

ULOGA MEDIJA U RAZVOJU ZELENE STRATEGIJE / THE ROLE OF THE MEDIA IN THE DEVELOPMENT OF THE GREEN STRATEGY

Dr. Emin Mesić / mr Zlatko Mekan
Internacionalni Univerzitet u Travniku
Fakultet za medije i komunikacije
Aleja Konzula – Meljinac bb
72 270 Travnik
tvusk@net.hr 061 366 629
zlatkomecan@gmail.com 061 719 136

Sažetak

Najnovija istraživanja o medijskoj uključenosti u procese zelene tranzicije uglavnom govore da je njihov učinak nezadovoljavajući, posebno u pogledu kvaliteta i obima sadržaja koje štampa i elektronskih mediji prezentuju. Posebno zabrinjava činjenica da novi mediji, odnosno društvene mreže uprkos svome dominantnom uticaju na javnost, problemu klimatskih promjena i drugim ekološkim pitanjima prilaze ograničeno, vrlo površno i izrazito nezanimljivo. Svi dosadašnji naponi da se uloga i uticaj medija u praćenju i interpretaciji globalnih i lokalnih ekoloških tema unaprijedi, izuzev sporadičnih slučajeva, još uvijek ne pokazuju opipljive rezultate. Donekle ohrabruje činjenica da jedan broj radijskih i TV programa u okviru Javnog servisa BiH sve češće tematski tretira evropske ekološke strategije u kojima se može prepoznati nastojanje da se balkanske zemlje u tranziciji što više podrže u istraživanjima i inovacijama na očuvanju okoliša. Od savremenih medija, uključujući i online komunikacije, zahtijeva se znatno veći stepen kulture komuniciranja, a naročito se od publike očekuje da aktivno i kritički promišlja o sadržajima koje mediji plasiraju o održivom suživotu s prirodnim okolinom.

Ključne riječi: mediji, ekonomija, javnost, strategija, zelena tranzicija

The latest research on media involvement in green transition processes generally shows that their performance is unsatisfactory, especially in terms of the quality and volume of content presented by the press and electronic media. Of particular concern is the fact that the new media, that is, social networks, despite their dominant influence on the public, approach the problem of climate change and other environmental issues in a limited, very superficial and extremely uninteresting way. All previous efforts to improve the role and influence of the media in the monitoring and interpretation of global and local environmental topics, except for sporadic cases, still do not show tangible results. Somewhat encouraging is the fact that a number of radio and TV programs within the Public Service of Bosnia and Herzegovina are increasingly thematically treating European ecological strategies, in which the effort to support the Balkan countries in transition as much as possible in research and innovation for environmental protection can be recognized. Modern media, including online communication, require a significantly higher degree of communication culture, and in particular, the audience is expected to actively and critically think about the content that the media puts out about sustainable coexistence with the natural environment.

Keywords: media, economy, public, strategy, green transition

Uvod

Evropski put Bosne i Hercegovine u velikoj mjeri zavisi od efikasnosti zelene i energetske tranzicije. Energetska tranzicija je danas veoma aktuelna tema u Evropi i svijetu, tako da se na globalnom planu sve više govori o ekološkoj i tranzicijskoj javnosti. Kada je riječ o Bosni i Hercegovini tranzicijska javnost u kojoj se vrlo često kristalizira i istovjetno javno mnijenje, već postoji, dok zbog usporenog razvoja ekološke svijesti u bosanskohercegovačkom društvu nije stvoreno pogodno tlo i prostor za snažnije djelovanje ekološke javnosti. U tom pogledu stručnjaci na različitim konferencijama o zaštiti okoliša na kojima se govori i o zelenoj tranziciji, vrlo često oštricu kritike usmjeravaju prema medijima. Smatra se da štampa, radio i televizija, kao i novi socijalni mediji, vrlo malo pažnje posvećuju ekologiji, odnosno zelenoj i energetskej tranziciji.

