

KOMUNIKACIJA I KULTURA U LATINSKOJ AMERICI NA KARIBIMA

EVANGELINA GARCIA PRINCE

Komunikacija i kultura kao delovi integralnog razvoja

JEDNA OD NAJOZBILJNIJIH kritika upućenih u toku poslednjih godina razvojnom modelu kojeg je usvojila velika većina zemalja Latinske Amerike i Kariba počev od 50-tih godina, odnosi se na nesrazmernost u pogledu bitno ekonomske usmerenosti.

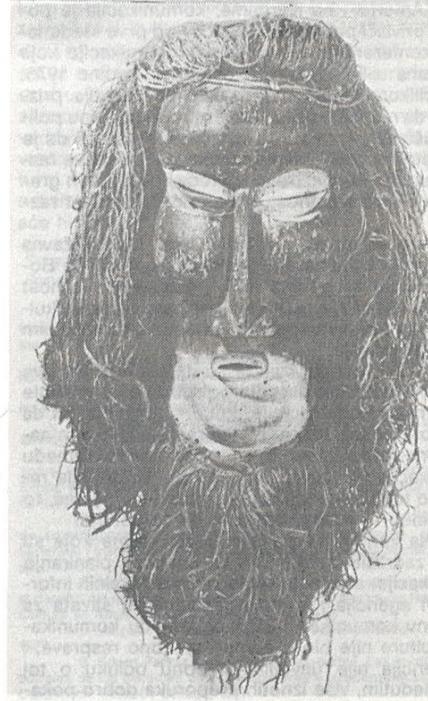
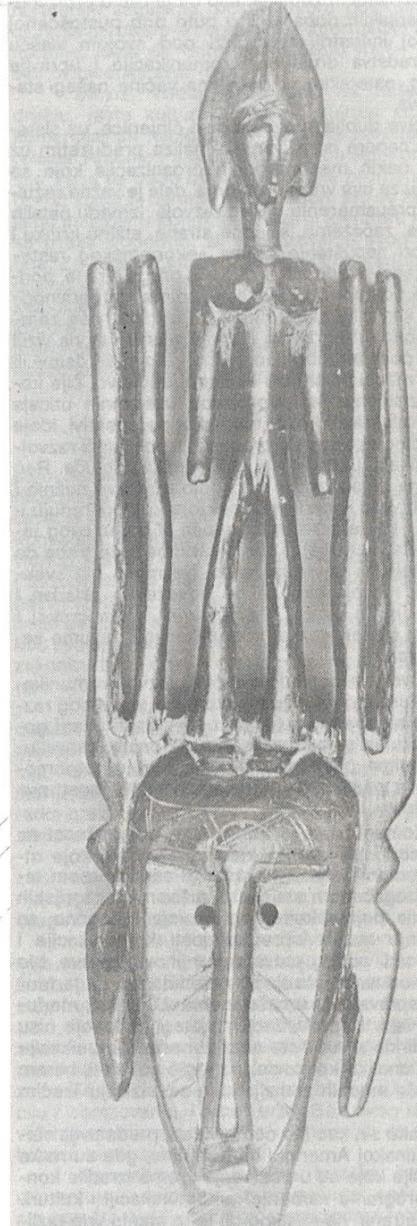
Doista, umesto da započne proces ukupnog i smišljeno povezanog razvoja, u kojem bi razni društvenoekonomski i kulturni sektori imali odgovarajuće mesto, ova regija pokrenula je relativno ubrzani ekonomski rast, potisnuvši u drugi plan kulturnu dimenziju. Ovo poimanje razvoja izazvalo je niz negativnih posledica koje su pomračile sjaj mnogobrojnih postignutih uspeha, te stvorile i nastavljaju da stvaraju prepreku istinskom razvoju. Među ovim učinicima, izdvojimo za potrebe ove studije posledice izvesnih usmerenja koje je dobio ekonomski proces.

