

SAVREMENI EKOLOŠKI PROBLEMI U FOKUSU KOMUNIKOLOGIJE MASOVNIH MEDIJA

Doc. dr. sc. Emin Mesić, email: tvusk@net.hr
Zlatko Mecan MA, email: zlatkomecan@gmail.com
Internacionalni univerzitet Travnik

Sažetak: Čovjekovo komuniciranje s prirodom odnosno njegova nužnost suživota sa njom, jeste ustvari, jedan neprekidan proces, koji još od vremena antičkih mislilaca zaokuplja pažnju svjetskih naučnika. To pitanje danas više nego ikada prije zauzima centralno mjesto u radovima znanstvenika u okviru brojnih društvenih istraživanja, gdje su teme o promjeni uslova komunikacijskog procesa i načina odlučivanja u području zaštite prirodne sredine uglavnom bile u prvom planu. S druge strane, vrlo su oskudna istraživanja o čovjeku kao primarnom komunikatoru i akteru suživota s porirodnom okolinom, ali i kao jedinom subjektu odgovornom za sve ekološke nedaće s kojima se suočava savremeni svijet. Promjene koje se sve brže događaju u prirodi, indirektno i direktno utiču na čovjeka, njegovu kulturu i na sve ono što je stoljećima stvarao. Zbog svega toga ekološka kriza planeta Zemlje, kao čovjekovog jedinog staništa, ne može i ne smije biti izolirana od čovjeka i njegovog interesa, a pogotovo ne izvan njegovog interkomunikacijskog fokusa.

Ključne riječi: ekologija, komunikologija, mediji, kultura, interaktivnost, multimedijalnost, informativnost

CONTEMPORARY ECOLOGICAL PROBLEMS IN THE FOCUS OF MASS MEDIA COMMUNICATION

Abstract: Man's communication with nature, that is, his necessity of coexistence with it, is, in fact, a continuous process, which has occupied the attention of world scientists since the time of ancient thinkers. Today, more than ever, this issue is central to the work of scientists in numerous social studies, where topics about changing the conditions of the communication process and decision-making in the field of environmental protection were mostly in the forefront. On the other hand, there is very little research on man as the primary communicator and actor of coexistence with the natural environment, but also as the only entity responsible for all environmental disasters facing the modern world. Changes that are happening faster and faster in nature, indirectly and directly affect man, his culture and everything he has created for centuries. Because of all this, the ecological crisis of the planet Earth, as man's only habitat, cannot and must not be isolated from man and his interest, and especially not outside his intercommunication focus.

Keywords: Ecology, communication science, media, culture, interactivity, multimedia, informativeness

Uvod

U eri dominantne elektronske medijske komunikacije i sve veće zastupljenosti u javnim komunikacijskim procesima klasičnih medija i internetskih društvenih mreža, ekološka problematika ima sve značajnije mjesto. Mediji odlučnije krče prostor, prije svega, za nauku i politiku, te kroz svakodnevne medijske konverzacije oblikuju bolju percepciju ljudi oko

osnovnih ekoloških problema. U tom pogledu, pored obrazovnih i kulturoloških djelovanja u mijenjanju čovjekove ekološke svijesti, insistira se na boljem razumijevanju uzroka i posljedica globalne ekološke krize i snažnijem reagiranju svakog čovjeka, radi njihovog otklanjanja i ublažavanja.

Komunikacijski procesi u savremenom svijetu danas se odvijaju drugačije nego što je to bilo u vrijeme prvih naznaka globalne ekološke krize. Razvoj globalnih komunikacijskih sistema znatno je povećao nivo medijske interaktivnosti, čime je komunikacijski odnos između komunikatora postao jasniji, kraći i razumljiviji. Nove „on line“ medije karakterizira velika brzina prenosa informacija, dostupnost, povezanost i arhiviranost. U tom kontekstu multimedijalnost i nelinearnost globalnih komunikacijskih procesa učinili su društvene mreže fenomenom informacijske revolucije 21. vijeka, zahvaljujući kojima je ekološka problematika prepoznata kao jedna od najvećih kriza savremenog društva.