Posebno zabrinjava činjenica što u programskoj produkciji elektronskih medija imamo sve manje edukativnih sadržaja, obrazovnih i dokumentarnih emisija sa akcentom na ekološku kulturu i medijsku pismenost. Upravo na ovim pitanjima u odgojno – obrazovnom procesu naprednih evropskih zemalja, još u prvoj deceniji 20. vijeka su se desile korjenite promjene s ciljem izgradnje novog vrijednosnog sistema, u kojem ekološka pismenost predstavlja ključnu vještinu modernog društva.

Pitanje zelene tranzicije u Bosni Hercegovini, pored toga, što predstavlja izuzetno kompleksan problem, ulazi u vrh prioriteta i kao zadatak za preispitivanje osposobljenosti društva da se nosi sa novim izazovima demokratizacije, kao što su ekologija i kultura. Jer, bez kulturnog razumijevanja odnosa čovjek – priroda nema kulturne ni ekološke tolerancije zbog čega ekološka pismenost ne može u sferi praktičnog djelovanja utjecati na promjenu svijesti u korist efektivnog i odgovornog ponašanja. Zato je nužno ekološku pismenost posmatrati u kontekstu kulture koja je utemeljena u njenim specifičnostima, tradicijama i drugim vrijednosnim obrascima.

„Na razini neke kulture, primjerice zapadnoevropske, mogu se definirati opći standardi odnosa prema okolišu, primjereni toj kulturi. Ali, u okvirima neke kulture postoje i značajne kulturne razlike uvjetovane geografskim čimbenicima, tehnološkim razvojem, kulturnim specifičnostima regija i različitim kulturnim tradicijama koje daju osnovni pečat u povijesti dotične kulture. Zato se mogu empirijski razlikovati i različite „ekološke pismenosti“ s dostatnim teorijskim i praktičnim objašnjenjima i socio – kulturnim razumijevanjem. Tako s jedne strane različitosti – sličnosti, a s druge kulturne tradicije obilježavaju kulturni kontekst ekološke pismenosti u kulturnom pluralizmu jedne kulture, kao i pluralizmu kultura u svijetu.“¹⁰⁶

S obzirom na zabrinjavajuće stanje zastupljenosti ekoloških tema u štampanim i elektronskim medijima, jedan od razloga slabe zainteresiranosti novinara i urednika za ovu oblast, treba tražiti i u uređivačkoj i programskoj politici medijskih institucija. Uvidom u sadržaje dnevnih izdanja bosanskohercegovačke štampe lako je utvrditi da se ključni pojmovi kao što su

¹⁰⁶ Cifrić, Ivan, Ekološka pismenost između kulturne tradicije i ekološke svakodnevnice, Filozofski fakultet, Zagreb, 1996., str. 410.

energetska tranzicija, obnovljivi izvori energije, energetska sigurnost, održivi razvoj, organska poljoprivreda i slično mogu naći samo u vijestima i izvještajima sa sjednica vlade i njenih institucija, kao i u informacijama sa međunarodnih konferencija o zelenoj i energetske tranziciji. Istraživačko novinarstvo u oblasti ekologije kao da i ne postoji, uprkos činjenici što upravo na ovom polju postoji mnogo problema u čijem rješavanju bi mediji mogli odigrati značajnu ulogu. Radio i televizija kao najutjecajniji medij također bi mogli imati značajniju ulogu u kristalizaciji ekološke javnosti i javnog mnijenja. Pored određenih dnevnih informacija i saopštenja o aktivnostima vlade u sprovođenju zelene i energetske tranzicije, Javni RTV servis BiH, ekološku problematiku tretira kroz nekoliko stalnih sedmičnih emisija tipa „Agro-Ekologika“ (BHT 1), „Zelena panorama“ (FTV BiH) i „Život je na selu“ (RTRS). Analogno tome i neki radijski programi imaju slične emisije, premda sveukupni sadržaji elektronskih medija koji tretiraju zelenu tranziciju u Bosni i Hercegovini ni svojim brojem niti kvalitetom nisu primjereni vremenu u kojem živimo.