U ovoj tački valja podsetiti da je jedan od najvažnijih vidova pomenutog ekonomskog modela bio proces industrijalizacije kroz mehanizam zamene uvoznih roba. Ovaj proces, kao i mere preduzete radi otvaranja naših tržišta za ulaganje stranog kapitala stvorili su uslove koji su povećali zavisnost i kulturno prodiranje o kojem smo govorili. U gotovo čitavoj oblasti, počev od 50-tih godina, stavljen je naglasak na potrebu ubrzavanja industrijalizacije koja je trebalo da okonča zavisnost u odnosu na uvezene robe i da izmeni izvore prihoda stvarajući alternative izvozu sirovina. Smatralo se da industrijalizacija omogućava našim zemljama postepeno smanjenje uvoza i unapredjenje proizvodnje gotovih proizvoda. Međutim, kako je u ovoj oblasti privatni kapital ograničen, i kako su državna ulaganja uglavnom poslužila za podizanje bazične industrije koju finansira strani kapital.

Iz toga je proizašao snažan transfer stranog kapitala koji je olakašio osnivanje filijala ili ograna kompanija iz najmoćnijih zemalja Evrope i Severne Amerike. Potrošna dobra proizvedena unutar ovog ekonomskog konteksta počela su da preplavljaju naša tržišta. U isto vreme, razvija se reklama usmerena na stvaranje potrošačkog mentaliteta.

Ovaj proces dobija posebno značenje kada ga dovedemo u vezu s karakteristikama koje je proprijo sistem komunikacija. Uspon privatne radiodifuzije i pojava televizije, obe korišćene suštinski u komercijalne svrhe s jedne strane a, s druge, ravnodušnost države u oblasti komunikacija, doprineli su stvaranju tla pogodnog za shažan kulturni prodor, kao i za postupno gubljenje i uništavanje naših nacionalnih kulturnih identiteta.

U mnogim zemljama Latinske Amerike još nije potpuno shvaćena važnost koju za razvoj imaju kultura i komunikacija. Na prste se mogu izbrojati države koje su stvorile ustavnu zaduženu za kulturna pitanja ili komunikaciju. Kultura je uglavnom pripojena obrazovanju, kao da se radi samo o dodatu ili produženju obrazovnog sistema. Razume se, treba da postoje tesne veze između ovog poslednjeg i sistema kulturnih službi, ali to nije razlog da se od kulture načini prinudna komponenta planiranja obrazovanja. U zemljama Latinske Amerike i Kariba, gde su obrazovanje i kultura posmatrani kao jedan jedini sektor zvanične uprave, kulturna komponenta se našla potisнутa u drugi plan, gurnuta na marginu. Što se tiče društvene komunikacije u pravom smislu reči, ona je organizovana na vrlo različite načine zavisno od zemalja. Srećom, kritičko promišljanje o dejstvima modela usvojenog kao naša strategija razvoja otkrilo je u Latinskoj Americi neke počinjene greške. Pokušalo se to ispraviti raznim doterivanjima. Jednom od najviše kritikovanih učinaka, rekli smo to, bio je usmjerenje mnogih naših načela ka sasvim nerazumnim krajnjim ciljevima, tako da je neopravdana želja za potrošnjom izazvala ponovo određivanje mnogobrojnih vrednosti našet svakodnevnog života. Ova zabrinjavajuća pojava, koju smo nazvali kulturnim prodrijanjem, pretvorila je naše zemlje u potčinjena tržišta potrošača svih proizvoda koje su proizvele indu-



8. RORAIMA MASK. Wood and raffia, h. 30 cm. Brazil, Cauca (Fernández)

strijem razrijjem zemalja, bilo da je reč o proizvodnji materijalnih dobara, ili o puto udbu pustošenoj kulturoj industriji koja drži pod svojom vlašću naša sredstva društvene komunikacije i upravlja ukusom, estetskim sklonostima većine našeg stanovništva.

