



Andrzej Chodyński

prof. zw. dr hab., Krakowska Akademia
im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

*Człowiek – media – środowisko
naturalne – ekologiczny wymiar
komunikacji,*
red. Ilona Biernacka-Ligieza,
Kamil Fil

[Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2016,
ss. 295]

Recenzowana książka składa się ze wstępu oraz trzech części. Część I, nosi nazwę „Ekologia jako przedmiot refleksji i badań” i zawiera cztery teksty. Część II, zatytułowana „Obraz ekologii w mediach”, obejmuje 6 opracowań. Z kolei w części III, pt. „Strategie i narzędzia – budowanie świadomości ekologicznej”, zawarto pięć opracowań.

Z not o 16 autorach, zamieszczonych na końcu książki wynika, że reprezentują oni zarówno środowiska akademickie, organizacje pozarządowe, ale także środowisko prawnicze.

We wstępie redaktorzy naukowcy temu zwracają uwagę na fakt, że aktualnie głównym źródłem wiedzy w zakresie tematyki ekologicznej są media. W szczególności należy podkreślić ich wpływ na rozwój świadomości ekologicznej oraz tworzenia postaw proekologicznych. Chciałbym zaznaczyć, że logicznym wydaje się zatem, że media mogą pełnić pozytywną rolę w odniesieniu do świadomości ekologicznej, związanej z problematyką bezpieczeństwa ekologicznego. W recenzji starałem się uwypuklić możliwości wykorzystania treści i przesłania książki na rzecz bezpieczeństwa.

W części I Radosław Sajna zauważa, że problematyka ekologiczna w mediach, na poziomach państw, regionów czy stref kulturowych, jest naświetlana z pozycji różnych opcji ideologicznych. Szeroko ujmując pojęcie mediów autor zwraca uwagę, że choć przekazy dotyczące środowiska naturalnego miały miejsce od zarania dziejów, to jednak międzynarodowe dziennikarstwo ekologiczne powstało po Szczycie Ziemi w Rio de Janeiro, w roku 1992. Autor tekstu prezentuje przy tym określone pozycje naukowe dotyczące tej tematyki, podkreślając rolę nowych mediów. Uwzględnia także aspekt komunikowania kryzysowego. Podkreśla, że ze wzrostem znaczenia podejmowanej problematyki można wiązać powstanie międzynarodowego stowarzyszenia zajmującego się komunikowaniem dotyczącym środowiska (naturalnego), czyli *International Environmental Communication Association* (IECA) wraz z oficjalnym, od roku 2007, czasopismem IECA – poświęconym tej tematyce („*Environmental Communication: a Journal of Nature and Culture*”). Wydanie specjalne w roku 2014 poświęcone było roli mediów w aspekcie ocieplenia klimatu. Omówiono w nim m.in. wyniki 133 badań dotyczących roli mediów w komunikowaniu, w aspekcie tego ocieplenia. Autor opracowania sugeruje m.in. utworzenie odpowiedniej sekcji związanej z tematyką media–środowisko w Polskim Towarzystwie Komunikacji Społecznej. Wokół problematyki globalnego ocieplenia swoje rozważania prezentuje Radosław Gawlik, wskazując na związane z tym zagrożenia środowiskowe. Opisuje rolę podejmowanych w Polsce działań, podkreślając znaczenie obszaru legislacji na rzecz energetyki i ochrony klimatu. Katarzyna Guzek, w teście pt. „Komunikacja ekologiczna na rzecz zmian systemowych”, zwraca uwagę m.in. na strategię ruchów ekologicznych. Autorka wymienia podejmowane działania wskazując, że ich realizacja jest możliwa dzięki mediom, w tym społecznościowym, które mobilizują opinię publiczną. Autorka przywołuje działania organizacji Greenpeace, prowadzące m.in. do zaprzestania prób jądrowych na atolu Mururoa. Omawia pojęcie teorii zmiany, wychodząc z określenia celu działań i ścieżki dojścia do realizacji celu w ramach realizowanych kampanii. Teoria zmiany, zdaniem autorki tekstu, stanowi kompleksowy proces uczenia się, obserwacji otoczenia podlegającego zmianom oraz reakcji na zmiany. Podkreślając strategiczne znaczenie takiego podejścia wskazuje na elementy praktyczne, m.in. tworzenie „map drogowych”, wykorzystanie zasad SMART, znaczenie struktur zarządzania projektem; odnosi się do aspektów partnerstwa, współpracy i elastyczności oraz planów komunikacji wraz ze strategią prowadzenia kampanii. Przywoływane zostały wskazówki praktyczne dla działań organizacji ekologicznych dla wsparcia kampanii obrazami, w tym także w odniesieniu do wykorzystania telewizji. Wskazuje się na elementy strategii komunikacyjnej w kampaniach na rzecz zmiany, obejmujące m.in. analizę otoczenia i analizę sytuacji wyjściowej firmy lub marki (w tym wykorzystanie metody SWOT), a dalej kwestie obejmujące samą strategię, możliwości jej realizacji i ewaluacji. Autorka zwraca uwagę, że w czasie kampanii wykorzystywane mogą być działania dezinformacyjne, także z użyciem mediów. Prezentowany tekst, pomijając dosyć powierzchowne podejście do zagadnień teoretycznych, w tym pojęcia teorii, ma jednak znaczenie praktyczne. Pokazuje on bowiem, że sposób realizacji założonych celów można oprzeć na dorobku nauk o zarządzaniu, choć aspektu tego autorka nie eksponuje. Przydatność zawartych propozycji i rozwiązań może być bowiem wykorzystana przy działaniach organizacji ekologicznych na rzecz bezpieczeństwa ekologicznego. Część I kończą rozważania Karoliny Kuszlewicz, dotyczące