1. Ekološka kultura, mediji i tranzicija

Kao što se može vidjeti na osnovu javne percepcije ekoloških globalnih problema društva, čini se da glavni uzročnici neefikasnosti širenja spoznaje o stvarnom postojanju kataklizmičnih upozorenja, leže upravo u nesporazumu koji postoji unutar podsistema javnog diskursa. Kada je riječ o Bosni i Hercegovini tu spadaju institucije i ustanove politike, obrazovanja i medija, koje svaka od njih ima veliku odgovornost za dostignuti nivo ekološke kulture, kao i kolektivne i subjektivne svijesti o ugroženosti čovjeka od različitih faktora koji ugrožavaju njegovu prirodnu okolinu.

Čuveni svjetski intelektualni autoritet, američki lingvista i filolog, Noam Chomsky u svome Zborniku „Mediji, propaganda i sistem“ u kojem je sabrao svoje radove o medijskoj kulturi od 1980. do danas, daje kritičku analizu i razotkriva ulogu medija u cjelokupnom sistemu kontrole i nadzora, kojim upravljaju megakorporacije, odnosno privatno bogatstvo. U tom kontekstu treba promatrati ulogu nekolicine najbogatijih ljudi svijeta koji su preko moći koja proizilazi iz njihovog bogatstva, „ali ne i na osnovu znanja i razuma, najodgovorniji za globalne probleme današnjice, u koje prvenstveno spada i upravljanje svjetskom ekološkom krizom“, pored ostalog, ističe Chomski. U tom pogledu on razmatra i medije i njihovu ulogu u procesu manipulacije i indokrinacije. „Mediji imaju presudnu ulogu u sistemu indokrinacije, zajedno sa obrazovnim ustanovama, univerzitetima i koledžima, počevši već od najranijih dana, od samog vrtića. Sistem indokrinacije jest taj koji nas uči kako se trebamo ponašati, što trebamo misliti i zastupati.“¹⁰⁷

Jedan broj evropskih sociologa i naučnika iz različitih područja društvenih znanosti ne slijedi teorijska promišljanja Noama Chomskog, iako takođe smatraju da su mediji i obrazovni sistem najveći krivci zbog ekološke neosvještenosti najvećeg dijela svjetske populacije. Oni, pored

¹⁰⁷ Chomsky, Noam, Technology of manipulative action review of ten skulduggery strategies, Seven Stories Press, New York, 2002.

ostalog, tvrde da ekonomska razvijenost neke države ne podrazumijeva i veću ekološku osvještenost njene populacije, već naprotiv, tvrde oni, to podstiče širenje konzumerizma, kao ključnog faktora u spektru produkcije različitih ekoloških problema, što je suprotno teorijskim postavkama Chomskog o indoktrinaciji i manipulaciji. Ulogu medija u zelenoj tranziciji Bosne i Hercegovine, takođe možemo posmatrati u kontekstu kritike njih samih, odnosno u skladu sa njihovom sposobnošću i opredijeljenošću da se i sami podvrgnu tranzicijskoj transformaciji.

„Polazeći od poimanja tranzicije kao poželjnog cilja, tj. njenog normativnog postojanja, možemo društvene promjene shvatiti preduvjetom promjena jednog režima u pravcu drugog, tj. kao konkretne uvjete i prostor tranzicije. Te uvjete, odnosno promjene u socijalnom prostoru shvaćamo kao procese transformacije konkretnih društvenih struktura. Oni se, za razliku od normi, odnose na promjene realnosti u socijalne, industrijske i gospodarske strukture, te kulturnog sklopa nekog društva.“¹⁰⁸