Sve dublja spoznaja ovih činjenica, uz sistemske napore istraživanja i analize preduzetim uz pomoć nekih međunarodnih organizacija koje se zanimaju za ovu vrstu problema, dala je važne rezultate za preusmerenje našeg razvoja. Između ostalih rezultata, zapažamo, s jedne strane, stalnu kritiku i postupno napuštanje pojma »ekonomskog rasta« usled njegove jednostranosti a, s druge strane, podjednako postupno prihvatanje pojma »integralnog razvoja« kao cilja napora koje su izvršile naše zemlje. Koncept integralnog razvoja zasniva se na viziji društva posmatranog kao celine u kojoj se delovi ili sektori vezuju stvarajući složeno jedinstvo, čije konačno značenje jeste proizvod uzajamnih uticaja svih tih odjeljaka. U ovoj teorijskoj perspektivi, ideja da bi jedino ekonomski procesi bili pokretači razvojnog poticaja, ukazuje se kao istinska zabluda. Reč je o tome da se iznese na video mnoštvo nužnih i osnovnih veza između svih sektora koji posreduju u razvoju, i da se pokaže da uspeh ili poraz ovog jeste rezultat upravljanja tim sektorima koje treba da se utemelji na povezanu način. Ne može biti sveukupnoga razvoja ako se ne poveže na skladan i postojan način razvoj u društvenoj, ekonomskoj i političkoj oblasti, razvoj komunikacija i, razume se, kulturni razvoj.

Ove dve poslednje tačke, razvoj komunikacija i kulturni razvoj, bile su osnove temeljnog razmatranja a posebno su tokom poslednjih deset godina zaokupljale međunarodnu zajednicu, zahvaljujući naporima, pre svega, Unesku, koji je potpomo-gao ozbiljnu i produbljenu raspravu o važnosti ova dva sektora.

Komunikacije je dobila sve veću važnost na međunarodnoj pozornici kroz perspektive koje otvaraju komunikacije. Isto je bilo i sa kulturnom temom, obogaćenom stalnim istraživanjem teorijskih implikacija pojma kulturnog razvoja. Konačno, to priznavanje nužne isprepletenosti komunikacije i kulture, radi punog ostvarenja njihovih ciljeva, bio je jedan od najohrabrujućih rezultata što ga je teorijska rasprava dala u naše vreme. U praksi, međutim, zamisao i sprovođenje strategija razvoja nisu omogućili da se učvrste veza između komunikacije i kulture onoliko koliko se to moglo poželeti, barem: što se tiče mnogih zemalja koje se nazivaju Trećim svetom.

Tako se, kao što ćemo videti, predstavlja stanje u Latinskoj Americi i na Karibima, gde su retke one zemlje koje su u poslednje vreme izradile konkrete programe namenjene komunikaciji i kulturi. S druge strane, ne mislimo da je to stanje vrlo različito od onoga koje postoji u drugim regijama. U Latinskoj Americi i na Karibima, komunikacija je počela da privlači pažnju vlast počev od prve Međunarodne konferencije o politikama komunikacije koja je održana u San Hozeu (Kostarika), godine 1976. Tom prilikom, većina predstavljenih zemalja priznale su da nemaju opštu i povezani nacionalnom politiku društvene komunikacije, i saglasile su se da je nedostatak uključivanja komunikacije u planove razvoja često bi glavni uzrok »teškoča i počinjenih grešaka« u okviru delatnosti sprovedenih u korist razvoja.

Isto se može reći i o kulturi. Međudržavna konferencija o kulturnim politikama održana u Bogotu (Kolumbija) godine 1978², prihala je važnost »kulturne dimenzije razvoja« i saglasila se da se kulturi dalo tek sasvim sporedno mesto u nacionalnim planovima razvoja.

Mnoge zemlje izjavile su da su, pre ove dve konferencije, zaista osećale potrebu da se zasnuje veza između komunikacije, kulture i razvoja, ali da taj odnos nije bio uzet u razmatranje u njihovim nacionalnim strategijama. Što se tiče odnosa između komunikacije i kulture, konferencije su otvorile raspravu o toj novoj ideji koja je imala – i još ima, to ćemo videti – mnogo teškoča da se potvrdi.

