

МАНИПУЛАЦИЈА ЕКОЛОШКИМ САДРЖАЈИМА У ПРОГРАМИМА ЛОКАЛНИХ ТЕЛЕВИЗИЈА – СТУДИЈА СЛУЧАЈА У НИШУ

Сажетак: Сагледавајући значај и утицај масовних медија на ширење информација, формирање јавног мњења, као и њихову моћ манипулисања еколошким садржајима, у раду је начињен покушај синтезе теоријско-емпиријских резултата у склопу социоеколошког, културолошког и комуниколошког теоријско-методолошког приступа. Електронски медији, а самим тим и локалне телевизије имају неоспорну моћ да делују на формирање и мењање ставова, као и да стварају општу друштвену климу. Њихова мисија јесте да информишу људе различитих образовних профила који насељавају различите типове насеља. Еколошке информације могу мењати ставове, мотивисати и организовати понашање људи у складу са потребама заштите животне средине. Због велике социјализаторске функције, локалне телевизије могу имати и подстицајно, али и негативно дејство на формирање еколошке културе. Тако, уколико пропагирају потрошачку логику, не марећи за природну равнотежу и налажу потрошачки начин живота без обзира на ограниченост природних ресурса, испољава се негативно дејство локалних телевизија.

Кључне речи: манипулисање еколошким садржајима, локалне телевизије, еколошке информације, еколошка култура

1. Уводна разматрања

Промене изазване досадашњим човековим односом према природи, довеле су до настајања многобројних еколошких проблема (мада настају и као последица гео-био-физичких и хемијских дешавања у природи) који се манифестују кроз загађење околине, почев од загађења ваздуха, воде, земљишта, па до утицаја на климатске промене и смањења биолошке разноликости. Еколошки проблеми обично бивају откривени онда када угрозе услове и квалитет живота човека и тада се доносе друштвене мере за заштиту околине. Значајан део еколошки штетног и нерационалног деловања на природу може да пређе у навике појединца, зато је неопходна екологизација културе која треба да промени антиеколошка понашања (Малешевић, 2002: 268).

Током протекле три деценије, дошло је до драстичне промене перцепције, разумевања и вредновања еколошких проблема. У почетку је то било питање угрожености локалних биотопа – земље, воде и ваздуха. Касније су се надовезали комплекснији облици угрожавања животне средине – умируће шуме, оштећење озонског омотача, ефекат стаклене баште, глобално загревање (Lübbe & Ströker, 1990: 9). Савремена реакција на еколошке проблеме је све веће укључивање различитих старосних категорија у њихово разрешавање. Да би се побољшали еколошки услови и спречило даље нарушавање еколошке равнотеже на Земљи, неопходно је утицати на освешћивање свих старосних структура, а самим тим и подизање нивоа еколошке етике и еколошке свести чиме се стварају предуслови за формирање еколошке културе (Милтојевић, 2005: 101).

Еколошка култура, као област опште људске културе и систем националних и општељудских вредности одређује карактер односа у друштву, али пре свега, између човека и природе. Да би се развила, неопходно је да постоји развијена еколошка свест која претпоставља уважавање постојања потреба других људи, друштвених група и свега што постоји на Земљи (Марковић, 1994: 10–11). Људе је неопходно упознати са узроцима нарушавања еколошке равнотеже, као и са потребом заштите природе од деградације, како би се код њих пробудила спремност за ангажовање у заштити природе и на тај начин се оформио одговоран однос према другим људима, будућим генерацијама и свим осталим ентитетима.

Данас је гледање телевизије најпопуларнија забава на свету (Бојлд, 2002: 430). Непобитна је чињеница да све старосне структуре велики део времена проводе баш уз овај масовни медиј. Комплексна мрежа социјализаторских агенаса добија посредством телевизије нову димензију због све већег значаја у обликовању свакодневног живота сваког појединца, утичући на начин понашања, размишљања и формирања представа о себи и другима. Имамо ли у виду чињеницу да је посебно у великим градовима, слободно време недовољно организовано, јасно је, а и истраживања су то показала, на гледање ТВ програма утроши се више времена чиме су и утицаји овог медија значајнији (Ђорђевић, 1979: 9).