„Korišćenje naučnih postignuća koja su temelj postindustrijskoj civilizaciji očigledni je paradoks. Nuklearna energija se ne koristi samo u razvojne svrhe koje bi čovjekov život učinile udobnijim, lagodnijim. Prijetnja nuklearnim naoružanjem stvara jednu od osnovnih tjeskoba savremenog čovjeka, bez obzira da li živio u razvijenom ili nerazvijenom dijelu svijeta. Zastrašivanje nemoćnih država i naroda apokaliptičnim prijetnjama utemeljenim na razornom vojnom potencijalu, dotiče se svakog stanovnika ove planete i uzrokuje dalekosežne posljedice kako na one narode koji strepe da će biti neposredna meta ovih prijetnji, tako i na narode onih država koje odašiljaju ove poruke.“⁶⁷

Najipičaniji primjer za ove tvrdnje jeste agresija Rusije na Ukrajinu gdje agresor pored upotrebe ogromnog arsenala nekonvencionalnog naoružanja, svakodnevno cijelom svijetu prijeti i nuklearnim projektilima. Uz to ruska ratno - huškačka propaganda ne bira s redstva i metode u širenju lažnih medijskih vijesti i izvještaja, obmanjujući tako cijelo čovječanstvo kako je „ubijanje ukrajinskog naroda i razaranje njihovih domova i gradova“, ustvari prijateljski čin koji se dešava za njihovo dobro. Time ukrajinska tragedija pored niza paradoksa, u sebi uveliko nosi i sve elemente ogromne ekološke prijetnje sa tragovima genocidnog zločina nad stanovništvom jedne suverene zemlje, utemeljenog na egocentričnom nacionalističkom samoljublju agresora.

U svojoj analizi principa štetnog uticaja industrije na okolinu, američki sociolog Robert Frederick razmatra pitanja uzroka i posljedica neetičkog ponašanja čovjeka u prirodi, pri čemu sugerira da treba sagledati šta mi kao ljudska bića vidimo kao vrijednost naspram drugih ljudi. Ovaj stav je u velikoj mjeri u skladu sa humanističkim stavom etike zaštite životne okoline po kojem se tvrdi da „samo ljudska bića imaju prava ili moralnu važnost, jer samo ona posjeduju unutrašnju vrijednost. Međutim, mi imamo dužnosti i prema neljudskim stvarima (pingvinima, drveću, rijekama itd.), ali samo ako su te dužnosti izvedene iz dužnosti koje

⁶⁷ Nikolić, S., Zoran, Savremena sociologija, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, 2011., Novi Sad, str. 468.

imamo prema ljudskim bićima. Neljudske stvari imaju vrijednost jedino ako su im tu vrijednost dala ljudska bića⁶⁸.

Ovaj stav je u suprotnosti sa naturalističkim pogledom na etiku zaštite čovjekove okoline, koji zastupa stanovište da prirodne stvari (koje nisu ljudska bića), imaju sopstvenu unutrašnju vrijednost i, kao takve, moralnu važnost. Neki naturalisti u taj okvir pojava, koje zaslužuju moralnu pažnju, uključuju samo životinje koje osjećaju; drugi, opet, uključuju sve žive stvari ili stvari koje su dio ekosistema. Ovaj pogled ponekad se naziva biocentričnom etikom životne okoline, za razliku od homocentričnog koji sve moralne zahtjeve sagledava iz ugla ljudskih bića i njihovih potreba. Neki ova dva pogleda karakteriziraju kao duboku ekologiju, za razliku od površne ekologije.