Na konferenciji u San Hozeu, teme koje su najviše zadržale pažnju bile su politika i planiranje komunikacije, stvaranje regionalnih ili lokalnih informativnih agencija i agencija nacionalnih saveta za društvenu komunikaciju. Odnos između komunikacije i kulture nije bio predmet posebno rasprave, i Konferencija nije usvojila posebnu odluku o toj tački. Međutim, više iznetih preporuka dobro pokazuju važnost koju su zemlje pridavale ovom pitanju. Tako preporuka br. 2 predlaže uvođenje dopunskih

sistema komunikacija koji bi jemčili svim građanima pristup i učešće u komunikaciji, posredstvom izvesnih mehanizama kulturnog karaktera. Preporuka br. 6 potvrđuje da jedno od načela koja treba da budu uzeta u obzir u formulaciji nacionalnih politika društvene komunikacije jeste »očuvanje povesnog i kulturnog identiteta«. Preporuka br. 8 obraća pažnju na drugo važno načelo: »unapredavanje lokalne tradicionalne vrednosti, kao i vrednosti koje najbolje odražavaju kulturne i društvene norme zemalja tog područja«. Najzad, preporuka br. 22 i br. 25, koje se odnose na knjigu i na film, izričito pominju vezu između komunikacije i kulture. Neosprorno je da bi, da su one sprovedene, i druge preporuke koje je usvojila Konferencija mogle da imaju pozitivno dejstvo na odnos koji nas zaokuplja, ali to potanje nije bilo proučeno u San Hozeu sa svom pažnjom koju mu danas poklanjam.

Zauzvrat, preporuka br. 24 Konferencije u Bogoti, izazvala je široku i živu raspravu, a to je, uostalom, i bio cilj kojem je težila. Ova rasprava sva-kako je iznala na svetlost prepreke koje se, na tom području, suprotstavljaju povezivanju ovih sektora koji su ipak suštinski za nacionalni razvoj.

Projekt izvorne preporuke izazvao je veliku uzdržanost kod većeg broja delegacija, iako se, u svom rešenju, ograničio na to da zahteva od vlasta da sprovede preporuke odobrene dve godine ranije na Konferenciji u San Hozeu, i da razrade politike koje povezuju ciljeve ova sektora. Preporuka je konačno odobrena, ali pretrpela je izvesne promene zbog potrebe da se pomire suprotni interesi koji su se obelodanili u toku rasprave.

Iz završnog izveštaja Konferencije u Bogoti proizlazi da, čak i da su predstavnici država priznali na ovaj ili onaj način potrebu veze između komunikacije i kulture, politike i planova sprovedeni nisu davali svu željenu širinu toj vezi.

Ove dve konferencije vremenski su nam još razmerno bliske. U svakom slučaju u Latinskoj Americi i na Karibima, tek počinje da se misli na ujedinjenju komunikacije i kulture kao temeljnih sektora sveukupnog razvoja.

Ali, čak i ranije, obilna istraživanja već su obelodanila činjenice koje su zvanično bile priznate u San Hozeu i u Bogoti. Doista, mnogobrojni su latinskoamerički i karipski istraživački koji su, u toku poslednjih dvadeset godina, ispoljili sve veće zanimanje za komunikaciju i koji su dubinski pružili kulturne probleme, naročito one vezane za povesni kontekst ove regije.

Ukoliko se istraživanje upućivalo ka analizi osobnih problema razvoja, univerzitetske i druge zainteresovane sredine postale su svesne nužnosti da se u stvarnosti izvrše značajne promene.

Kao što oni koji dobro poznaju naše zemlje mogu to da pretpostave, glas istraživača nije imao zasluznog odjeka naročito u zvaninom sektoru, jedinom činilcu kadroma da podstakne poželjne preobražaje. Ideje koje se odnose na vezu između komunikacije, kulture i celokupnog razvoja, na stvaranje nacionalnih saveta za komunikaciju, kao i druge preporuke usvojene u San Hozeu i u Bogati bile su izražene još ranije, za vreme pripremnih skupova, okruglih stolova i seminarova, od strane istraživača i stručnjaka ove regije. Već 1962. Venecuelanac Antonio Paskali³, pravi pionir u toj oblasti potvrdio je, s neobičnom dubinom i tačnošću da bi samo koreniti preobražaji u poretku samovoljne i iracionalne komunikacije koja je vladala u njegovoj zemlji mogli da vrate kulturi njenu osnovnu ulogu okupljanja nacionalnih snaga, dokrajčivši time »stanje kulturne nemoći Venecuelanca«.