Због своје свеприсутности и општеприхваћености телевизија је постала ефикасно средство едукације и популаризације науке, а такође и снажан аниматор у културном животу. Као последица производних и маркетиншких процеса у савременом друштву, медији постају снажан агенс фомирања и обликовања вредности о животу људи који као феномен постају производ индустријске потрошачке културе (Клосковска, 1985: 181–183).

Савремена достигнућа из области науке и технике омогућила су да еколошку информацију у исто време добије велики део популације. Еколошке информације могу утицати на мењање ставова, мотивисање и организовање понашања у складу са потребама заштите животне средине (Cheneigné, 2000: 23). Самим тим могу утицати на подизање нивоа еколошке свести и етике, као

и формирање еколошке културе. Информисаност у домену животне средине подразумева упознавање са еколошком угроженошћу средине и последицама које тиме настају, о могућностима заштите животне средине, о властитој одговорности у томе, о мерама и достигнућима које се предузимају у уређивању простора и слично. Имајући у виду да је основна функција масовних медија да преносе информације до масовне публике, масовни медији а, посебно телевизија, представљају погодан средство за преношење еколошких садржаја гледаоцима, али и за манипулацију оваквим типом информација.

Полазећи од података из досадашњих истраживања, о начину коришћења слободног времена који указују да највећи део становника своје слободно време користи гледајући телевизијски програм, као и на утицај телевизијских програма на формирање јавног мњења, овај медиј несумњиво постаје важан фактор социјализације, васпитања и образовања. Самим тим утиче и на обликовање општедруштвене свести, па и на формирање, прихватање одређених вредносних оријентација, тј. еколошке свести, еколошке етике, а тиме и еколошке културе.

Друштвено-економске и политичке промене које су се одиграле деведесетих година на просторима бивше Југославије за последицу су имале поред осталог и појаву великог броја локалних телевизија. Имајући, с једне стране у виду значај електронских медија у формирању ставова о појединим питањима и појавама, с друге чињеницу да еколошка криза представља глобално обележје савремене цивилизације и да се не доводи у питање само даљи развој, већ и опстанак људског друштва и планете Земље, дефинисан је предмет истраживања. Имајући у виду напред поменуто, испитивана је манипулација еколошким садржајима у програмима локалних телевизија. Истраживање је теоријско-емпиријског карактера, те је начињен нацрт пројекта истраживања, радна библиографија, проучавана је литература везана за дати проблем истраживања и конструисан упитник за интервју са главним и одговорним уредницима локалних телевизија.

Пошло се од претпоставке да информисање из области заштите животне средине није адекватно, да постоји манипулисање еколошким чињеницама на појединим телевизијама са циљем да се пласира одређена мисао о стању у животној средини, да је неопходно повећати емитовање информација из области заштите животне средине како у прилозима информативних емисија, тако и број специјализованих емисија на каналима локалних нишких телевизија.

2. Еколошки садржаји и манипулација еколошким информацијама у програмима нишких локалних телевизија

Научно-технолошки развој који је достигла савремена цивилизација има за последицу настанак бројних еколошких проблема, те се у последњим деценијама двадесетог века говори о еколошкој кризи као глобалном обележју

савремене цивилизације. Имајући у виду размере и последице еколошке кризе, средином прошлог века почињу интензивна разматрања о путевима и начинима решавања еколошких проблема, ублажавања последица нарушене еколошке равнотеже, као и одржавања безбедности животне средине (Цифрић, 1989: 80).

Заштита и унапређивање животне средине условљени су, поред материјалних могућности друштва и степеном развијености еколошке културе сваког појединца. За решавање еколошких проблема, поред осталог, неопходна је информисаност о угрожености животне средине, о последицама које настају услед нарушавања еколошке равнотеже, али и о мерама које ваља предузимати како би се санирале већ нанете штете животnoj средини и превентивно деловало у настајању нових, уз активно учешће свих становника.

Мас-медији имају велики утицај у манипулисању еколошким чињеницама, својим обавештавањем и информисањем о стању у животnoj средини могу бити значајан елемент формирања еколошке свести, еколошког погледа на свет и екологизацији културе (Николић, 2003: 97), али могу бити и снажно средство дезинформације гледалаца.