prawnej ochrony zwierząt, w tym roli komunikowania („w imieniu zwierząt”) o potrzebie tej ochrony. W części I pojawiają się wątki związane z rolą mediów na rzecz ochrony środowiska naturalnego. Rola ta dotyczy m.in. tworzenia świadomości ekologicznej, ale i udziału w tworzeniu konkretnych kampanii na rzecz ochrony tego środowiska. Taki punkt widzenia może mieć odniesienie do kwestii bezpieczeństwa ekologicznego. Wspomniano także o roli mediów, w szczególności w komunikowaniu kryzysowym.

Część II rozpoczyna tekst Anety Dudy, poświęcony głównym ramom dyskursu ekologicznego w polskich tygodnikach opinii. Analiza najpoczytniejszych spośród nich wyłoniła cztery ramy odnoszące się do degradacji środowiska, jego ochrony (stosowanych sposobów), źródeł energii (zarówno odnawialnych, jak i konwencjonalnych) oraz ekologicznego stylu życia (w odniesieniu do aktywności czasu wolnego oraz konsumpcji). Zwraca na siebie uwagę stosunkowo niski (2,5%) udział treści ekologicznych w całości treści przekazu w trzech analizowanych tygodnikach opinii. Mamy równocześnie do czynienia z faktem naruszania bezstronnego toku narracji dziennikarskiej. Obserwuje się brak spójności formacji światopoglądowej w debacie publicznej w odniesieniu do środowiska naturalnego i wpływ orientacji ideologicznej dyskutantów na zajmowane stanowiska w danej kwestii. Rama degradacji środowiska przywołuje takie określenie, jak niebezpieczeństwo, powodując u czytelnika poczucie zagrożenia. Występuje także aspekt katastroficznego. Wskazany został m.in. na związek zmian klimatycznych z konfliktami wojennymi, np. analizuje się przykład wpływu wielkiej suszy na wojnę w Syrii. Rozważany jest możliwy wpływ takich zjawisk, jak upały, brak wody, pustynnienie czy głód, na migracje ludności. Autorka zauważa, że dyskurs wokół tych czterech ram charakteryzuje się dwubiegunowym, opartym o ideologię, podziałem i wyraźną polaryzacją stanowisk, przy braku chęci porozumienia się. Wydaje się, że takie zjawisko może mieć negatywny wpływ na jednolite postrzeganie przez społeczeństwo zagrożeń ekologicznych, a co za tym idzie – zapewnienia bezpieczeństwa. W tej sprawie należy bowiem dążyć do wyrobienia, w miarę spójnego, wspólnego poglądu o konieczności i sposobach prowadzenia skoordynowanych działań.

Autorami kolejnego tekstu są Hanna Krzyżyńska i Piotr Chmielowski. Dotyczy on wizerunku organizacji ekologicznych na przykładzie analizy dwóch pozycji prasy codziennej w Polsce, w kontekście sporu o budowę drogi – obwodnicy Augustowa (spór o przebieg tej trasy przez Dolinę Rospudy). Autorzy poruszyli zatem problemem konfliktów ekologicznych na konkretnym przykładzie. Spór ten stanowił przedmiot zainteresowania Komisji Europejskiej. Podkreślić należy, że fakt występujących różnic w spojrzeniu na poruszane kwestie, z punktu widzenia prasy ogólnopolskiej i regionalnej, powinien być rozpatrywany oraz brany pod uwagę w sytuacjach możliwości wystąpienia innego typu zagrożeń, np. związanych z bezpieczeństwem ekologicznym. Ciekawy pogląd na temat postrzegania w prasie polskiej zjawiska ekoterroryzmu w sytuacjach konfliktów ekologicznych prezentuje Janusz Okrzesik. Autor zauważa, że pojęcie ekoterroryzmu opisywane jest w odniesieniu do odmiennych zjawisk o charakterze społeczno-politycznym. Pierwsze z nich zawiera działania terroryzmu politycznego, z użyciem takich metod jak użycie broni biologicznej, wykorzystania gazów bojowych czy organizmów chorobotwórczych, skażenia ujęć wody, wywoływania klęsk ekologicznych. Zamiennie używane jest z określeniem bioterroryzm, a stosowane głównie przez państwa oraz grupy terrorystyczne. Drugi pogląd wskazuje, że