Najnovija istraživanja u potpunosti potkrepljuju tezu o odsustvu komunikacije i kulture iz planova za razvoj mnogih zemalja ovog područja.

Ispitivanje onog što jeste regionalna stvarnost, na području komunikacije i kulture, omogućava da se objasni većina pomenutih činjenica. Ovo stanje, uostalom, bilo je već dovoljno analizovano, koliko s teorijske tačke gledišta toliko i u njegovim empirijskim vidovima. Sve snažnija spoznaja problema koji se u ovim sektorima postavljaju nije pojava svojstvena samo Latinskoj Americi i Karibima. Kako to primećuje Rakel Salinas⁴, ona označava evoluciju koja se dogodila tokom poslednjih deset godina, i kojoj su pridonele naročito zemlje u razvoju i nesvrstane zemlje. Ova spoznaja je reakcija protiv pritisaka u međunarodnoj strukturi, čija se neuravnoteženost ogleda ne samo na ekonomskom planu nego takođe, i to na vrlo ozbiljan način, na području komunikacije i kulture. Ova okolnost, to jest postojanje izvesnih zajedničkih povesno-structuralnih crta koje su u velikoj meri uzrok sta-

nja što ga proživljuju zemlje u razvoju u pogledu komunikacije i kulture, otkriva velike sličnosti između tih zemalja.

Kratak povesni pregled kojim smo otpočeli ovaj ogled, mogao bi da posluži, uz neke izmene, kao okvir za razumevanje procesa kojeg sada proživljuju, na ovim područjima, neke zemlje Azije, Afrike i Oceanije. Kolonijalizam, nekolonijalizam i zavisnost, koji su obeležili povest svih ovih oblasti, projektuje se i na druge zemlje, dajući im niz zajedničkih crta. Očevdno, kao što to tvrdi kubanski istraživač Enrike Gonsales Manet⁵, te međunarodne okolnosti i jesu one koje su dovele do uočavanja problema u novoj perspektivi. Analizujući osobito pitanje komunikacija, Gonsales Manet podvlači da su sredstva komunikacije brzo postala važna zbog izvesnih političkih, ekonomskih i društvenih činjenica: »a) postupne transnacionalizacije i koncentracije finansijsa i odnosa proizvodnje i razmene, b) političkih i društveno-ekonomskih posledica naučne i tehničke revolucije, c) mobilizacije onog što se zove Trećim svetom radi nove ravnoteže snaga i nove ekonomске konjunkture.«

U toj perspektivi, važne činjenice koje karakterišu regionalnu stvarnost jesu:

1) Geografska koncentracija medija. Sva istraživanja izvršena tokom poslednje decenije pokazuju da jedna od preovlađujućih crta stanja koje proučavamo jeste geografska koncentracija medija koja prizvodi žalosnu neravnotežu, u gotovo svim našim zemljama, naročito između medija smeštenih u prestonicama i onih koji funkcionišu u provincijama. U Argentini, na primer, 68% novina štampa su u Buenos Airesu. U svakoj zemlji nalazimo zone nedovoljno snabdevene ili preterano snabdevene komunikacijama.

2) Koncentracija svojine. Vodoravna i vertikalna koncentracija svojine zajednička je celoj regiji, ali vodoravna koncentracija jeste jača, naročito na području štampe. Po stručnjacima, ona je vezana za samo poreklo ovog medija, jer gotovo sve novine bile su u početku porodična preduzeća.

3) Vladavina privatne svojine nad medijima. Privatna svojina preovlađuje u tri glavna medija: štampi, radiju i televiziji. U nekoliko retkih slučajeva ustanovljavamo ipak mešanje države Sopstvenici medija pripadaju vladajućim klasama i, zahvaljujući svojim ekonomskim vezama s drugim sektorima, zauzimaju povlašćene položaje u delatnosti ovih poslednjih.