Komuniciranje čovjeka sa prirodnom okolinom, ako se izuzme interakcija između ljudskih bića, predstavlja vrlo složen i dinamičan proces. Ako je tačno da kultura počinje sa sposobnošću čovjeka da stvara i razumije simbole, tada možemo reći da istorija čovjekove kulture komuniciranja s prirodom već dugo traje. Ona je proizišla iz čovjekove sposobnosti stvaranja i razumijevanja simboličke interakcije sa prirodnim okruženjem. To razumijevanje, za razliku od verbalnog komuniciranja unutar ljudske zajednice, nužno se odvija putem neverbalnih komunikacijskih kanala. Budući da je humana komunikacija dvosmjernan proces prenosa informativnih poruka (simbola), koji se odvija između emitenta (enkodera) i reipijenta (dekodera), neki autori taj proces interakcije čovjeka sa biljnim i životinjskim svijetom vide kao „nijemi jezik“ koji također ima devosmjerni reverzibilni tok i povratnu spregu (feed back).

Postoji obimna literatura koja se bavi različitim pogledima na čovjekov odnos s prirodom, a u čemu je vrlo prisutan i problem komunikacije. Još su početkom 1960 – ih godina 20. vijeka američki komunikolozi ukazivali na fenomen komunikacijske interakcije čovjeka i njegovog prirodnog okruženja. U to vrijeme počela se razvijati naučna disciplina o uzajamnoj povezanosti medija, tehnologija i komunikacije i njihovom uticaju na ljudsko prirodno okruženje. Glavni predstavnik ove teorije je bio Marshall McLuhan, kanadski lingvist, sociolog i filozof poznat po brojnim radovima iz teorije medija i komunikacije. On je sa sljedbenicima svoja naučna istraživanja utemeljio na socijalnoj ekologiji Čikaške škole, koja je zastupala stav da komunikacijski mediji u prirodnom okruženju djeluju isključivo kao „čovjekovi produžeci“, a što je McLuhan kroz svoja kulturološka istraživanja posebno prikazao kroz medijske sociološke opservacije čovjekovog prirodnog okruženja.

2. Teorija ekologije medija u radovima Marshalla McLuhana

Temeljne odrednice teorije ekologije medija sadržane su u sintagmama o medijima kao „produžecima ljudskih osjetila“, „medij je poruka“ i „globalno selo“ koje je Marshall McLuhan eksplicirao u radovima „Gutenbergova galaksija: Civilizacija knjige“ i „Razumijevanje medija: mediji kao čovjekovi produžeci“. U ovim radovima autor je ustvrdio da mediji djeluju kao produžeci ljudskih osjetila u svakoj eri, a raspravljajući o informativnom sadržaju poruke McLuhan je naglasio da je „medij poruka“. I jedan i drugi stav je već tada naišao na oštre

⁶⁸ Drummond, John; Bain, Bill, Managing Business Ethics (Poslovna etika), Clio, Beograd, 2001., str. 193.

kritičke osude i neslaganja dijela naučne javnosti, mada su se danas gotovo nakon pola stoljeća mnoge njegove ideje i vizije već ostvarile, a njegovi teorijski pogledi na probleme medija izazivaju nesmanjenu pažnju.⁶⁹

Sljedbenici Marshalla McLuhana su medije usporedili sa sistemom infrastrukture koji povezuje privredu i kulturu društva s ekologijom medija. McLuhan je tvrdio da „ako bi riječi bile dvosmislene najbolje bi ih se proučavalo, ne u smislu njihovog sadržaja, već u smislu njihovih učinaka u datom kontekstu drugih ljudskih područja stvaralaštva, što je dovelo do teorijskih ideja o medijskoj ekologiji. Na ovom tragu Neil Postman, najistaknutiji sljedbenik učenja McLuhana, krajem 1960-ih realizira projekat pod nazivom Program za medijsku ekologiju na Univerzitetu u New Yorku. Prema Postmanu medijska ekologija podrazumijeva prirodno okruženje u kojem međusobno djeluju komunikacija (javne poruke) i tehnologija (medijska infrastruktura) u širenju informativnih sadržaja. Postman se poziva na medijsku tehniku, komunikacijske procese i medijsku infrastrukturu, a ne na sadržaj poruke, ističući da je razmatranje moralnih prosudbi primarna zadaća ekologije medija. Jer, kako naglašava, on „ne vidi smisao proučavanja medija ukoliko to ne činimo u etičkom ili moralnom kontekstu“.

