

ULOGA MEDIJA U PROCESU ZELENE EKONOMIJE

Izlaganje sa znanstvenog skupa

Minel Duvnjak¹; Elma Arslanović¹; Esma Hamzakadić¹

¹Internacionalni univerzitet Travnik u Travniku, Aleja Konzula - Meljanac bb, Travnik, BiH,
email: arslannpvicelmo@gmail.com ; duvnjakminel455@gmail.com;
hamzakadicesma81@gmail.com

Sažetak

Zelena ekonomija ima cilj smanjiti ekonomske rizike i nedostatke, te ima za cilj održivi razvoj bez degradacije životne sredine. Zelena ekonomija mora prolaziti kroz sveobuhvatne promjene načina razmišljanja te jasno usmjerene strategije. Odnosi s javnošću kao posebna upravljačka funkcija pomaže pri uspostavi i održavanju. Danas, život ne možemo zamisliti bez medija, jer se nalaze u svakodnevnom životu pojedinca. Mediji su postali odgovajatelji ljudi, posebno djece i mladih. Mediji imaju veliki utjecaj u društvu, te uveliko služe za povezivanje cijelog svijeta. Mediji su toliko prošireni da mogu utjecati na naše dojmove, osjećaje, ali i na razumijevanje svijeta. Industrijska revolucija otvorila je nove poglede ljudske historije u kojoj se čovječanstvo nosilo sa izazovima prirode i preživljavalo njezine prijetnje. Veličina i utjecaj pritiska na okoliš u Bosni i Hercegovini posljedica je razvojnih trendova u Bosni i Hercegovini i pristanka koji na okoliš dolaze prekograničnim onečišćenjem. Šezdesetim i sedamdesetim godinama prošlog stoljeća u međunarodnoj zajednici, preovladalo je shvaćanje pismenosti kao nužnog uvjeta za ekološki rast i nacionalni razvoj. Posebno i sam rast broja stanovnika je doveo do složenih ekoloških problema, poput onečišćenja atmosfere, vode, tla... Pošto mediji imaju moć brzog informiranja, trebali bi istaknuti važnije teme i više težiti prema odgovornom ponašanju.

Ključne riječi: zelena, ekonomija, mediji, odnosi s javnošću, ekologija, BiH

Abstract

The green economy aims to reduce economic risks and disadvantages, and aims for sustainable development without environmental degradation. The green economy must go through comprehensive changes in the way of thinking and a clearly focused strategy. Public relations as a separate management function helps in establishment and maintenance. Today, we cannot imagine life without the media, because they are in the daily life of an individual. The media have become educators of people, especially children and young people. The media have a great influence in society, and they serve to connect the whole world. The media has expanded so much that it can influence our impressions, feelings, and understanding of the world. The size and impact of the pressure on the environment in Bosnia and Herzegovina is a consequence of the development trends in Bosnia and Herzegovina and the consent that comes to the environment through cross-border pollution. In the sixties and seventies of the last century, the understanding of literacy as a necessary condition for ecological growth and national development prevailed in the international community. In particular, the growth of the population has led to complex environmental problems, such as pollution of the atmosphere, water, soil... Since the media have the power to provide information quickly, they should highlight more important topics and strive more towards responsible behavior.

Keywords: green, economy, media, public relations, ecology, BiH

UVOD

Mediji su složen pojam i označavaju sistem jednog informiranja. Pod medijem kao sredstvom komunikacije treba podrazumijevati svako sredstvo čijim se djelovanjem ostvaruje komuniciranje, čije su pretpostavke, motivi, sadržaji, efekti i posljedice u manjoj ili većoj mjeri određeni samim medijem. Mediji imaju jako veliki utjecaj u društvu, te uveliko služe za povezivanje cijelog svijeta. Razvijanjem tehnologije, brže se i lakše prenose vijesti po cijelom svijetu, a u budućnosti, na taj će se način lakše omogućavati pristup svim željnim informacijama. Svi imaju pravo na informacije i slobodu govora, što je od iznimne važnosti. No, mediji često imaju i negativan utjecaj na društvo, posebno na djecu, koja su izložena neprimjerenim sadržajima, te to uveliko utječe na njihov rast, razvoj i ponašanje.