4) Monopol nad informacijama. Velike međunarodne agencije monopolizuju priliv informacija na ovom području. UPI, AP, AFP nadziru ulaz i izlaz informacija, što medije ove regije čini zavisnima o stranim agencijama.

5) Neravnoteža u prilivu poruka. Zbog ovog monopolija postoji ozbiljna neravnoteža u pogledu informacija i kulture, naročito što se tiče poruka koje potiču iz razvijenih zemalja i koje su namenjene tim zemljama, gde se nalaze transnacionalne agencije ili velika središta proizvodnje poruka, naročito onih iz kulturnih industrija.

6) Pristup i učešće u komunikaciji. Istraživanja pokazuju da 40% stanovnika Latinske Amerike nema dodira sa sredstvima društvene komunikacije. U jednoj studiji, Mario Kaplun ističe da radio i televizija pretežu nad štampom.

Ovo prepostavlja postojanje 180 miliona slušalaca i 100 miliona TV – gledalaca.

Samo pet procenata radio-odašiljača pripadaju državi, a 93% privatnim preduzećima; što se tiče televizije, država koristi 23% kanala a privatno komercijalno preduzeće 75%. Uputno je da se zabeleži da kulturne ustanove, univerziteti i verska udruženja koriste respektivno 2% radio-stanica i televizijskih kanala.

U radu što smo ga ranije pomenuli, Gonsales Manet povezuje stanje s finansijskom pomoći koju daju uglavnom reklamne agencije mediji mimo kojima upravlja privatni sektor. Po Kaplunu, 94% radio emisija i televizijskih emisija finansira isključivo reklama⁶. Ni za koga nije tajna da takvo stanje snažno uslovljava sadržaje i određuje načine učestovanja.

Ako neki sektor stanovništva Latinske Amerike i Kariba ima pristup medijima, to je deo privatnog sektora kojeg su obrazovali sopstvenici tih medija i oglašivači. Veoma retki su slučajevi u ko-



jima druge društvene grupe učestvuju u proizvodnji komunikacija.

Valja primetiti da, u izvesnim zemljama osoblje medija podnosi ozbiljne i odgovorne zahteve da učestvuje, pored direktora preduzeća, u upravljanju tim medijama. U Venecueli, jednoj od zemalja gde su novinari zakonom najbolje štićeni, radnici podnose takve zahteve već više desetina godina, a da poslodavac nikada nije na njih odvratio na iskren i pozitivan način.

7) Programiranje i sadržaji. Preovladavanje oglasnih poruka u štampi, radiju i televiziji, i osrednjost drugih sadržaja medija stvaraju krajnje značajno stanje u pogledu kulturnog vida komunikacije. Na radiju, programiranje sadrži gotovo jedino muzičke emisije komercijalne vrste, serije ili feljtone i vrlo kratke obaveštajne biltene koji najčešće ne dodaju ništa onom što može da se čita u novinama. Televizija prikazuje mnogo feljtona "iz konzerve" i više nego osrednje serije. Ova dva medija nude naročito banalne i vulgarne emisije za razonod.

8) Infrastruktura. Uprkos ogromnom broju radiostanica (3502) i televizijskih kanala (222), nacionalno pokrivanje nije zajamčeno, usled snažne koncentracije odašiljača, naročito u velikim gradovima. Oprema je uglavnom uvezena iz Sjedinjenih Država, od kojih zavisimo na planu tehnologije. Što se tiče hardware-a telekomunikacija uopšte, regionalno učešće u svetskom spektru frekvencija veoma je slabo, kao što je slučaj i s drugim zemljama u razvoju koje, u svojoj celokupnosti, raspolažu samo s 10% ovog spektra.

Neki podaci izneti u prethodnim odeljcima, iako ne sačinjavaju potpunu sliku stanja komunikacije, ipak omogućuju da se shvate kulturne implikacije ovog činjeničnog stanja. U našem opisu ne pojavljuju se važni sektori kao film, izdavaštvo, integracioni planovi, informatika, itd. Valjalo bi da se uzmu u razmatranje kako bi se u potpunosti mogao odrediti odnos koji postoji između komunikacije i kulture u regiji, ali ovde ne možemo da o njima nadučaško govoriti, čak i ako izneta obaveštenja vode o tome računa⁸.