pod pojęciem ekoterroryzmu można objąć działania radykalnych ekologów, chcących wywrzeć wpływ na społeczeństwo, rządy, ale także biznes. Chodzi o wymuszenie określonych decyzji posługując się działaniami pozaprawnymi, wykorzystując przemoc, nawet z narażeniem życia ludzkiego lub mienia. Motywację do działania stanowią idee ekologizmu. W ekoterroryzmie wyróżnić można nurt obrońców środowiska (związanych głównie z poglądami tzw. głębokiej ekologii) oraz obrońców zwierząt. W polskiej prasie używane jest słowo ekoterrorysty, jednak zdaniem autora publikacji w żadnym z opisywanych przez niechętnych ekologom dziennikarzy przypadku nie następowało to zgodnie z naukową definicją tego pojęcia. Pod pojęciem ekoterroryzmu opisywano bowiem wszelką działalność ekologów, nawet gdy ich aktywność na rzecz ochrony środowiska naturalnego była legalna. Polskie media biorą zatem udział w realizacji możliwych następujących scenariuszy (wmontowanych także w spór polityczny): rzeczywiste akty ekoterroru ze strony zielonych radykałów bądź przemoc wobec ekologów. Sądzę, że opisywany tekst może stanowić podstawę do szerszej dyskusji, w której brać należy pod uwagę nie tylko rolę mediów na rzecz poprawy bezpieczeństwa, ale także ich możliwą rolę w kreowaniu nowych zagrożeń. Tekst Michała Okseniuka odnosi się do dorobku publikacyjnego Macieja Zaremby-Bielawskiego, w tym jego książki poświęconej gospodarce leśnej w Szwecji. Z kolei Bartosz Pietrzyk, autor kolejnego materiału, zajmuje się obrazem medialnym kataklizmów, zarówno w mediach tradycyjnych, jak i nowych mediach. Wykorzystano przy tym przykład trzęsienia ziemi w Nepalu, gdzie na wstępie omówiono podstawy komunikacji medialnej. Wydaje się, że dla potrzeb bezpieczeństwa szczególnie interesujące są analizy dotyczące przekazu o katastrofie przez telewizję, ale także rozwiązania wykorzystujące możliwości mediów społecznościowych. Przykładem przytaczanym w opracowaniu jest uruchomienie wtyczki Safety Check, która umożliwiła osobom poszkodowanym przez trzęsienie ziemi poinformowanie bliskich o swoim stanie na portalu Facebook. Katarzyna Brzoza zauważa niezadowolający poziom świadomości ekologicznej Polaków, choć w zdecydowanej większości doceniają oni znaczenie ochrony środowiska. Większość mieszkańców informację o środowisku naturalnym czerpie z telewizji, a około jednej trzeciej – z internetu. Autorka zwraca uwagę, że perspektywa ekologiczna w medioznawstwie stanowi nowy obszar badawczy. W opracowaniu zaprezentowano udział kobiet na rzecz działań proekologicznych, a następnie zanalizowano miejsce tematyki ekologicznej na portalach kobiecych i rolę serwisów ekologicznych głównie dla kobiet. Analizując zawartość części II można stwierdzić, że prezentowany obraz ekologii w mediach, z punktu widzenia problematyki bezpieczeństwa, w znacznym zakresie dotyczy głównie katastrof ekologicznych, konfliktów z udziałem organizacji ekologicznych, nowego podejścia do ekoterroryzmu oraz wpływu czynnika ekologicznego na możliwe konflikty militarne. Wskazuje się także na ideologiczne nastawienie do prezentowanych treści, co jak sądzę może mieć wpływ na działania na rzecz bezpieczeństwa ekologicznego