Mediji imaju ključnu ulogu u informiranju, podršci i obrazovanju ljudi o zelenoj ekonomiji. Utjecaj medija u toj ulozi je višestruk. Imaju ulogu informiranja javnosti, dakle, mediji pružaju informacije o važnosti održivosti, ekološkim inovacijama, zelenim tehnologijama i politikama koje podržavaju zelenu ekonomiju. Ovo edukuje ljude i potiče ih da shvate važnost ekoloških pitanja. Mediji mogu istaknuti primjere uspješnih inicijativa, projekata ili poslova. To može da podstakne druge da slijede njihov primjer. Također, mediji mogu postavljati pitanja, istraživati i izvještavati o politikama, praksama i postignućima vlade, korporacija i drugih organizacija u vezi sa održivosti. Edukacija i podizanje svijesti; mediji mogu, kroz članke, emisije, dokumentarce i druge medijske oblike, da edukuju ljude o ekološkim problemima, potrebama i mogućim rješenjima. Kroz svoju moć dosega i utjecaja, mediji mogu postići javni angažman oko važnih pitanja u zelenoj ekonomiji, podstičajući ljude da se aktivno uključe i podrže održive prakse. Dakle, mediji imaju ključnu ulogu u oblikovanju percepcije, podizanju svijesti i podsticanju akcije kako bi se podržala zelena ekonomija i održivi način života.

Odnosi s javnošću su forma komunikacije koje je primarno usmjerena na pridobijanje javnog razumijevanja i prihvatanja, a teži da se bavi problemima prije nego i specifično proizvodima ili uslugama. Odnosi s javnošću koriste publicitet, koji ne traži isplatu u širokom spektru medija i obično se stavlja u vijesti ili neke druge predmete od javnog interesa. Zbog takvog postavljanja, odnosi s javnošću nude dosljednost koju reklamiranje ne posjeduje, jer je reklamiranje plaćeni publicitet.

Odnosi s javnošću pomažu u stvaranju odnosa sa različitim sudionicima- potrošačima, investitorima, vladama, NVO-ima i drugim; kako bi se promovirala saradnja i podrška za inicijative zelene ekonomije. Što se tiče kriznog upravljanja, u slučaju ekoloških incidenata ili problema, odnosi s javnošću igraju jako važnu ulogu u upravljanju krizama. Oni mogu pomoći organizacijama da transparentno komuniciraju o problemima, poduzmu određene korake za rješavanje situacije i obnove povjerenje javnosti. Odnosi s javnošću igraju jako važnu ulogu u podršci zelenoj ekonomiji, pružanjem jasne, tačne i angažirajuće komunikacije, potičući odgovornost i podržavajući inicijative koje pomiču održivost i zaštitu okoliša. Uloga odnosa s javnošću u kontekstu zelene ekonomije ključna je u oblikovanju percepcije, komunikaciji i osiguravanju transparentnosti između organizacija, vlade, javnosti i ostalih sudionika.

Zelena ekonomija

Zelena ekonomija je ekonomski model koji se zalaže za održiv i profitabilan razvoj, tražeći razloge i situacije koje donose ekonomske, socijalne i ekološke koristi. Dakle, zeleno gospodarstvo, tvrdi da se socijalna dobrobit može postići istodobno smanjujući ekološke rizike i ekološke prijetnje. Iz tog razloga, zeleno gospodarstvo se sastoji od dugoročne vizije u kojoj su firme, tržišta i investitori predani održivom razvoju koji jamči dugoročnu profitabilnost. U

tom smislu, one firme koje se budu ponašale s poštovanjem prema prirodi, koje karakteriziraju niske emisije ugljika nazvat će se „zelenim firmama“. Ove „zelene firme“ bit će generatori radnih mjesta, poznati kao „zeleni poslovi“. Mnoge firme razvijaju zelene marketinške kampanje, kreiraju zelenije proizvode i ističu održljivost svojih proizvoda. Imamo neke od glavnih ciljeva zelene ekonomije, a oni su:

1. Poboljšavanje socijalne skrbi, borba za pravednost u društvu, borba protiv oskudice i smanjenje opasnosti za okoliš.
2. Učinkovito korištenje resursa, smanjenje emisije ugljika i društvene odgovornosti
3. Povećavanje javnih sredstava, dodijeljenih za borbu protiv emisije ugljika kao i stvaranje zelenih radnih mjesta
4. Snažna predanost energetske učinkovitosti i biološkoj raznolikosti

Karakteristike zelene ekonomije

Zelena ekonomija u današnjem vremenu postaje nužnost za većinu firmi. Ona doprinosi održivom poslovanju, te izravno ili neizravno utječe na financijsku stabilnost, otpornost i održivost poslovanja. Europska Unija prepoznala je zelenu ekonomiju kao jedan od ključnih ciljeva, te će svim poduzetnicima u periodu od 2021. do 2027. biti na raspolaganju bespovratna sredstva za investicije u energetske učinkovitost, obnovljive izvore energije i zelene tehnologije koje doprinose energetski i resursno učinkovitom gospodarstvu. Prioritet je smanjenje i ponovna upotreba materijala prije recikliranja. Time će se poticati novi poslovni modeli i utvrditi minimalni zahtjevi u cilju sprečavanja stavljanja proizvoda štetnih za okolinu na tržište Europske Unije. Od ključne je važnosti promicanje novih oblika saradnje sa industrijom i ulaganjem u strateške lance vrijednosti. Na razini raznih firmi, posebno onih koji uključuju proizvodne procese, nužno je u strategiju uključiti i koncept samog kružnog gospodarstva, energetske učinkovitost, okolišnu prihvatljivost te digitalizaciju.

Zelena ekonomija i klimatske promjene

Prije nekoliko godina ekonomija je bila ovisna o korištenju prirodnih resursa, ali danas postoji „kriza rasursa“, s prijetnjom nestašice i rasta cijena. Stvaranje modela utemeljenog na zelenom ekonomiji vrlo je važno, jer treba omogućiti ekonomski rast bez štete za okoliš. Za postizanje takvog ekonomskog modela potrebno je bolje upravljanje resursima. Dekarbonizacija, efikasna upotreba resursima i uključenost društva i svih aktera, su osnovni princip zelene ekonomije. Pored potrebe za javim i privatnim ulaganjima u aktivnosti i industrije koje će smanjiti emisiju ugljika i zagađenje, povećati energetske efikasnost i održivo korištenje resursa i spriječiti daljnji gubitak resursa, mora se razvijati i ojačati obrazovanje, vještine i kapacitete mladih ljudi s potrebnim vještinama za zelenu ekonomiju kako bi se došlo do potrebne promjene percepcije, ponašanja i kreirala inovativna rješenja. Danas je radna snaga, koja je razumjela svoje „zelene“ poslovne kompetencije potrebna više nego ikada. Bosna i Hercegovina je jedna od država, gdje se ne mogu identificirati zelene inicijative i pothvati, jer je u tom pogledu bilo jako malo razvoja. Aktivnost ovog tematskog programa, ima za cilj smanjiti rizik klimatskih promjena po ekosisteme i ekonomiju, povećati efikasno korištenje energije, udio zelene energije i graditi društvo s niskim emisijama.