Godine 1976. postavljanje kompjutera u celom svetu stajalo je 82 129 miliona dolara. Sledеća slika označava njihovu raspodelu:

Sjedinjene Američke Države	45,40%
Zapadna Evropa	30,00%
SSSR i druge zemlje	
Istočne Evrope	6,70%
Japan	10,10%
Kanada	2,80%
Azija, Afrika, Okeanija	
i Latinska Amerika	11,70%

Ove brojke dobro pokazuju krajnju slabost zemalja u razvoju i dakle, našeg područja, u sve važnijem sektoru svetske ekonomije, već nazvanom četvornim sektorom ekonomije, za kojeg se zanimaju, kako to upozorava Parkerov izveštaj,⁹ vladajuće ekonomije, jer je krajnje unosan, jer ne zagađuje, i jer su njegovi proizvodi sve više traženi. Činjenica da Japan sam poseduje onoliko kompjutera koliko i celokupan tzv. Treći svet, izaziva najobuzbiljnije zabrinutosti. A šta reći o Sjedinjenim Državama koje ih imaju četiri puta više! S druge strane, svi znamo da elektronska tehnologija koju supersile prodaju našim zemljama donosi neophodne svote za stalno usavršavanje njihovih tehniku u informatici i komunikacijama.

Ono što stvarnost razotkriva jeste zapovedničko, otudajuće i ponizavajuće prisustvo vulgarne, tude, osvajajuće masovne kulture koja ne vodi računa o nacionalnim ciljevima i kulturnom identitetu naših naroda. Tu takođe postoji protivrečnost, jer ta kultura, koja je suprotna od modela o kojima smo ranije govorili, nastoji da se načini izrazom kulturnih baština i nacionalnih identiteta u borbi da postane temelj i osnova svakog razvojnog napora.

Danas, veza između komunikacije i kulture ide na ruku tipu kulture koji, malo pomalo, lišava naše stanovništvo suštinskih crta njegova identiteta. Države se trude da promene ovo stanje, vraćajući autentičnim nacionalnim kulturama mesto koje im opravdano i razumno pripada.

Vidimo, dakle, kako se suočavaju dve kulture na "najstrateškijem" bojnom polju našeg doba, polju komunikacija. Zaista imamo pravo da kažemo da su se povesne bitke i politički ciljevi prenesti na polju informacije, usled moći kojom raspolažu komunikacija i informacija. Zato zemlje u razvoju i pristaju, u svojoj većoj ulozi posmatrača, procesu sistematskog gomiljanja bogatstva i moći u

razvijenim zemljama, posredstvom postupnog nadziranja hardware-a i software-a informacije i komunikacije, ideja da "informacija jest moć" postaje sve očiglednija stvarnost.

Danas, vladajuća kultura, na našem području, jeste kultura "drugi", kultura koja služi komercijalnim nacionalnim i transnacionalnim interesima. Antonio Paskali tvrdi da u oblasti komunikacije treba da budu izvršene duboke promene, kako bi "rat kultura" ustupio mesto onom što se zove "di-jalog kultura" u kojem će kulturni identiteti moći da se izraze slobodno, ali u poštovanju svog integrata. Za sada u Latinskoj Americi i na Karibima ovaj dijalog kultura nije otpočeo; još uvek smo zavisni i kolonijalizovani u oblasti informacije, komunikacije i kulture, i ta težnja koja čini okvir sveukupnosti koja danas deluje u našoj povesti prigušena je potčinjeničku koju trpe naši narodi.



Zaključci s brojnih skupova postavljaju problem borbe i suprotstavljanja koji karakterišu komunikaciju na našem području, i iznose na video suočavanje između grupa moći koje posreduju u ovom kontekstu. S jedne strane postoji stvarna moć privatnog sektora koji nadzire infrastrukturu, sadržaje i funkcionalisanje medija, iz nacionalnih i transnacionalnih središta, a sa druge, zvanična vlast, koja takođe deluje ali slabo, i koja se uključuje meko, uprkos svojoj velikoj odgovornosti i svojoj neospornoj zakonitosti, u čitav kompleks komunikacija i kulture.