У истраживању манипулације еколошким садржајима у програмима локалних телевизија, испитивано је еколошко информисање, као и манипулација еколошким садржајима у програмима локалних телевизија на територији града Ниша у периду април–јун 2010. Ради компарације, због старости података, урађено је ново истраживање септембра 2013. Да би се извели закључци о механизмима манипулисања еколошким чињеницама, било је неопходно првенствено испитати колико се еколошког садржаја емитује у програмима локалних телевизија.

На основу анализе програмских шема, анализе концепција емисија и интервјуа са главним и одговорним уредницима дошло се до следећих података.

Приликом интервјуа са главним и одговорним уредником Нишке телевизије 2010. године дошло се до података да Нишка телевизија уврсти понекад у програм еколошке садржаје, али нема средстава за специјализоване, сталне емисије. Имајући у виду да су еколошке теме изузетно актуелне, уредници ове телевизије се труде да их емитују у свим програмским сегментима. Тако се еколошке информације обрађују у различитим емисијама политичког, културног, или образовног карактера, као и кроз јутарњи програм. С обзиром на недостатак средстава, у програмској политици ове телевизије је израда пројеката и аплицирање код донаторских фондова, чија би средства омогућила емитовање специјализованих емисија. Тема пројеката би поред осталог била и еколошка нормативна активност, делатност, култура и пракса, еколошко право, али и друге теме везане за еколошку проблематику. Поједини уредници ове телевизије су заинтересовани за еколошке прописе и њихово поштовање. Нишка телевизија нема у писаној форми програмску стратегију, али има план рада. Наводе да је програмска стратегија ове телевизије део Медијске стратегије Министарства културе, чија је израда у току. Ова стратегија ће помоћи дефинисању плана рада Нишке телевизије. Циљ уређивачке политике ове телевизије је да утичу

на еколошку свест гледалаца. Циљна група су сви потенцијални гледаоци, без обзира на место становања. Написан је пројекат и у плану је да се крене са емитовањем еколошке емисије за децу, што наравно зависи од тога да ли ће се добити адекватна средства. У информативном програму редовно информишу о свим проблемима који се тичу животне средине и њеног загађења. Такође, континуирано прате све најављене еколошке акције у граду и редовно објављују извештаје надлежних органа.

Интервју обављен 2013. године показао је следеће: Нишка телевизија емитује емисију „Зрно“ која се бави информисањем пољопривредних произвођача, презентујући им савете пољопривредних стручњака. Циљ емисије је едукација пољопривредника, како би остварили профитабилну производњу. На сајту Нишке телевизије стоји информација да се емисија „Зрно“ емитује у програму НТВ од њеног оснивања, што је контрадикторно са оним што је добијено приликом истраживања 2010. године.

Резултати истраживања 2010. године показују да се на телевизији Зона емитује специјализована еколошка емисија под називом „Екозона“. У оквиру ове емисије обрађују се еколошке теме везане за обновљиве изворе енергије, заштиту животне средине, итд. То је контакт емисија која се емитује уживо и у којој гостују стручњаци из области заштите животне средине. Емисије су тематске, али су заступљене и теме из области комуналне области, уређења земљишта, гостују и биолози. Такође, из других емисија, као и информативног програма преузимају се прилози који обрађује неки еколошки проблем. До маја 2010. је емитовано 30 емисија „Екозоне“. Теме за емисије добијају се и од Савета за заштиту животне средине, Управе за комуналне делатности, Агенције Бета. Многе емисије урађене су у сарадњи са надлежним институцијама. Теме су углавном везане за замућење вода, управљање отпадом, загађење ваздуха, итд. Циљ ових емисија јесте мењање свести гледалаца о проблемима животне средине. Овде се заправо покушава да се на један конструктивни начин промени механизам деловања сваког појединца. Ради се на томе да се свака индивидуа која прати ове емисије активира на позитиван однос према природи. Полази се од претпоставке да је битно деловати посебно, да би се имао општи ефекат.