Glavne aktivnosti koje provodimo u okviru programa zelena ekonomija i klimatske promjene su:

- Promovisanje i podrška aktivnosti koje podstiču održiv ekonomski rast kroz nisko-karbonske ekonomije, energetske i efikasnu upotrebu resursa.
- Promovisanje i podrška zelenih finansija, tehnologija i investicija
- Podrška stvaranju i jačanju vještina i kapaciteta mladih, s ciljem promjene mišljenja i stava ka zelenoj ekonomiji i inovativnim rješenjima
- Saradnja sa različitim interesnim grupama u svrhu postizanja šireg i uticajnijeg dosega
- Procjena dostupnosti podataka i jačanje kapaciteta vezanih za utjecaj klimatskih promjena i procjenu otpornosti
- Razvoj integralnih metodologija koje će pomoći donosiocima odluka u razvoju učinkovitih političkih/strategija za prilagođavanje klimatskim promjenama

Zeleno gospodarstvo

Prirodni resursi su ograničeni i njima se treba učinkovito koristiti. Gospodarski rast se ne smije postizati na račun budućih generacija. Ako pogledamo nekoliko godina unazad, može se lako zaključiti da je nemar na području gospodarstva cijelog svijeta, doveo do nepovoljne pozicije same okoline. Pokušavajući izvući najbolje iz date situacije, nastao je termin „zeleno gospodarstvo“, koji naglašava važnost svega što je dugoročno održivo, stvaranja manje količine otpada, iskorištavanje prirodnih resursa u minimalnim količinama, te najbitnije, zaštite okoline. Kako je zeleno gospodarstvo i sve nam vezano uz njega, relativno nova tehnologija, postoji mnogo definicija, ali, ako sagledamo ono najbitnije, može se reći da je to način razvijanja i napredovanja države uz održivo korištenje resursa. Iako je uvjerenje da se rast zelenog gospodarstva najbrže ostvaruje velikim iskorištavanjem resursa, koje nalazimo u prirodi, a koji su ograničeni, svijest se mijenja i zauzima stav da napredak gospodarstva može postojati čak i bez oštećenja okoliša. Dakako, država ne može sama tu previše pridonijeti, ali je jako bitno promijeniti svijet samog društva. U svrhu boljeg sutra, imamo niz mjera koje bi se trebale provoditi u globalnoj razini, a neke od njih su: energetske planiranje, upravljanje budućom potrošnjom energije, ušteda energije, postizanje intenzivne razine korištenja obnovljivih izvora energije, primjena novih tehnologija... Ti procesi za sobom zahtijevaju „jak okvir upravljanja, koji koristi instrumente kojima raspolaže, da bi se osigurala povremena i efikasna implementacija“.

Zelena ekonomija u Bosni i Hercegovini

U Bosni i Hercegovini, kao i u mnogim drugim zemljama, zelena ekonomija postaje sve važnija tema. Postoje određeni naponi i inicijative usmjerene prema održivosti i zaštiti okoliša, ali isto tako postoje i izazovi. Imamo nekoliko ključnih elemenata vezanih uz zelenu ekonomiju Bosne i Hercegovine.

Obnovljivi izvori energije: Zemlja ima značajan potencijal za obnovljive izvore energije poput hidroenergije, biomase, solarne energije...Postoje projekti koji se fokusiraju na razvoj obnovljivih izvora energije, ali i daljnje ulaganje i modernizacija su potrebni.

Održiva poljoprivreda: Poljoprivreda igra jako važnu ulogu u ekonomiju, kako bi se promovirala ekološka proizvodnja hrane.

Ekološka svijest i zaštita okoliša: Postoje aktivisti, nevladine organizacije i grupacije koje rade na podizanju svijesti o važnosti zaštite okoliša, recikliranja i očuvanja prirodnih resursa.

Problemi sa zagađenjem: Bosna i Hercegovina se suočava sa problemima zagađenja vode i tla. Ovo je izazov koji zahtijeva ozbiljne napore i ulaganja kako bi se smanjio negativan utjecaj na okoliš i zdravlje ljudi.

Potreba za regulatornim okvirom: Potrebno je poboljšati i uskladiti zakonodavstvo koje podržava zelenu ekonomiju i potiče održive prakse u poslovanju i industriji.

