	3 -0,80	2,2 6,0	17 -0,62	6,5 11,8	90 -0,0	34,4 31,2	105 0,18	40,2 48,3	43 0,08	16,4 50,5	261 31,3	
VŠS	1 -0,47	6,2 1,0	3 0,0	18,7 2,0	4 -0,27	25,0 1,3	5 0,0	31,2 2,3	3 0,01	18,7 3,5	16 1,9	
VSS	2 -0,66	4,0 2,0	4 -0,53	8,0 2,7	19 0,0	38,0 6,5	17 0,02	34,0 7,8	8 0,02	16,0 9,4	50 6,0	
Σ f/%	100 12,0		143 17,1		288 34,5		217 26,0		85 10,2		833	

$X^2 = 151,537$

$P = 0,005$

$SS = 28$

$C = 0,39$

$C_k = 0,43$

PKV radnici, kojih je u populaciji bilo 77 (9,2%), slično ocjenjuju zadovoljenje svoje potrebe za praćenjem štampe. Tako je 14 (18,1%) ispitanika iz ove klase dalo najniži rang, 18 (23,3%) rang 2, njih 31 (40,2%) rang 3, a 11 (14,2%) odlučilo se za rang 4. Samo 3 ispitanika i u ovoj klasi daje praćenju štampe ocjenu 5.

U klasi KV radnika, kojih je ukupno bilo 280 (33,6%) njih 44 (15,7%) opredjeljuje se za rang 1. Rang 2 naznačila su 64 KV radnika (22,8%), a rang 3 99 (35,3%) ispitanika iz ove klase. Međutim, ocjenu 4 dalo je 49 (17,5%) KV radnika, a najviši rang 24 (8,5%) ispitanika.

U klasi VKV radnika i radnika s nižom školskom spremom situacija je slična s time što se neznatan broj ispitanika (4) opredijelio za rang 1. To objašnjavamo time da radnici iz tih dviju klasa nisu radnici sjekači pa ipak imaju više mogućnosti da dođu do novina kod svojih kuća i da nađu vremena da ih pročitaju. Ali i za rang 5 opredjeljuje se u ovim klasama samo jedan ispitanik.

Sa klasom ispitanika SSS situacija se bitno mijenja.

Prema segmentarnoj asocijaciji, koja ukazuje na povezanost pojedinih ćelija, odnosno segmenata, proizlazi da segment SSS bitno utječe na segment ocjene 4 i 5 ( $V_{C4} = 0,18$ ,  $V_5 = 0,08$ ). To se može protumačiti da postoji tendencija da ispitanici sa srednjom stručnom spremom procjenjuju da svoje potrebe za praćenjem štampe zadovoljavaju maksimalno.

Ako analiziramo frekvencije, proizlazi da od 261 ispitanika sa SSS samo 6 (2,2%) dalo je ovoj kategoriji potreba rang 1. Rang 2 okružilo je samo 17 ispitanika iz ovog segmenta (6,6%), a 3 naznačilo je 90 (34,4%) ispitanika. Za rang 4 opredijelilo ih se još više – 105 (40,2%), a 43 (16,4%) označilo je rang 5. Ovako povoljan trend objašnjavamo tako da ukrštavamo i dovodimo u vezu njihov socio-ekonomski položaj (najpovoljniji među svim zaposlenim u šumarstvu) sa rangom zadovoljenja potreba za čitanjem novina. Također dovodimo u vezu njihove aspiracije koje na tom planu nisu odviše visoke, pa ih je lako zadovoljiti. Iz ranijih istraživanja znamo da im je stil života takav da nemaju odviše vremena za tzv. "duhovne" potrebe (Šajković, 1988.).

Slične smo rezultate dobili i za klase VŠS i VSS ispitanika, s time što se oni u većem postotku opredjeljuju za ocjenu 3.

Dakle, komparativnom analizom rezultata dobivenih na osnovi odgovora ispitanika sa srednjom, višom i visokom stručnom spremom i ispitanika s nižom stručnom spremom, možemo zaključiti da su radnici manje zadovoljni mogućnošću (ili nemogućnošću) praćenja štampe nego ostali zaposleni u šumarstvu Hrvatske.