Karolina Franczak, rozpoczynając część III książki przywołuje pojęcie świadomości ekologicznej. Podejmuje przede wszystkim temat obszaru działań wychowawczych w zakresie świadomości indywidualnej i społecznej, wiążąc ją z postawami ludzi wobec środowiska, aspiracjami oraz stylami życia. Wskazuje na występowanie

obszarów życia w harmonii z naturą: obszar przyrodniczo-technologiczny i polityczno-społeczny, prawny oraz ekonomiczny. Autorka omawia wyniki badań stanu świadomości ekologicznej w Polsce i w niektórych innych krajach europejskich. Choć celem artykułu nie była prezentacja bezpieczeństwa ekologicznego, to jednak z tekstu wynika, że takie ujęcie tematu nie jest wyraźnie artykułowane w badaniach świadomości ekologicznej. Być może konstatacja ta powinna być początkiem dyskusji o poszerzeniu zagadnień świadomości ekologicznej o te problemy. Strategii ekologicznej kampanii społecznej na konkretnym przykładzie, dla ochrony parku, poświęcił swój tekst Jacek Bożek. Przede wszystkim należy podkreślić aspekt praktyczny prezentowanego materiału w kontekście zaangażowania społecznego. Pokazano w nim trzy etapy kampanii społecznej: analiza sytuacji wyjściowej, formułowanie przesłania komunikacyjnego oraz budowanie odpowiedniego wsparcia społecznego. Analizuje się motywację do społecznego działania, zwracając przy tym m.in. uwagę na znaczenie relacji zespołowych, a także relacji z mediami i odbiorcami oferowanych działań. Mamy do czynienia z kampaniami, także o charakterze konfrontacyjnym. Podkreśla się, że formy własnego zaangażowania mogą mieć różny charakter – od przyłączenia się do istniejącej organizacji do tworzenia organizacji od podstaw. Prezentowany materiał może mieć niemal charakter instruktażowy (w dobrym rozumieniu tego słowa, przy naświetleniu występujących kontekstów i uwarunkowań), także w przypadku gotowości do podjęcia działań (kampanii) na rzecz bezpieczeństwa. Barbara Koc-Kozłowiec w swoim artykule omawia wybrane aspekty edukacji ekologicznej na poziomie szkoły podstawowej. Analizie poddano hasła ekologiczne opracowane przez samych uczniów w ramach zajęć dydaktycznych poprzez kształtowanie postaw. Postawy stanowią część świadomości i istnieją możliwości ich zmian przez perswazję. Omawiane są techniki perswazyjne (reklamowe). Autorka zwraca uwagę, że edukacja ekologiczna dotyczy m.in. upowszechniania wiedzy ekologicznej, która może służyć unikaniu katastrof ekologicznych.

Znaczący wpływ specjalistów od *public relations* na dziennikarzy polskich portali internetowych w obszarze kosmetyków naturalnych omawia Ewelina Pasternak. Autorka podkreśla brak podstawowej wiedzy dziennikarskiej w opisywanym zakresie. Występują zatem wątpliwości co do wiarygodności i niezależności mediów.

Ostatni z tekstów, autorstwa Moniki Wasilonek, podnosi kwestię ekologii i ochrony środowiska w reklamie społecznej, w kontekście mechanizmu prowokacji. W tym przypadku reklama przekracza granice prawne, moralne i etyczne. Ważną rolę w propagowaniu takich reklam odgrywa internet. Tego typu reklama zawiera różne tematy tabu, w tym dotyczące wojny czy terroryzmu (np. motyw ataku na World Trade Center). Przykładowo ten ostatni wątek był wykorzystywany w reklamie, która miała sugerować, że w większej ilości giną ludzie w wyniku klęsk żywiołowych niż przy ataku na World Trade Center. Treści prezentowane w rozdziale ostatnim mogą mieć istotne znaczenie przy rozważaniach dotyczących działań podejmowanych na rzecz bezpieczeństwa, w tym z udziałem mediów. Punktem wyjścia jest jednak wysoka świadomość społeczna, charakter społecznego zaangażowania poszczególnych osób oraz wpływ na odbiorców, w tym udział dziennikarzy przekazu PR czy zawartość reklam. Ważną kwestią jest przygotowanie dziennikarzy do prezentowania treści związanych z bezpieczeństwem.

Andrzej Chodyński

Na zakończenie warto podkreślić, że omawiana pozycja stanowi interesujący wkład dla szerszego spojrzenia na rolę mediów głównie na rzecz bezpieczeństwa ekologicznego. W niektórych tekstach podnoszono kwestie związane bezpośrednio z bezpieczeństwem, np. w związku z katastrofami naturalnymi czy ekoterroryzmem. Jeśli nawet w poszczególnych opracowaniach tego bezpośredniego związku nie wskazano, to stanowią one mogą punkt wyjścia do takich rozważań.