Međunarodna rasprava o ovim pitanjima, dodata čitavom nizu promišljanja o usmerenosti koju su uzeli događaji u oblasti kulture i komunikacije, iznose sve više na video činjenicu da uspostavljanje novog međunarodnog informativnog portreta predstavlja jedan od uslova kulturnog razvoja zemalja u razvoju.

Ako privatnu da kultura čini celinu koja obuhvata procese stvaranja, očuvanja i rasprostiranja, logično je prepostaviti da ona uključuje dve druge celine koje su od nje neodoljive.

Obrazovanje zato što čuva kulturu i utemeljuje stvaralaštvo, a komunikaciju zato što prenosi i širi kulturu učinivši mogućim, kao i obrazovanje, pristup i učešće u kulturnoj ukupnosti.

U ovom kratkom teorijskom izlaganju hteli smo da pokažemo da kulturni razvoj počiva na komunikaciji koliko i na obrazovanju, što se ponekada zaboravlja. Bitka za kulturu jeste bitka za komunikaciju i obrazovanje, i vice versa. Bez ovog ukupnog videnja problema, dolazimo u opasnost da se izgubimo u neplodnim bitkama.

Komunikacijska suština kulture čvrsto se ukorenjuje u poimanju da mogućnost opštenja jeste ono što čini ljudsko biće kulturnim i razumskim entitetom, a ne obrnuto. Ovo ne obezvreduje kulturni karakter komunikacije, jer ova upravo i postoji zahvaljujući kulturnim sadržajima. Vizija koju nam donose ova promišljanja omogućava da se shvati što je sve nužno preduzeti i ostvariti na našem području, kao i u ostalim zemljama u razvoju, da bi se zasnovala nova kulturna stvarnost. Bez novih pravednih formula, bez uzajamnog poštovanja prava i vrednosti, bez saradnje u oblasti komunikacije, kulturni razvoj, raskovan na našim autentičnim nacionalnim identitetima, kao i naš integralni razvoj, ostaje himere.

S francuskog: G. Stojković
Prevedeno iz: *Cultures, UNESCO*, vol. VI N° 3/79.

1. Unesco, Medudžravna konferencija o politikama komunikacije u Latinskoj Americi i na Karibima: *Raport final*, San José, Costa Rica, 1976.

2. Unesco, Medudžravna konferencija o kulturnim politikama u Latinskoj Americi i na Karibima: *Raport final*, Bogotá, 1978.

3. Antonio Pasquali, *Comunicación y Cultura de Mases*; Caracas: Imperatris Universitaria, 1962.

4. Raquel Salinas, *Communication Policies, The Case of Latin America*, Stockholm: Institute of Latin American Studies, 1978.

5. Enrique González Manet, *Prioridades de la investigación sobre la información en América Latina*, Dokumenti predstavljeni na Skupu stručnjaka za istraživanje komunikacija u Latinskoj Americi i na Karibima (Panama: Unesco, 4-8 decembar 1978).

6. Peter Schenkel, "La estructura de poder de los medios de comunicación en cinco países latinoamericanos", u: "Peter Schenkel i Marco Ordonez, *Comunicación y Cambio Social*, Ed. Ciespal, 1975".

7. Mario Kaplin, "La radio-television latinoamericana frente al desafío del desarrollo. Un diagnóstico de la situación", u: *Radio T.V. y Cultura en América Latina* (Quito: Ed. Ciespal).

8. Report of Present State of Communication in Japan, 1978.

9. Edwin Parker, "Información es poder. Las implicaciones sociales de los sistemas de computadores y telecomunicaciones", u Cuadernos, ININCO, Caracas, 1977.

10. Unesco, Reunión d'experts sur la recherche en matière de communication en Amérique latine et dans les Caraïbes; *Rapport provisoire*, Panama, Unesco, decembar 1978.