Na osnovi sličnog ranijeg istraživanja, mogli bismo zaključiti da se stanje u posljednjih pet godina nije znatno promijenilo. Tada je 10% radnika odgovorilo da nikad ne čita novine, 66,47% čita povremeno, a 23,89% radnika čita **svakodnevno**. Taj postotak je još veći kad se uzmu u obzir odgovori i ostalih ispitanika, tj. sa višom školskom od radnika. Tada se 36,79% anketiranih izjasnilo da svakodnevno čita novine (Biškup: 1985, str. 322).

Ukrstili smo također društveno-politički angažman ispitanika i rang zadovoljenja ove potrebe za praćenjem novina. Proveli smo analizu onih ispitanika koji imaju neku samoupravnu ili društveno-političku funkciju i utvrdili visok stupanj korelacije.

Na osnovi svega iznesenoga proizlazi da je nul-hipoteza oborena i da postoji znatan stupanj povezanosti između stupnja obrazovanja i ranga zadovoljenja potrebe za praćenjem štampe.

## Slušanje radija

Početak dvadesetog stoljeća novine su dobile konkurenta na polju javnog komuniciranja, a posebno u javnom informiranju. Naime, komparativne prednosti radija takve su da mogu ozbiljno ugroziti novine i u prvo se vrijeme mislilo da se novinama ne piše dobro. Naime, radio je do danas najvažnije sredstvo informiranja. Sadržaji dolaze do recipijenta putem radio-valova i to istodobno kad se emitiraju. Za slušanje radija ne treba posebno vrijeme (radio kao zvučna kulisa), a ne treba znati ni čitati.

Uključivanjem i slušalaca u radio-program, telefonom, osobno ili pomoću snimljene vrpce postiže se "feed-back", tj. povratna veza, tako da slušalac ne mora biti samo recipijent nego može biti i komunikator. Parsons smatra da je komuniciranje komplementarna interakcija dvaju ili više pojedinih aktera, u kojoj se "svaki konfrontira očekivanjima drugoga (drugih) na takav način da su reakcije drugoga na djelovanje prve osobe pozitivne sankcije, koje služe za jačanje njegovih potreba i time za ispunjenje njegovih očekivanja" (Parsons: 1951, str. 204-205).

Tranzistor je omogućio slušanje radija i na radnom mjestu, pa i na polju i u šumi, a posebno u šumskim nastambama. "Početakom šezdesetih, iako sve rjeđe, kao i stotinjak godina ranije – šumski radnici stanuju na radilištima u bajtama-zemunicama, u kojima je jedini izvor topline, a često i svjetla bilo otvoreno ognjište. U njima su provodi-

li svoje vrijeme kada nisu bili na radu u sječini. Tranzistori u to vrijeme još nisu bili 'izmišljeni', novine nisu čitali (pa gdje bi ih i kupili), a kako bi ih čitali kada su većim dijelom bili nepismeni... Danas naprotiv život van radnog vremena provode u naseljima, sa mogućnošću korištenja svih civilizacijskih dobara današnjice (štampa, radio, TV program, kino-predstave, razni kulturni programi, za koje osjećaju potrebu kao i drugi građani" (Kalajdžić: 1990, str. 6 - 7).

Naše istraživanje, međutim, daje selektivniju sliku koliko se sluša radio. Kao i kod zadovoljenja potrebe za čitanjem novina tako smo i ovdje postavili zadatak ispitanicima da na osnovi **subjektivne procjene** okruže rang između 1 - 5 koliko je zadovoljena njihova potreba za slušanjem radija. Nepromjenjive varijable su i ovdje bile stručna sprema (8), a promjenjive rang zadovoljenja ove potrebe (5). Te varijable smo ukrstili i dobili sljedeće pokazatelje:

Zadovoljenje potrebe za slušanjem radija različito su procijenile kategorije ispitanika s obzirom na stupanj obrazovanja (kvalifikacionu strukturu) na što ukazuje i  $X^2$  - test ( $P > 0,005$ ) i koeficijent kontingencije ( $C = 0,21$ ,  $C_k = 0,24$ ).