I Walter Ong je bio student Marshalla McLuhana na Univerzitetu u Saint Louisu gdje se uključio u istraživanja medijske ekologije. Svojim radovima o prelazu iz dominantne usmene u pismenu kulturu dao je značajan doprinos razvoju ove naučne discipline, definirajući ekološke medijske studije kao edukacijski proces stvaranja pretpostavki da mediji uzmu aktivno učešće u boljem razumijevanju problema koji bi mogli dovesti do kataklizme čovječanstva. Ovakvo razmišljanje nije naišlo na razumijevanje drugih McLuhanovih sljedbenika, premda je imalo znatnu podršku njegovih kritičara. S druge strane, Marshall McLuhan definira medije kao sve ono što zahtijeva upotrebu ljudskog tijela. Prema ovoj definiciji računari i odjeća mogu se identificirati kao mediji, jer kada se medij nađe u komunikacijskom procesu, on se prilagođava ljudskim osjetilima tako da postaje produžetak pojedinca koji svojim djelovanjem vrši uticaj na cijelo društvo i tako uvjetuje određene društvene promjene.

Marshall McLuhan navodi da se za učinkovito proučavanje medija mora koristiti, ne samo sadržaj već i cijelo kulturološko okruženje s prirodnim resursima, u kojem mediji djeluju, producirajući javno mnijenje. Uz to, on tvrdi da svi mediji, bez obzira na sadržaj, djeluju na čovjekova osjetila mijenjajući osjetilnu ravnotežu stalnim impliciranjem različitih društvenih promjena. Sintagma „medij je poruka“ kao i metafora „globalno selo“ predstavljaju teorijski obrazac po kojem se razdvaja američka komunikološka tradicija utemeljena na odnosima s javnošću, od evropske tradicije vezane za rad i iskustvo klasičnih medija. Umjesto da u fokusu bude informativni sadržaj medijske poruke, McLuhan naglašava one karakteristike medija koje mogu uticati na sadržaj, ali i odlučivati o tome da li će neka poruka dobiti status vijesti odnosno nekog drugog komunikacijskog sadržaja. Ključni elementi medijske ekologije uglavnom se pripisuju Marshallu McLuhanu, dok Paul Levinson izražava stav da „način na

⁶⁹ „Svijet je kao stalni plemenski bubanj gdje se u svako doba dana i noći mogu dobiti vijesti iz cijelog svijeta. Princeza se udaje u Engleskoj – bum, bum – čuju se bubnjevi, svi se razilaze. Potres u sjevernoj Africi, pijana zvijezda u Hollywoodu – i opet bubnjevi.“ (McLuhan, Marshall, Gutenbergova galaksija : civilizacija knjige, Nolit, Beograd, 1973.)

koji komuniciramo najčešće određuje ono što komuniciramo“, a Neil Postman medijsku ekologiju formalno promovira kao novu naučnu disciplinu.

„Idea da čovjek izdržava s voju kaznu u zatvorenom prostoru, smatra McLuhan, stupa snažno na povijesnu scenu s novim odnosom prema prostoru koji dolazi s renesansom i izravno je povezana s otkrićem perspektive. Tu ideju zatvaranja čovjeka u zatvoreni prostor, McLuhan smatra ograničenom, odnosno prolaznom. U električnom i elektroničkom svijetu, mislio je McLuhan, takav koncept odgoja ne može funkcionirati“. ⁷⁰

Teorija medijske ekologije, iz ugla savremene komunikološke znanosti, uglavnom se čini prihvatljivom budući da su na toj ideji nastali i neki komunikacijski teorijski modeli. Dakle, komunikološka misao Marshalla McLuhana koliko god je 1960 – ih godina prošlog stoljeća bila izložena kritici, a pred sam njegov kraj bila gotovo zaboravljena, danas je ponovo aktuelizirana i stavljena u fokus medijskih i komunikacijskih univerzitetskih studija. Tome je najviše doprinijela činjenica da su se mnoge McLuhanove futurističke vizije i predviđanja već ostvarile i postale važan sadržaj čovjekovog svakodnevnog života. Nekada brutalno kritizirana fraza „globalno selo“ danas predstavlja činjenicu po kojoj elektronički mediji djeluju kao jedinstvena mreža globalne interakcije svjetskog društva. ⁷¹