Unatoč nekim naporima i aktivnostima koje podržavaju zelenu ekonomiju, Bosna i Hercegovina se suočava sa izazovima poput nedostatka ulaganja, nedostatka jasne strategije za održivost i probleme sa implementacijom postojećih planova. Ipak, postoje potencijali za daljnji razvoj zelene ekonomije uz podršku vlade, poslovnog sektora i civilnog društva.

Rješavanje problema zelene ekonomije

Razvijanje zelene ekonomije zahtijeva širok spektar rješenja i pristupa. Neki od ključnih koraka koji mogu pomoći u rješavanju problema i promicanju zelene ekonomije:

Obnovljivi izvori energije: povećanje korištenja obnovljivih izvora energije, poput sunca, vjetra, hidroelektrane ili geotermalne energije, smanjuje ovisnost o fosilnim gorivima i smanjuje emisije staklenih plinova.

Održiva urbanizacija: planiranje gradova koji su energetske učinkoviti, promiču javni prijevoz, smanjuje emisije i potiču održive prakse, poput recikliranja i korištenja zelenih površina.

Efikasna potrošnja resursa: imamo i kružno gospodarstvo, gdje se svi proizvodi koriste i recikliraju umjesto da se bacaju, te tako smanjuju otpad u okolišu.

Regulacije i poticaji: uvođenjem regulativa i poticaja koji potiču firme i pojedince na održive prakse, poput poreznih olakšica, za okolinu prihvatljive tehnologije i politike koje kažnjavaju emisiju staklenih plinova

Investicije u istraživanje i tehnologije: poticanje istraživanja i razvoja novih tehnologija koje su održive i ekološki prihvatljive te mogu značajno doprinijeti napretku zelene ekonomije.

Najvažnije je da se pristupi zelenoj ekonomiji i razvijanju na sveobuhvatan način, uključujući saradnju između vlade, industrije, naučnika i građana. Svaka od ovih mjera može doprinijeti stvaranju okoline koja podržava održivost i smanjenje negativnih utjecaja na okolinu.

ZAKLJUČAK

Zelena ekonomija je ekonomski model koji se zalaže za održiv i profitabilan razvoj, tražeći razlog i situacije za ekonomsku, socijalnu i ekološku korist. Zelena ekonomija ima za cilj smanjiti rizike i nedostatke. Zelena ekonomija mora prolaziti kroz sveobuhvatne promjene. Danas, ne možemo živjeti bez medija, jer se oni nalaze u svakodnevnom životu pojedinca. Mediji su danas postali odgovorniji ljudi, a posebno djece i mladih. Mediji su toliko prošireni, da mogu utjecati na naše dojmove, osjećaje, ali i na razumijevanje svijeta. Također, imamo masovne medije, čiji utjecaj niko ne može izbjeći. Mediji su složen pojam i označavaju sistem jednog informiranja. Mediji imaju ključnu ulogu u informiranju, podršci i obrazovanju ljudi o zelenoj ekonomiji. Zaštita okoline postalo je dijelom svakodnevnica te je još uvijek aktivna percepcija da su naše trenutne razine potrošnje i dostupnost resursa, dugoročno održive. Koordiniranim djelovanjem i političkom voljom na svim razinama potrebno je težiti održivom rastu i preokrenuti degradaciju same okoline. Razvijanje zelene ekonomije zahtijeva širok

spektar rješenja i pristupa, tako da imamo mnogo rješenja za primjenu. Pošto mediji imaju moć brzog informiranja, treba istaknuti važnije teme i više težiti prema odgovornom ponašanju.

LITERATURA

Knjige:

Marshall McLuhan – Razumijevanje medija – Zagreb, 2008.

Miloš Babić – Uvod u medije i komunikacije – Banja Luka/ Travnik, 2015.

Linkovi:

<https://hrcak.srce.hr>

<https://hr.economy-pedia.com>

<https://rec.org.ba>

<https://www.undp.org>

<https://dabar.srce.hr>

<https://hr.m.wikipedia.org>

<https://www.medijskapismenost.hr>