Prema segmentarnoj asocijaciji, ispitanici NKV radnici će dati niži rang i to rang 1 i rang 2 u nešto većem postotku nego ostali ispitanici, ali će isto tako njih samo 10,5% ocijeniti zadovoljenje ove potrebe najvišom ocjenom (rang 5). Kod njih postoji tendencija prema ocjeni 3 i 4. To isto vrijedi i za ostale segmente s nižom kvalifikacijom. Ako povežemo te podatke s njihovim slobodnim vremenom, onda je interpretacija jednostavna. Cjelodnevni rad im ne omogućava da slušaju radio koliko bi željeli.

Tabela 2

## ODNOS OBRAZOVANJA I STUPNJA ZADOVOLJENJA POTREBA ZA SLUŠANJEM RADIJA

Rang	1		2		3		4		5		Total	
Stupanj obraz.	f/v	%	f/v	%	f/v	%	f/v	%	f/v	%	f/v	%
NKV	1,4 0,03	13,4 18,9	14 -0,20	13,4 9,8	35 0,0	33,6 12,6	30 0,0	28,8 12,8	11 -0,17	10,5 10,2	104 12,4	
PKV	7 0,0	9,0 9,4	9 -0,31	11,6 6,3	33 0,3	42,8 11,9	22 0,0	28,5 9,4	6 -0,39	7,7 5,6	77 9,2	
KV	25 0,0	8,9 33,7	55 0,03	19,7 38,7	97 0,02	34,7 35,0	70 -0,10	25,0 299	32 -0,10	11,4 29,9	279 33,4	
VKV	1 -0,46	4,7 1,3	4 0,0	19,0 2,8	10 0,01	47,6 3,6	6 0,0	28,5 2,5	0 -1,0	0 0	21 2,5	
NSS	3 -0,01	12,5 4,0	2 -0,51	8,3 1,4	14 0,03	58,3 5,0	4 -0,40	16,6 1,7	1 -0,67	4,1 0,9	24 2,8	
SSS	18 -0,22	6,8 24,3	42 -0,05	16,0 29,5	69 -0,20	26,4 24,9	87 0,06	33,3 37,1	45 0,05	17,2 42,0	261 31,2	
VŠS	1 -0,33	5,8 1,3	5 0,01	29,4 3,5	3 -0,46	17,6 1,0	4 -0,16	23,5 1,7	4 0,01	23,5 3,7	17 2,0	
VSS	5 0,1	9,8 6,7	11 0,01	21,5 7,7	16 -0,05	31,3 5,7	11 -0,23	21,5 4,7	8 0,01	15,6 7,4	51 6,1	
$X^2 = 42,117$		$P = 0,025$		$SS = 28$		$C = 0,21$		$C_k = 0,25$				

Naprotiv, kod kategorija ispitanika s višim obrazovanjem rezultati su znatno povoljniji. Ispitanici sa srednjom stručnom spremom, s višom i visokom stručnom spremom daju zadovoljenju ove potrebe višu ocjenu. Segment V ovdje je pozitivan. Naglašen je rang 4, pa rang 3, i kao treći po redu rang 5.

Usporedimo li ove podatke s onima za novine, proizlazi da su ispitanici u većem stupnju zadovoljni slušanjem radija nego čitanjem novina. Tu činjenicu tumačimo komparativnom prednošću radija u odnosu na novine.

Dakle, nul-hipoteza, koja je glasila da ne postoji značajna razlika u zadovoljenju potreba za slušanjem radija s obzirom na stručnu spremu, nije dokazana. Naprotiv, dokazali smo kauzalni odnos između stupnja obrazovanja i stupnja zadovoljenja potreba za slušanjem radija. Utvrdili smo da je ovaj auditivni medij prezentniji u životu zaposlenih u šumarstvu nego štampa.