Čuvenom sintagmom „medij je poruka“ McLuhan ne insistira na tome da se umanju vrijednost i sadržaj same poruke, niti da medij u komunikacijskom procesu ima dominantnu ulogu. Njemu je najvažnije da medij razvija svoju glavnu zadaću koja se manifestira u transferu poruke od emitera do recipijenta u različitim komunikacijskim procesima i situacijama. Pri tome je bitno da medij producira društvene promjene većim intenzitetom nego što to čini sama poruka i njen sadržaj. Pored kritičkog stava tadašnje naučne javnosti o tome da je „medij poruka“, jedan broj američkih sociologa medija i kulture oštro je kritizirao i, navodnu, McLuhanovu tvrdnju, da će postupno doći i kraj doba knjige. Ispostavilo se, međutim, da je oko toga iskrsnuo nesporazum. Prilikom prevoda knjige „Gutenberg Galaxis“ na njemački jezik, izdavač je samovoljno dodao podnaslov „kraj doba knjige“ – o čemu autor uopće nije pisao. Istina je, da su njegova razmišljanja polazila od toga da je kultura knjige povezana sa imenom Gutenberga. Ta činjenica ne samo da je potaknula ljude da čitaju knjige, već im je omogućila da razmišljaju i iznose vlastite stavove o raznim problemima društva. McLuhanova teorija medija značajno je uticala na savremenu komunikološku znanost. Veliki broj svjetskih teoretičara medija, filozofa, sociologa i mediologa sa velikom zahvalnošću i poštovanjem prilaze bogatom stvaralačkom opusu ovoga autora, sa uvjerenjem da je njegov naučni doprinos medijskoj i komunikacijskoj nauci mnogo veći nego što se do uopće moglo pretpostaviti.

⁷⁰ Alić, Sead, McLuhan: najava filozofije medija, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb, 2001.

⁷¹ „U američkom filmu „Gradski neurotičar“ Woodya Allena u jednoj sceni kao gost – glumac se pojavljuje i sam Marshall McLuhan. Allen stoji u redu pred kinom dok je iza njega jedan prepotentni tip koji je svoju prijateljicu zasipao McLuhanovim mudrostima, pokušavajući je impresionirati. U jednom trenutku W. Allen napušta red i poziva McLuhana osobno u kadar. Tada McLuhan kaže kako je sve čuo što je rečeno, ali da je upravo pogrešno interpretiran“. (iz dijaloga u američkom igranom filmu „Gradski neurotičar“ Woody Allena iz 1963. godine).

3. Medijsko oblikovanje ekološke kulture

Ekologija medija kao širi pojam podrazumijeva sadržaje koji imaju za cilj suprostavljanje epohi ili vremenu, ali samo kao prevladavanje, transcendencija same epohe, svijeta i vremena uopće. Ovo prevladavanje nije u moći mišljenja, pa bi ekologija medija zbog toga kao cilj mogla imati suprostavljanje negativnim tendencijama neoliberalne ideologije i globalizma kroz očuvanje kontinuiteta i identiteta društvene zajednice.⁷² Savremeni informativni mediji mogu podsticati usmjerenost na očuvanje i zaštitu prirodne sredine, mada je i za same masovne medije veliki problem, što ne uzimaju u obzir estetičku kritiku i kritičko promišljanje lokalnih i globalnih ekoloških problema. Nasuprot tome, često se dešava da pojedini javni mediji zbog finansijske ovisnosti odnosno budžetskog finansiranja, u svome stavu o određenim spornim ekološkim pitanjima, ostanu na strani onih koji ugrožavaju prirodni okoliš. Iz sličnih razloga dešava se i to da masovni mediji reklamiraju ekološki problematične i zdravstveno neprihvatljive industrijske proizvode. Ekologija medija kao dio kritičke javnosti, takva ponašanja redovno prepoznaje ukazujući na njihov poguban efekat i narušavanje etičkih normi u medijima. Ekologija medija se, zapravo, ne zasniva na mišljenju i stavovima medijskog menadžmenta, već, prije svega, na preobražaju djelatnika u komunikacijskom procesu koji kreiraju medijske sadržaje. U tom pogledu ekološka pismenost i kultura treba da budu jedan od bitnih elemenata u obrazovnom procesu i cjeloživotnoj edukaciji novinara i drugog medijskog kadra.