На телевизији Зона се емитује и емисија „Агрозона“, која се бави заштитом биљака и пољопривредном производњом. У оквиру ове емисије емитују се савети за примену пестицида на начин и у временским роковима који не угрожавају здравствену исправност пољопривредног производа. Менаџери различитих фирми говоре о својим производима и о минималном броју дана који мора да протекне од примене пестицида до бербе производа. Говори се о значају максимално дозвољене количине пестицида у пољопривреди који се разликује од земље до земље. То је комерцијална емисија, студијског типа, емитује се у премијерном и репризног термину. Циљна група ове емисије су сви они који се баве биљном производњом. Ову емисију на телевизији Зона не региструју као еколошку, иако јој је тематика везана за заштиту животне средине. За уреднике

ТВ Зона ова емисија има за циљ маркетинг и рекламирање пестицида и других препарата за прехрану биља и заштиту биљака од разних штеточина. Овде имамо на делу манипулисање еколошким информацијама. Наиме, када неко од одабраних гостију саветује да гледалац који се бави пољопривредом треба да купи одређени производ, ту имамо и рекламу за тај производ. То уопште не значи да је тај производ бољи или квалитетнији од неког другог. Присутан је класични облик рекламирања у контакт емисијама, где гости саветују одређене производе, који су чак и штетнији за животну средину од неких других.

ТВ Зона нема програмску стратегију. Циљ телевизије је да покрије што већи регион. Циљна група су сви потенцијални гледаоци. Тежња је да се емитују еколошке информације за све гледаоце, независно од образовања, места становања или година. У информативном програму редовно информишу о свим проблемима који се тичу стања у животној средини. Прате еколошке акције у граду, али их и најављују у Јутарњем програму, кроз најаве догађаја, гостовања везана за еколошку проблематику. Објављују извештаје надлежних органа Града Ниша. Такође, преузимају информације са сајтова Министарства за заштиту животне средине и управе за енергетику.

Телевизија Зона је децембра 2012. престала са емитовањем програма.

Истраживање 2010. показује да Телевизија Belle amie нема сталних еколошких емисија, што не значи да није заинтересована за еколошке проблеме у граду. Еколошку проблематику обрађују у оквиру емисија „Слике недеље“, „Ниш на длану“, „Седми дан“, „Слике региона“, „Слике Ниша“, као и у јутарњем и информативном програму. У оквиру ових емисија се може јавити манипулисање еколошким чињеницама, у зависности од потреба политичких инстанци које су одговорне за заштиту животне средине. Није редак случај да, у зависности од пројеката у које се укључују разне владине и невладине организације пропагирају вредности и потребе за очување одређеног сектора животне средине у емисијама различитог типа.

Неки проблеми заштите животне средине се обрађују у емисији „Агро-врт“ која је колажног типа и бави се пољопривредом и воћарством. Као разлог недостатка специјализованих еколошких емисија наводе мањак материјалних средстава. Телевизија Belle amie нема програмску стратегију. Све се планира у зависности од количине новца и потреба финансијера. У некој дугорочној перспективи у плану је емитовање емисије еколошког карактера, што наравно зависи од материјалних средстава. Циљне групе су и градско становништво Града Ниша, као и сеоско и приградско становништво.

У оквиру информативног програма емитују се и тематски прилози о еколошким проблемима и они су следећи:

1. Депоније и дивље депоније и њихова санација,
2. Загађење ваздуха и бука,
3. Избор технологија за уклањање отпада: рециклажа и спаљивање,
4. Загађење вода.

Иако нема посебних еколошких емисија, ову проблематику обрађује

у дневном информативном програму, али се и одређене емисије (које нису из области екологије већ су на пример политичког карактера) тематски везују за проблеме заштите животне средине. Еколошке акције се редовно прате у склопу информативног програма. Редовно извештавају о акцидентним ситуацијама које прате од њиховог настанка па до разрешења проблема. Такође се редовно објављују извештаји надлежних органа у склопу информативног програма.

Интервју са главним и одговорним уредником, обављен септембра 2013. године је показао да Телевизија Belle amie емитује „Агроврт“ од марта 2010. Теме су везане за пољопривредну производњу. Емисија је ВТР типа, сачињена само од прилога, и комерцијалног је карактера. И овде можемо уочити неслагање са резултатима истраживања обављеног 2010. године који показују да Телевизија Belle amie не емитује ни једну специјализовану еколошку емисију.