### Gledanje televizije

Televizija je vizualni medij. Budući da većina ljudi ulazi u skupinu vizualnih tipova, očekivali smo u globalu da će se ovaj medij pratiti više nego prethodna dva. I ovdje je naša nul-hipoteza glasila da ne postoji značajna razlika u praćenju TV - programa i stupnja obrazovanja.

Televizija je toliko moćno sredstvo javnog komuniciranja da su je prozvali "osmom silom", a mnoga su sociološka istraživanja provedena da bi se utvrdio stupanj utjecaja na gledaoce. Osim informativne funkcije televizija ima kulturnu, zabavnu, obrazovnu, te propagandnu funkciju. Na taj način su gledaocima u stan stigli kino, kazalište, koncerti, politika pa i škola. Televizija je postala toliko moćno sredstvo da se prema tome da li netko posjeduje ili ne posjeduje TV-prijemnik mjeri standard stanovništva. Istraživanja su pokazala da u razvijenim zemljama na 1000 stanovnika ima desetak puta više televizijskih prijemnika nego u nerazvijenima (Leksikon novinarstva: 1979, str. 233-234).

Međutim, istraživanja javnog mnjenja u SAD brzo su dokazala da gledaoci lakše mijenjaju stavove u interpersonalnoj komunikaciji nego pod utjecajem televizije. "Mediji se približavaju primaocu izvanredno velikom ponudom saopćenja; kada primalac stupi na područje masovne komunikacije, iz cjelokupne ponude masovnih saopćenja neka odabere i ostavi da na njega utječu, a druge odbija ili ih ne uzima u obzir. Tom radnjom biranja primalac aktivno poseže u cjelokupan proces. Većim dijelom sam određuje opseg i način primanja saopćenja i njihovog doživljavanja" (Vreg: 1975, str. 84)

Međutim, recipijentima se nudi samo ono što vlasnik komunikatora želi, pa su oni oprezni. Istraživanja su, dalje, pokazala da dolazi do dvostepenog komuniciranja – od komunikatora do vođe grupe koji dalje objašnjava sadržaje grupi i tako se komuniciranje pretvara od javnog u interpersonalno, koje ima, kako smo rekli, i jači utjecaj.

U vrijeme medijskog rata, dolazi do hiperprodukcije medijskih sadržaja (upravo je to slučaj kod nas), što daje negativne efekte (Biškup: 1977, str.163 - 167) i rasipa znatna materijalna sredstva.

U našim istraživanjima 1982. godine utvrdili smo da zaposleni u šumarstvu SR Hrvatske po broju televizora u kućanstvu stoje iznad prosjeka republike – indeks je iznosio 116 (Biškup: 1984, str. 37).

Ovo istraživanje, koje smo na terenu obavili pet godina kasnije, postavili smo tako da sami ispitanici procijene jesu li zadovoljni stupnjem gledanja televizije i koliko su zadovoljni.

Hi-kvadrat test, međutim, opovrgava nul-hipotezu ( $P > 0,010$ ) što znači da postoji statistički značajna razlika između obrazovanja i ocjenjivanja varijable gledanja televizije, odnosno da obrazovanje utječe na to koliko postoji potreba za gledanjem televizije. Ipak, ovdje valja naglasiti da niti ispitanici s nižom stručnom spremom ne daju u tolikoj mjeri najniži rang zadovoljenju ove potrebe kao za radio, a posebno za novine. Više od pola ispitanika daje ocjenu zadovoljenju ove potrebe 4 i 5, 30% ocjenu 3, a samo 20% ocjenu 1 i 2.