Najnovija istraživanja širom svijeta govore o vrlo malom interesu građana za ekološke probleme čovječanstva, te da se građani u velikoj većini nisu spremni odreći komfora koji im pruža moderna tehnologija i savremeni način života, baziran na energetskim izvorima porijeklom od fosilnih goriva. Prije izvjesnog vremena na američkom Columbia University u Njujorku studenti sociologije su sproveli anketu na uzorku od nekoliko hiljada ispitanika koji su pitani, da li bi se mogli zauvijek odreći vožnje automobilom u korist sigurnije ekološke budućnosti svoga potomstva. Samo 17 odsto ispitanika je imalo pozitivan stav o tome, odnosno odgovorili su sa „da“, dok se oko 72 procenta ispitanika izjasnilo da se nikada ne bi mogli odreći vožnje automobilom.

Prizori sa ulica bosanskohercegovačkih gradova takođe šalju jednako snažne poruke kao i rezultati sličnih anketa, budući da svakodnevno susrećemo bezbroj automobila u kojima se „vozikaju“ samo „dokoni“ vozači. O zabrinjavajućim razmjerama pomanjkanja ekološke svijesti i nedostaku zdravstvene kulture, govori i činjenica da nije mali broj ni onih koji automobile koriste čak i onda kada treba da odu do trgovine udaljene tek nekoliko stotina metara od mjesta stanovanja. Pored neprocjenjive štete koju automobili nanose zagađenjem životnog prostora, liječnici takođe upozoravaju da je takvo ponašanje direktno povezano sa sve izraženijom pretilošću i drugim zdravstvenim problemima koji se javljaju kao posljedica tzv. sjedilačkog života.

¹⁰⁸ Cifrić, Ivan, „Tranzicija i transformacija- između norme i prakse“, Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline, Filozofski fakultet u Zagrebu, br. 5(2): 1996. , str.137.

2. Istraživačko novinarstvo i tranzicija

Pored brojnih pitanja kojima se bavi socijalna ekologija, među kojima su, kao što smo vidjeli, i obrazovanje, kultura i mediji, u cilju podizanja svijesti građana o postojanju ekoloških problema čije uzroke i posljedice urgentno treba otklanjati, postoje takođe i druge globalne inicijative i strategije koje upućuju na nužnost razumnog upravljanja i sprovođenja mjera i aktivnosti na zaštiti prirode i očuvanja okoliša. Jedna od najznačajnijih evropskih zelenih strategija jeste Evropska Zelena agenda iz 2019. godine koja bi trebala Evropu učiniti prvim „klimatski neutralnim“ kontinentom do 2050. godine. Kako bi taj cilj bio ostvaren, države potpisnice moraju postepeno raditi na uvođenju čiste energije za pokretanje svih ekonomskih procesa.

Zelena agenda za Zapadni Balkan je usvojena na sumitu u Sofiji u novembru 2020. godine. Sofijsku deklaraciju su potpisale: Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Kosovo, Sjeverna Makedonija i Srbija. Glavne smjernice za sprovođenje Zelene agende za Zapadni Balkan date su u pet oblasti: klimatske promjene (dekarbonizacija, energetska mobilnost), cirkularna ekonomija (otpad, recikliranje, održiva proizvodnja, efikasna upotreba resursa), biodiverzitet (zaštita i obnova ekosistema), borba protiv zagađenja zraka, vode i tla i održivost ruralnih područja.

Budući da je Akcionim planom za realizaciju Zelene agende 2021.- 2027. godine Evropska Unija predvidjela devet milijardi eura, centri za istraživačko novinarstvo u balkanskim zemljama razradili su svoje strategije za praćenje utroška ovih sredstava, pod pretpostavkom da bi to mogla biti prilika za porast korupcije. Centar za istraživačko novinarstvo u Sarajevu je putem svoje video aplikacije Youtube.com/channel..., objavio veliki broj istraživačkih priloga, koji, pored toga, što ukazuju na potencijalnu korupciju takođe detektuju brojne primjere nepoštovanja obaveza koje je država preuzela potpisivanjem Zelene agende.¹⁰⁹