Интервју обављен 2010. године, са главним и одговорним уредником ТВ5, показао је да ТВ5 нема посебних еколошких емисија али обавештава о актуелним проблемима загађења животне средине кроз информативни и Јутарњи програм. Програмска стратегија ове телевизије је ојачати информативни програм кроз пројекте. Тежња је да се у некој догледној будућности крене са емитовањем еколошких емисија. Циљна група су сви могући гледаоци. У информативном програму се редовно обрађују еколошке теме које су углавном везане за решавање проблема градских депонија, загађења ваздуха, воде и хране. Главни и одговорни уредник сматра да је ефективније деловање прилога од два минута који обрађује неки еколошки проблем, него емитовање емисије која траје сат времена. Такође сматра да прилог може да привуче пажњу већег дела популације, а да се за емисију везују само одређене групе грађана. Редовно прате еколошке акције у граду, као и еколошке акцидентне ситуације од тренутка њиховог избијања па до санације проблема. Извештаје надлежних органа редовно објављују у информативном, као и у Јутарњем програму.

ТВ5 је престала са емитовањем програма новембра 2012. године.

Интервју обављен 2010. године је показао да Банкер телевизија емитује еколошку емисију под називом „Екополис“. Емисија је научно-образовног карактера. У њој се обрађује стање у животној средини и најактуелнија еколошка питања, како локално у Србији тако и глобално у свету. Теме емисије везане су и за законску регулативу. Емисије имају документаристички приступ екологији. Показују се примери грађанске иницијативе, садржаји везани за прекограничну сарадњу са Бугарском и Македонијом. Циљ емисије је да информише и образује широку популацију. У оквиру емисије постоје следеће рубрике:

1. Мисли глобално делуј локално (обрађује дешавања у земљи и свету).
2. Еколичност (промоција људи који нису политичари, а активно се баве проблемима везаним за загађење животне средине).
3. Живи свет природе (обрађује биљни и животињски свет, као и њихову борбу за опстанак у еколошком кризом уздрманом свету).
4. Моћ природе (проблеми везани за загађење хране и животних намирница).

5. Квалитет живота грађана (угрожавање живота, загађење животне средине и бука).
6. Јавност говори (анкете, грађанске иницијативе).
7. Мониторинг (надгледање, инспекцијске службе).
8. Екопресс (промоција књига, информације са интернета, часописи, публикације, новине).
9. Улепшајмо наш град (регионални програм, шта се конкретно чини у решавању еколошких проблема града, прате се акције у граду).
10. Светска кампања „Очистимо свет“.
11. Рециклажа.

Емисије су сачињене од 70% сопствене продукције и 30% архивске грађе. Окупља ековинаре региона, по изјави уредника емисије: нет новинаре Балкана. Ова емисија у себи може садржати и манипулисање еколошким садржајима. Уколико се укаже потреба за мењање свести гледалаца о неком сегменту животне средине, анализа садржаја ових емисија је показала да се одређене информације намећу гледаоцима у зависности од потреба пројекта, на којима су ове емисије засноване. Читава серија „Екополис“ емисија је пројектног карактера, средства обезбеђују међународне организације, тако да се у многим случајевима када је продукција емисија била у питању, радило дириговано.

Програмска стратегија Телевизије Банкер усмерена је на информисање људи у локалној средини. Циљна група су све старосне структуре грађана, као и људи из власти, на које се жели деловати како би се активно укључили у решавање еколошких проблема. У информативном програму се редовно прате градска дешавања. Акцидентне ситуације прате кроз емисију „Екополис“, као и кроз информативни програм. Редовно објављују извештаје надлежних органа, као и примере из Европске уније.

Маја 2012. престало се са емитовањем емисије „Екополис“, те је Банкер телевизија обуставила емитовање еколошких информација.