Tabela 3

ODNOS OBRAZOVANJA I STUPNJA ZADOVOLJENJA POTREBA  
ZA GLEDANJEM TELEVIZIJE

Rang	1		2		3		4		5		Total	
	f/v	%	f/v	%	f/v	%	f/v	%	f/v	%	f/v	%
NKV	15 0,06	14,4 25,4	14 0,01	13,4 14,0	26 -0,16	25,0 10,4	30 -0,08	28,8 11,9	19 -0,04	18,2 11,9	104 12,5	
PKV	4 -0,26	5,1 6,7	12 0,02	15,5 12,0	30 0,03	38,9 12,0	23 -0,05	29,8 8,7	8 -0,45	10,3 5,0	77 9,2	
KV	20 0,0	7,1 33,9	31 -0,07	11,1 31,0	92 0,04	32,9 36,9	91 0,01	32,6 34,6	45 -0,15	16,1 28,3	279 33,6	
VKV	3 0,02	14,2 5,0	2 -0,21	9,5 2,0	9 0,01	42,8 3,6	3 -0,54	14,2 1,1	4 -0,0	19,0 2,5	21 2,5	
NSS	1 -0,41	4,1 1,6	2 -0,30	8,3 2,0	13 0,03	54,1 5,2	7 -0,07	29,1 2,6	1 -0,78	4,1 0,6	24 2,8	
SSS	11 -0,39	4,2 18,6	28 -0,09	10,8 28,0	59 -0,23	22,9 23,6	89 0,03	34,6 33,8	70 0,10	27,2 44,0	257 30,9	
VŠS	2 0,01	11,7 3,3	2 -0,02	11,7 2,0	5 -0,01	29,4 2,0	5 -0,07	29,4 1,9	3 -0,07	17,6 1,8	17 2,0	
VSS	3 -0,17	5,8 5,0	9 0,02	17,6 9,0	15 -0,01	29,4 6,0	15 -0,07	29,4 5,7	9 -0,07	17,6 5,6	51 6,1	
$\sum f$	59		100		249		263		159		830	
$\sum \%$	7,1		12,0		30,0		31,6		19,3		100	

$X^2 = 49,981$

$P \leq 0,010$

$C = 0,23$

$C_k = 0,26$

$SS = 28$

Dakle, istraživanje koliko su zaposleni u šumarstvu SR Hrvatske zadovoljni kao "konzumenti" proizvoda sredstava javnog komuniciranja – novina, radija i televizije – pokazuje da postoji značajna korelacija između stupnja obrazovanja (stručne spreme) i stupnja zadovoljenja potreba za čitanjem novina, slušanjem radija i gledanjem televizije.

Ispitanici s nižom školskom spremom manje su zadovoljni od ispitanika sa srednjom, višom i visokom stručnom spremom, unatoč tome što se čini da ovi ispitanici imaju i više aspiracije. To objašnjavamo specifičnostima posla, nedovoljnošću slobodnog vremena i stupnjem aspiracija, dakle, silom života radnika u šumarstvu. Povrh toga iz ranijih istraživanja proizlazi da su to pretežno radnici iz mješovitih

domaćinstava i da i ono malo slobodnog vremena, kad ga imaju, troše na poljoprivredu i radove oko kuće.

Ipak, ako naše rezultate kompariramo s rezultatima sličnih istraživanja na selu, proizlazi da zaposleni u šumarstvu u višem stupnju zadovoljavaju svoje potrebe za korištenjem sredstava javnog komuniciranja.