Zelena agenda je bosanskohercegovačkim medijima i općenito novinarstvu postala dobra prilika za afirmaciju istraživačkih poduhvata u području zelene tranzicije, kojih je nažalost, pogotovo u elektronskim medijima vrlo malo. Kao što se može vidjeti iz primjera BIRN-a (Balkanska istraživačka mreža) i CIN-a (Centar za istraživačko novinarstvo) koji za javnu prezentaciju svojih istraživačkih priloga koriste društvene mreže, Zelena agenda je omogućila novinarima koji se bave istraživačkim novinarstvom, da bez većih problema imaju pristup različitim izvorima.

„Značaj istraživačkog novinarstva za društva u tranziciji je nemjerljiv. U zemljama u tranziciji ili zemljama koje su na evropskom putu, veliki broj kriminalnih slučajeva otkriven je od strane istraživačkih novinara. Novinari istraživači rade u malim timovima, ali i pod velikim svakodnevnim pritiskom, u cilju razotkrivanja slučajeva koji su od opšteg javnog interesa.

¹⁰⁹ Zelena agenda: <https://lawinstitute.ba/zelena-agenda-za-zap.balk...>

Istraživačko novinarstvo je proces koji se bavi temama najčešće, namjerno ili slučajno, sakrivenim ili prikrivenim od javnosti.“¹¹⁰

Brojna istraživanja utjecaja masovnih medija na publiku i njeno ponašanje u uslovima ekstremnog pogoršanja klimatskih faktora, ukazuju na dominantnu poziciju televizije u odnosu na druge medije. Kao što je poznato i u teoriji i praksi, afiniteti auditorija imaju odlučujuću ulogu prilikom izražavanja stava o naklonosti nekom mediju. Istraživanja javnog mnijenja potvrđuju da radio i televizija znatno zaostaju za štampom i online medijima u pogledu istraživačkih tema iz oblasti ekologije. Iz toga se može izvesti zaključak da građanska javnost još uvijek ne pokazuje dovoljan interes za ekološke probleme. Zbog svega toga televizija kao najgledaniji i najpopularniji medij ima i najveću odgovornost prema javnosti, koja i sama od elektronskih medija očekuje veću angažiranost na polju istraživačkog novinarstva.

Svako društvo nastoji da ima nacionalnu agendu, kao demokratski konsensus o ključnim problemima društva. Tako je pitanje zelene tranzicije u velikom broju zemalja Evropske Unije kao proces koji se odvija vrlo odgovorno, već dao značajne rezultate. Tome, svakako, mediji zapadnoevropskih država daju veliki doprinos, budući da je i cijela svjetska audio – vizuelna industrija okrenuta ka izazovima klimatskih promjena koje veoma brzo mijenjaju pravila života na cijeloj planeti. U posljednjih desetak godina u Evropskoj Uniji je osnovan veliki broj novih TV produkcijskih kompanija koje se isključivo bave praćenjem globalnih klimatskih promjena i njihovim utjecajem na ekosistem.

Na svjetskom planu ogroman doprinos u razvoju i širenju ekološke svijesti kod stanovništva već nekoliko decenija pruža medijska produkcijska megakompanija National Geographic. Ova po svemu jedinstvena multimedijaska kuća, prije svega, svoj rad zasniva na naučno – istraživačkim projektima u kojima učestvuju i najpoznatiji svjetski naučnici, dok s druge strane, putem vlastitih televizijskih kanala i drugih korisnika širom svijeta prezentira svoju ogromnu audio – vizuelnu produkciju o ekološkim problemima cijele planete. National Geographic ima svoje isturene filijale u više od stotinu zemalja svijeta koje djeluju putem društvenih mreža YouTube i Facebook. Poznato je takođe da je časopis (magazin) National Geographic danas u oblasti štampe najtiražnije svjetsko izdanje, koji je istovremeno i na društvenim mrežama najpopularnija digitalna i online platforma u oblasti ekoloških naučnih istraživanja, odnosno ekološke publicistike i izdavaštva.