Истраживање обављено 2010. године показује да Коперникус телевизија обрађује еколошку проблематику кроз информативни, јутарњи програм, али и емитује једном недељно еколошку емисију „Екологија данас“. Ову емисију откупљује од једне новосадске телевизије. Емисија је строго научног карактера у трајању између 30 и 45 минута. Бави се проблемима заштите животне средине, предавањима и истраживањима из ове области. Емисија је намењена свим старосним категоријама становништва. У јутарњем програму се емитују прилози, доводе гости у случају акцидентних ситуација, или горућих еколошких проблема типа загађења ваздуха, воде, дивљих депонија. Тврде да имају програмску стратегију и планирају још емисија еколошког карактера. Циљна група су сви гледаоци. Прате проблеме из области заштите животне средине, као и акцидентне ситуације од њиховог избијања, па до санирања проблема и то у информативном програму, као и у емисијама „Јутро on line“ и „Србија on line“. Редовно објављују извештаје надлежних органа у информативном, као и у јутарњем програму.

Коперникус телевизија 2013. не емитује специјализовану еколошку емисију. Истраживање обављено 2010. године показује да је Телевизија Нишава емитовала емисију „Зелени кључ“ која је обрађивала теме везане за чишћење паркова. Емисија је била пројектна и прекинуло се са емитовањем када се пројекат завршио. Еколошку проблематику обрађују у емисији „Реч по реч“, као и у оквиру других емисија које нису еколошког карактера. Немају програмску стратегију. Циљна група су сви потенцијални гледаоци, као и ромска популација коју покушавају да промовишу и едукују. Информативни програм „Роминфо“ редовно емитује прилоге о загађењу животне средине. На овој телевизији су емитовани прилози о дивљим депонијама поред ромских насеља, чишћење Нишаве, итд. Многе од ових прилога преузеле су и РТС2 и Б92. Континуирано прате еколошке акције у граду. Свакога дана објављују прилоге који показују ромска насеља и дивље депоније које су обично смештене поред ових насеља. Приказују се и Роми који прикупљају секундарне сировине, њихове могућности, квалитет и услови рада. Такође, приказују и Роме који се баве рециклажом, колико то утиче на њихово здравље, како преносе те сировине. Редовно објављују извештаје надлежних органа.

Неколико месеци након спроведеног истраживања локалних телевизија, Телевизија Нишава је прекинула са емитовањем програма.

3. Закључна разматрања

Анализирајући интервјуе вођене са главним и одговорним уредницима нишких локалних телевизија, можемо закључити да је мали број телевизија које емитују специјализоване еколошке емисије. Упркос глобалним тенденцијама све већег информисања јавности о еколошким проблемима, нишке локалне телевизије се суочавају са проблемом недостатка материјалних средстава који онемогућава озбиљније бављење еколошком тематиком. Наиме, главни и одговорни уредници већине нишких локалних телевизија тврде да је проблем са недостатком специјализованих емисија то што нису комерцијалне. Са већ ионако slabим буџетом ове телевизије се боре за опстанак на суровом тржишту и управо због тога бирају да емитују оне емисије које ће се комерцијално више исплатити. С друге стране, оне телевизије које имаје специјализоване еколошке емисије, не финансирају самостално њихову продукцију. Тако, Банкер телевизија емитује емисију „Екополис“, која је настала као пројекат и која се финансира из донаторских средстава. Коперникус телевизија откупљује емисију „Екологија данас“, а емитовање „Екозоне“ и „Агрозоне“ омогућава Град Ниш и Савет за заштиту животне средине. „Агрозона“ је комерцијална емисија и њена предност је што служи и као средство промовисања појединих фирми које се баве продајом пестицида, па на тај начин сама себе финансира. Може се уочити да нишке локалне телевизије проналазе начине за манипулисање еколош-

ким чињеницама, а узроци томе су различити. Алармантне су и сувише смеле изјаве главних и одговорних уредника појединих нишких локалних телевизија (Нишке телевизије и Телевизије Зона), у којима кажу како је њихов циљ да утичу на промену еколошке свести гледалаца.