#### IZVORI

- Bičanić, Nikola, Samoupravno informiranje u šumarstvu SR Hrvatske, *Šumarski list*, 1984/CVIII, 7-8, 1984, 311 - 317.
- Biškup, Josip, Osijek, *Političke ideje i sredstva informiranja u samoupravnom društvu*, Sveučilište u Osijeku, Osijek 1977.
- Biškup, Josip, Osijek, *Kulturna funkcija javnih glasila*, Sveučilište u Osijeku, Osijek 1980.
- Biškup, Josip, Zagreb, *Osnove javnog komuniciranja*, Školska knjiga, Zagreb 1981.
- Biškup, Josip, Zagreb, *Karl Marx novinar*, Školske novine - Prosvetni pregled, Zagreb 1983.
- Biškup, Josip, Zagreb, *Sociološka istraživanja u šumarstvu*, Šumarski fakultet - Zavod za istraživanja u šumarstvu, Zagreb 1984.
- Biškup, Josip, Eksterno informiranje u šumarstvu SR Hrvatske, *Šumarski list*, 1985/CIX, 7 - 8, 1985, 317 - 322.
- Bücher, Karl, Tübingen, *Die Entstehung der Volkswirtschaft*, Die Anfängen des Zeitungswesens, Tübingen 1971.
- Engels, Friedrich, Zagreb, *Pismo Gersonu Trieru, 18. prosinca 1989*, u knjizi J. Biškupa, *Kontroverzije oko Engelsa*, Zrinski, Čakovec 1987.
- Kaladžić, Edo, Vinkovci, Iz bajte u vlastiti krevet, *Slavonska šuma*, 1990/XXI, 256, 1990, 6 - 7.
- Mekluan, Maršal, Beograd, *Poznavanje čovekovih produžetaka*, Prosveta, Beograd 1970.
- Parsons, Talcott, New York, *The Social Sistem*, Free Press Glencoe, New York 1951.
- Šajković, Anđelka, Zagreb, *Socioekonomski status zaposlenih u šumarstvu Hrvatske* (magistarska radnja), Fakultet političkih nauka Zagreb, Zagreb 1988.
- Seferagić, Dušica i Vesna Popovski, Kvaliteta života kao cilj društvenog razvoja, *Revija za sociologiju*, 1989/XX, 1-2, 1989, 73 - 88.
- Vreg, France, Zagreb, *Društveno komuniciranje*, Centar za informacije i publicitet, Zagreb 1975.
- Leksikon novinarstva*, Beograd, Savremena administracija, Beograd 1979.

## THE DEGREE OF SATISFYING THE NEEDS AND OF THE EXPOSURE TO MASS MEDIA OF THE EMPLOYED IN CROATIAN FORESTRY

JOSIP BIŠKUP

Faculty of Forestry, Zagreb

*Professors of social sciences at the Faculty of Forestry, University of Zagreb, have been conducting, in cooperation with a number of associates from without, longitudinal sociological research in the field of forestry in Croatia. The research work has begun in 1980 within the project of the Institute for Forestry Research under the title "The Research of Organizational, Economical and Sociological Factors of Production in Forestry". It includes the sociological project "Research of the Human Factor in the Field of Forestry".*

*In the past ten years many projects have been carried out and about thirty reviewed scientific works published interpreting the results of sociological research.*

*In this article the results obtained through a questionnaire which was distributed in 87 localities in Croatia are analysed. In order to examine the degree in which those employed in forestry manage to satisfy their needs for exposure to mass media, a representative stratified sample consisting of 864 examinees was used.*

*It had been presupposed, in the research hypothesis, that a statistically relevant distinction between the rank of satisfying the need for exposure to mass media and the level of education in the population does not exist. Based on a subjective estimation by the examinees and the ranking from 1 to 5 of the degree of satisfying the needs concerned, and after cross correlating the variables of the education level and those of the answers, the null hypothesis had to be rejected. Namely, the existence of differences in the degree of satisfying the need for exposure to mass media had been confirmed.*

*Although the more educated examinees have also higher aspirations, they manage to satisfy them in a greater extent, usually choosing ranks 4 and 5.*

*Significant differences in satisfying the above-mentioned needs, regarding newspapers on the one hand and TV on the other, have also emerged. Examinees of a lower level of education are the least satisfied with the fulfillment*



*of their need to read newspapers, a majority of them having chosen the values 1 and 2. This can be interpreted by the fact that forest workers in Yugoslavia work during the felling season all day long and therefore have no time to read, even if they manage to obtain newspapers. A great many workers live in workers' dwellings and go home not more than once a week, thus having little opportunity to read newspapers.*

*Furthermore, according to the results of earlier research, most of the forest workers (60%) are also farmers engaged in their free time in agricultural and various domestic activities.*

*The examinees spend roughly an equal amount of time listening to the radio, the difference in exposure between the lower educated and the higher educated examinees being a small one. This is due to the fact that the radio can be listened to almost anywhere.*

*TV is watched much more by the workers since this medium is very attractive to them. Having TV sets in the workers' dwellings presents an additional stimulus. What they need is more free time and less fatigue in order to become equal in satisfying their needs with the higher educated examinees. The average values of satisfying the needs of forest workers are nevertheless somewhat higher than those of the farmers.*