¹¹⁰ Pejović, Marko, Priručnik o istraživačkom novinarstvu u oblasti krivičnog pravosuđa, CEDEM (Centar za demokratiju i ljudska prava), Podgorica, 2018., str.3.

Zaključak

Samo djelotvoran i učinkovit medijski sektor u Bosni i Hercegovini može cjelokupni tranzicijski proces demokratizacije društva, usmjeriti u željenom pravcu, odnosno prema evropskim integracijama. Jedna važna dionica tog puta je trasirana Zelenom agendom za Balkan, a čija je jedna od potpisnica i Bosna i Hercegovina. Sadržaj ovog stratejski važnog dokumenta predstavlja trajan zadatak za sve bosanskohercegovačke medije, koji ga, prije svega, na jasan i razumljiv način moraju približiti široj javnosti, odnosno građanima Bosne i Hercegovine. U više navrata u ovom radu smo naglasili da mediji u procesu zelene tranzicije imaju izuzetno veliku društvenu ulogu, zbog čega moraju stalno pronalaziti i otvarati nove komunikacijske kanale kako bi se što brže i efikasnije približili građanima. Razvijanje etičkih standarda prilikom izvještavanja, pored toga što predstavlja trajan zadatak, mora medije u Bosni i Hercegovini učiniti odgovornijim za stanje medijske i ekološke pismenosti publike, kojoj se obraćaju.

Suočavanje medija sa brojnim ekološkim problemima može da proizvede željene efekte ako se programske i uređivačke politike štampe, elektronskim medija i online portala budu brže prilagođavale izazovima istraživačkog novinarstva. Kao što se može zaključiti iz sve većeg broja informacija o investicijama u projekte energetske tranzicije i energetske nezavisnosti, kao i u nove projekte obnovljive energije, efekti medijskih izvještaja iz oblasti ekologije daju sve bolje rezultate. U veliko dijelu ekološke javnosti Bosne i Hercegovine zahvaljujući medijima, odnosno istraživačkom novinarstvu, postepeno sazrijeva svijest o odgovornosti lokalnih zajednica za očuvanje okoliša i rješavanje nagomilanih ekoloških problema.

U tom pogledu, naročito su značajni medijski efekti digitalnih izdanja klasičnih medija na društvenim mrežama, koji prednjače u istraživanjima aktuelnih problema ugroženosti prirodne i životne sredine u vezi sa korupcijom. Takođe je u online komunikacijama, odnosno u internetskom novinarstvu u Bosni i Hercegovini do punog izražaja došao interaktivni učinak dijaloškog širenja pozitivnih priča, u kojima je sve više ekoloških ideja, tema i sadržaja neophodnih u procesu realizacije tranzicijskih strategija globalne zelene agende.

Literatura:

- Cifrić, Ivan, Socijalna ekologija, Filozofski fakultet, Zagreb, 1996.
Cifrić, Ivan, Okoliš i održivi razvoj: ugroženost okoliša i estetika krajolika, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, 2002.
Chomsky, Noam, Technology of manipulative action review of ten skulduggery, Seven Stories Press, N.Y., 2002.
Pejović, Marko, Priručnik o istraživačkom novinarstvu, CEDEM, Podgorica, 2018.
Nuhanović, Asad, Fenomen javnosti, Promocult, Sarajevo, 1997.
Posavec –Lamza, Vesna, Javno mnijenje, Alinea, Zagreb, 1995.
Supek, Rudi, Ispitivanje javnog mnijenja, Naprijed, Zagreb, 1968.

Internetski izvori:

Zelena agenda: [https://lawinstitute.ba/zelena agenda](https://lawinstitute.ba/zelena%20agenda) – za –zap.balk.