Pitanje ekološke kulture i ekološke pismenosti prisutno je u naučnoj javnosti od 1960 – ih godina prošlog stoljeća.⁷³ Prema amerčkim teoretičarima ekologije ekopismenost označava „razumijevanje razvoja i funkcioniranja ekoloških sistema koji podržavaju mrežu života“. To je, prije svega, sposobnost čovjeka da shvata osnovne principe života u skladu sa prirodnim zakonima. Analogno tome i ekološka kultura podrazumijeva „sveobuhvatni sistem znanja i sposobnosti da se čovjekov odnos s prirodom realizira na etičkim principima“, uzimajući u obzir kulturne činjenice i praksu koji se prenose tradicijom.⁷⁴

Razumijevanje odnosa ekologije i kulture polazi od saznanja o djelovanju, sastavu, kvalitetu i dinamici tih odnosa unutar ekoloških sistema koji čine mrežu života. U tom pogledu formalno obrazovanje i masovni mediji imaju krupnu ulogu, a naročito kada je riječ o podizanju nivoa ekološke pismenosti. Još sredinom prošlog stoljeća u svijetu je prevladavalo shvatanje o općoj pismenosti kao nužnom uslovu za ekonomski rast i nacionalni razvoj. Prema definiciji funkcionalne pismenosti Opće skupštine UNESCO – a 1978. godine, „osoba je funkcionalno pismena ako se može uključiti u sve aktivnosti u kojima je pismenost potrebna za efektivno funkcioniranje njene grupe i zajednice, te kako bi joj omogućila da se nastavi služiti čitanjem, pisanjem i računanjem za svoj vlastiti razvoj i razvoj zajednice“. Pojam pismenosti mijenja se u skladu sa društvenim i tehnološkim razvitkom globalne zajednice i napretkom nauke. Savremeni svijet zahtijeva nove pismenosti među koje ubrajamo tehničku, tehnološku,

⁷² Ašković, M., Ekologija medija, Časopis filozofije medija, In medias res, Novi Sad, 2015.

⁷³ Pojam eko – pismenosti je razvio Fritjof Capra iz Centra za eko – pismenost u Berkeleyu (California, USA)

⁷⁴ Naturalistički pristup definiše kulturu tako što sve kulturne pojave objašnjava organskim, biološkim i psihološkim aspektima ljudske ličnosti (kultura je dio ljudske prirode – Lamark, Frojd, Jung)

informatičku i medijsku, kao i prirodnonaučnu i ekološku pismenost, kao jednu od paradigmi 21. stoljeća.

Ekološka pismenost je nova obrazovna paradigma koja kombinira holizam, sistemsko razumijevanje, održivost i kompleksnost zbog kojih takav sveobuhvatni pristup dovodi do osnova za integralni pristup u rješavanju ekoloških problema.⁷⁵ U procesu obrazovanja i učenja o prirodi ona objedinjuje društvenu nauku, kulturu i ekologiju sa razvijanjem spoznaja o vrijednostima i vrednovanju prirode i uloge čovjeka u njoj. I medijska pismenost značajnim dijelom obuhvata vrijednosti i saznanja o prirodi, kao i etička načela svakodnevnice brige o njenoj zaštiti i očuvanju.