Током истраживања пошли смо од претпоставке да програмске шеме локалних телевизија у својој структури немају довољан број емисија које би могле утицати на формирање еколошке свести, као предуслова за формирање еколошке културе. Ова претпоставка је доказана. Наиме, све локалне телевизије прате актуелне еколошке проблеме углавном кроз информативни програм. У разговору са главним и одговорним уредницима и појединим новинарима, потврђено је да новинари који прате област заштите животне средине углавном нису довољно еколошки едуковани, те не препознају поједине теме као еколошке (нпр. дивље депоније не посматрају као феномен загађења земљишта, и сл.). Неопходно је имати образоване еко новинаре који би се посветили праћењу еколошких дешавања и информисању гледалаца из ове области. Веома је важно, с обзиром на интензитет еколошке кризе развијати еколошку свест, етику и културу сваког појединца. Будући да је истраживањем потврђено да су медији најјачи фактор социјализације и еколошке сензибилизације, не постоји бољи метод од употребе телевизије у ове сврхе. Жалосно је то што се за специјализоване еколошке емисије нема пара, што о овом проблему информишу недовољно едуковани новинари који нису у стању да разлуче поједине еколошке сегменте, те на тај начин шаљу погрешне информације у етар. На овај начин могу манипулисати гледаоцима. Зато је важно радити на уређивачким политикама свих телевизија, па и локалних и обезбеђивати средства за развој како специјализованих еколошких емисија, тако и више обрађивати ову тематику у оквиру информативног програма, као и у оквиру других емисија.

Резултати овог истраживања су показатељ присутности еколошких садржаја у програмима локалних телевизија, а могу с обзиром на дате околности бити руководство за неке будуће активности. Будући да живимо у време када еколошка криза поприма глобална обележја и да нико није заштићен ефеката које она носи, без обзира на националну припадност, место где живи или верско опредељење, неопходно је радити на прихватању еколошко-етичких норми и вредности, као и утицати на модификовање понашања у еколошки прихватљиво. За то је неопходна адекватна уредничка политика, као и новинари који ће бити еколошки едуковани. Дакле, неопходно је произвести еко новинаре који ће на пријемчив начин пласирати еколошке информације, које морају бити тачне и прецизне. Такође је важно да ови новинари умеју да обављају и своју социјализаторску улогу и да искористе манипулативну моћ овог медија да што адекватније модификују свест и понашање сваког појединца у еколошки прихватљиво. Сви програми локалних нишких телевизија треба да се крећу у правцу што бољег пласирања еколошких информација. Неопходно је искористити све стране фондове и радити на квалитету емитованих информација. Што је слика, тон и прича која се пласира боља, биће ефектнија и рецеп-

ција информација. Такође је неопходно пронаћи начине који би довели до веће заинтересованости гледалаца. Тако бисмо добили појединца високо развијених еколошко-етичких начела, вредносних оријентација и еколошке културе. Јер, еколошки просвећен човек признаје вредности изнад њега и рационално користи природне ресурсе штитећи животну средину током производње материјалних добара која доприносе повећању животног стандарда, а пре свега квалитета живота. Постаје неопходно мотивисати сваког појединца, поготово оне који раде на терену, кроз стимулативне мере да еколошки размишљају, што је хумано, јер омогућује бољи материјални положај. На тај начин се утиче на побољшање еколошке свести. Тако можемо узети за пример рециклажу која спада у феномен који ће помоћи у обнови многих сировина и на тај начин помоћи решавању проблема отпада, као и многих економских питања. Телевизије могу деловати тако да развијају свест сваког појединца о важности овог процеса. За савремено друштво је карактеристично да индустрија рециклаже постаје саставни део еколошке свести и еколошке културе сваког друштва. Профитабилно оријентисана индустрија доводи до нарушавања еколошке равнотеже, али може исто тако довести до смањења еколошке неравнотеже, ако је усмеравана ка искоришћавању ресурса који се могу рециклажно прерађивати.

С обзиром на то да локалне нишке телевизије велики део средстава добијају искључиво из маркетиншког програма, интервјуом са главним и одговорним уредницима је установљено да је информисање о еколошким проблемима спорадично и недовољно. Тако се акценат ставља на извештавање о дневно актуелним еколошким проблемима, али се превенцији и потпунијем информисању становништва не поклања пажња. Иако локалне телевизије представљају значајно средство пружања еколошких информација и имају велики кредибилитет код локалног становништва, јер информишу о проблемима локалне заједнице, оне не пружају довољно информација из области заштите животне средине.