Bez masovnih medija savremeni svijet ne bi mogao funkcionirati, budući da su javni mediji postali sastavni dio života svakog čovjeka. Komunikacijsko - informativni mediji nisu samo vijesti i druge informacije, niti su samo zabava, a nisu ni moćno edukativno sredstvo, već su sve to zajedno. Odnosi medija i društva uveliko određuju i odnose u društvu. Mediji nisu ni izvan ni iznad društva, što je najbolje izraženo u maksimi, „kakvo je društvo, takvi su i mediji!“ Što je društvo otvorenije i što su izvori informacija pristupačniji, to su i mediji otvoreniji za javnost, ustvrdio je finski teoretičar medija, Osmo Wiio.⁷⁶

Mediji imaju veliku moć uticaja na formiranje javnog mnijenja: mišljenja, stavova i ponašanja ljudi u svakoj društvenoj zajednici. Oni su postali glavni odgajatelji ljudi, a naročito djece, i mladih, pa se s toga javlja potreba za razumijevanjem medijskih sadržaja (širenje medijske pismenosti), te za razumijevanjem medijske kulture. Glavni cilj medijskog obrazovanja jeste pomoći građanima da razvijaju kritički stav prema medijskim sadržajima kako bi bili sposobni da donose vlastite odluke na temelju dostupnih informacija.

Kada je riječ o kulturi komuniciranja u kontekstu ekološke kulture i medijske pismenosti, brojna sociološka i druga istraživanja potvrđuju kako mladi u BiH i šire, pokazuju izrazito nepovjerenje u javne medije i medijske sadržaje, a što se posebno odnosi na štampu, radio i TV. Nasuprot tome oni imaju veliko povjerenje i visoko mišljenje o online medijima. „Ovakvo dijametralno suprotstavljeni stavovi mladih u pogledu „klasičnih“ i online medija pokazuje relativno nizak nivo njihove medijske pismenosti, odnosno nepoznavanja šire društvene uloge medija, kao i potrebe da se u svakodnevnom životu kombiniraju različiti mediji kako bi se stekla objektivna slika i uspjele orijentirati u društvu i svijetu u kojem se živi.“⁷⁷

Ekološka kultura je dio opće kulture a manifestira se kvalitetom odnosa prema samom sebi, prema prirodnoj i životnoj sredini i kvalitetom odnosa prema drugom čovjeku kao vrijednosti. Ekološka kultura se ne može posmatrati kao elitna kultura koja je samo za odabrane, već kao ono što je utkano u svim ljudima kao znanje i navike, usvojene vrijednosti, stavove i uvjerenja,

⁷⁵ Holizam – u psihologiji i društvenim naukama uopće, načelo prema kojem živo biće (ili društvo) predstavlja cjelinu nesvodljivu na dijelove .

⁷⁶ Wiio, Osmo, Guilty or not guilty? Television and violence: An International Comparison, University of Helsinki, Helsinki, 1998.

⁷⁷ Turčilo, Lejla; Osmić, Amar; Žiga Jusuf, Mladi, politika i mediji, Priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih, Fridrich Ebert – Stiftung, Sarajevo, 2017. (prilog: dr. Turčilo, Lejla: Stanje medijske pismenosti mladih u BiH – pokazatelji iz fokusa grupa)

prihvatanje normi šta je u prirodnoj sredini zdravo i kvalitetno, a šta nije, kako se zdravlje čuva, a šta ga ugrožava, na koji se način u postojećim uslovima može poboljšati svijest i kvalitet života.⁷⁸

Dakle, medijsko oblikovanje ekološke kulture, prije svega, polazi od nivoa medijske pismenosti svih aktera u komunikacijskom procesu. To podrazumijeva da urednici i novinari javnih medija moraju raspolagati vrlo širokim spektrom znanja iz ekologije medija, opće kulture i medijske pismenosti. U tom slučaju moglo bi se očekivati da mediji koji imaju ekološki pismene novinare mogu kreirati i producirati takve ekološke sadržaje koji će moći oblikovati javnu ekološku kulturu. Ako istovremeno, s druge strane, kroz obrazovni sistem medijska publika bude bolje ekološki educirana, kao rezultat toga ćemo imati čitaoce, slušaoce i gledaoce medijski opismenjene tako da mogu s medijskim komunikatorima djelovati u istom komunikacijskom polju.⁷⁹

Zaključak

Ekološka teorijska misao danas se sve više manifestira kao izuzetno važan faktor javnog diskursa, a sve snažnijim posredovanjem medija postaje sve prihvatljivija i bliža običnom čovjeku. Budući da savremeno čovječanstvo sve više ovisi o masovnim medijima, u svijetu prevladava mišljenje da se oni moraju istinski ekologizirati kako bi mogli preživjeti vrijeme u kojem živimo, a naročito ono koje tek dolazi. Kao što se može zaključiti, u ovoj elaboraciji ekoloških problema u fokusu komunikologije masovnih medija, kultura, ekologija i mediji već imaju ključnu ulogu u formiranju i podizanju čovjekove ekološke svijesti na višu razinu. U tom pogledu sve veća pažnja je usmjerena na medijsku pismenost kao jedan od najvažnijih preduvjeta za preuzimanje veće odgovornosti medija za razvoj ekološke kulture građana kao konzumenata medijskih sadržaja.

Cijeneći važnost medijske pismenosti, u posljednjih nekoliko godina u regiji i BiH je održan veći broj različitih naučnih konferencija i istraživanja o ovoj temi, čiji su rezultati dati u saopštenjima i objavljeni u zbornicima radova i drugim naučnim publikacijama. U sadržaju objavljenih radova najčešće se ističe „medijska pismenost kao pojam koji obuhvata također i informacijsku, digitalnu i filmsku pismenost, dok UNESCO istodobno promovira koncept medijske i informacijske pismenosti (engl. media and information literacy, MIL)⁸⁰

U okviru ovog koncepta, insistira se na istovremenosti usvajanja znanja i kompetencija za različite populacijske grupe. Pri tome je važno uputiti ljude da ispravno razmišljaju o svojim informacijskim potrebama i medijskim porukama. Informacijska i medijska pismenost prema konceptu MIL, prije svega ima za cilj da pokrene procese kreativnosti i mišljenja korisnika, te da im se olakša pristup informacijama i poboljša interaktivnost sa svim potencijalnim akterima u komunikacijskom procesu. Koncept medijske i informacijske pismenosti po svojim

⁷⁸ Koković, Dragan, Ekologija kao način života, Časopis za društvene i prirodne nauke – Svarog, 1/2010., Novi Sad

⁷⁹ „Što je veće zajedničko iskustvo pošiljalca i primatelja, to je komunikacija bolja“ (Fred S. Sibert; Theodore Peterson; Wibur Schramm, Four Theories of the Press, University of Illinois, Urbana and Chicago, USA, 1963.

⁸⁰ Peta regionalna znanstvena konferencija: „Vjerodostojnost medija“, oktobra, 2014. Mostar (Zbornik radova, FPN, Sarajevo, 2014.)

metodološkim postupcima veoma je blizak ideji cjeloživotne ekološko – komunikacijske edukacije kojom se u većem dijelu i ovaj rad bavio. Jer multimedijalnost novih medija u najvećoj mjeri integrira sve medije i komunikacijske procese u jedinstveni sistem, u kojem je dostupnost svih ekoloških tema i sadržaja nemjerljivo velika.

LITERATURA

- [1] Alić, Sead, McLuhan: Najava filozofije medija, Centar za filozofiju medija, Zagreb, 2010.
- [2] Ašković, Milan, Ekologija medija, In medias res, Novi Sad, 2015.
- [3] Cifrić, Ivan, Sociologija ekologije, Globus, Zagreb, 1989.
- [4] Herock, C., Marshall McLuhan i virtualnost, Zagreb, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2001.
- [5] McLuhan, Marshall, Razumijevanje medija, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 2012.
- [6] McLuhan, Marshall, Gutenbergova galaksija: Civilizacija knjige, Nolit, Beograd, 1973.
- [7] Sibert, S.Fred; Peterson, Theodore; Schramm, Wilbur, Four Theories of the Press, University of Illinois, Chicago, USA, 1963.
- [8] Turčilo, Lejla; Osmić, Amar; Žiga, Jusuf, Mladi, politika i mediji, Priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih, Fridrich Ebert – Stiftung, Sarajevo, 2017.