Можемо констатовати да овакво истраживање може постати инструмент у побољшању квалитета еколошког информисања свих гледалаца, у стварању једног новог визионарског друштва које би на адекватнији начин посматрало свет који га окружује и које би живело у сагласности са природом. Ако успемо да искористимо моћ медија да манипулативним деловањем, комбинацијом тона и слике, утиче на мењање ставова сваког појединца, можемо побољшати деловање на екологизацију културе целокупне популације.

Истраживање је показало оправданом потребу за проучавањем међуодноса локалних телевизија и еколошког информисања, као и екологизације културе људи у зависности од места становања. У граду Нишу се може видети велики број дивљих депонија, речна корита која су пуна чврстог отпада. Приликом последњих поплава које су захватиле Ниш у пролеће 2010. током чишћења корита бујичних водотокова пронађени су стари фрижидери, шкољке аутомобила, одбачени телевизори... Људи бацају отпатке не водећи рачуна што загађују животну средину пластичним кесама чији је период распада веома дуг. Прскају воће и поврће пестициди-ма не придржавајући се датих упутстава. Немарно се понашају према здрављу ку-

паца пољопривредних производа, али и према свом здрављу и здрављу своје деце. Веома је значајно пронаћи начин како модификовати понашање људи, како подићи ниво еколошко-етичких норми и система вредности, као и ниво еколошке културе. Можда као разлог оваквог немарног понашања према средини која нас окружује можемо окривити друштво, и то што емитује безначајно мале последице загађења животне средине. Такође, телевизије емитују мало еколошког програма. Један од разлога немарног односа према природи је то што су грађани Ниша деперсонализоване као појединци, те себе не виде као било какав фактор у овој динамици.

Литература

- Бојлд, Е. (2002). *Новинарство у електронским медијима*. Београд: СЛИО.
- Ђорђевић, Ј. (1979). *Телевизија у васпитању и образовању*. Београд: Савремена администрација.
- Клосковска, А. (1985). *Масовна култура*. Нови Сад: Матица српска.
- Lübbe, H. and E. Ströker. (1990). *Еколошки проблеми у културној мијени*. Сарајево: Полис-Савремена друштвена мисао.
- Малешевић, К. (2002). *Социолошки смисао еко-ризика*. Часопис *Теме*, Г XXVI, бр. 2, 267–287.
- Марковић, Д. (1994). *Урбана екологија и еколошка свест*, Зборник Урбана култура и екологија. Ниш: Градина, 5–9.
- Милтојевић, В. (2005). *Еколошка култура*. Ниш: Факултет заштите на раду.
- Николић, В. (2003). *Образовање и заштита животне средине*. Београд: Задужбина Андрејевић.
- Cheneigné, S. (2000). *L'environnement dans les journaux télévisés. Médiateurs et visions du monde*. Paris: CNRS éditions.
- Цифрић, И. (1989). *Социјална екологија*. Загреб: Глобус.

Mirjana M. Marković

MANIPULATION WITH ENVIRONMENTAL CONTENT IN THE PROGRAMMES OF LOCAL TELEVISIONS – CASE STUDY IN NIŠ

Summary: Considering the importance and influence of the mass media over the dissemination of information and the construction of public opinion, as well as their power of manipulation with environmental content, the paper attempts at a synthesis of theoretical and empirical results within the scope of socio-ecological, cultural and communicational theoretical-methodological approach. Electronic media and therefore

the local television stations have an undeniable power to influence the formation and change of attitudes, as well as to create the general social climate. Their mission is to inform people with different educational backgrounds who inhabit different types of settlements. The environmental information has the ability to change attitudes, motivate and organise people's behaviour in accordance with the requirements of environmental protection. Due to their great socialisation role the local television stations can have both stimulating and debilitating impact on the formation of environmental culture. Thus, if they advocate consumer logic, disregarding the natural balance, and promote the consumer lifestyle regardless of the limited natural resources, they express the negative impact of local television stations.