



Temat zmiany klimatu w polskim przekazie medialnym na przykładzie 26. Konferencji Klimatycznej ONZ

Daria Zadrożniak

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

daria.zadrozniak@amu.edu.pl

ORCID: 0000-0001-5068-1893

STRESZCZENIE

Jednym z najważniejszych problemów o charakterze globalnym jest zmiana klimatu. Kwestie, które jej dotyczą, są poruszane nie tylko przez badaczy czy aktywistów, ale także przedstawicieli elity władzy, odpowiedzialnych za decyzje o charakterze politycznym. Jedno z głównych dorocznych wydarzeń, podczas którego delegacje państw z całego świata omawiają problemy i wyzwania związane ze zmianą klimatu, stanowi Konferencja Klimatyczna ONZ. W 2021 r. w Glasgow odbyła się jej 26. edycja, o której informowały media tradycyjne i internetowe. Wydarzenie określono mianem „szczytu ostatniej szansy”. **Celem** artykułu jest zaprezentowanie wyników badania nad medialnym obrazem 26. Konferencji Klimatycznej ONZ (COP26). **Koncepcja:** przedmiot badań stanowiły materiały dziennikarskie publikowane w czasie trwania Konferencji w trzech głównych wydaniach telewizyjnych serwisów informacyjnych („Wiadomości”, „Wydarzenia”, „Fakty”) oraz na głównych stronach trzech internetowych portali informacyjnych (Interia, Onet, WP). **Wyniki:** badanie wykazało, że w wybranych do analizy dniach miało miejsce wiele wydarzeń (np. protesty przeciwko prawu antyaborcyjnemu, kryzys migracyjny na granicy polsko-białoruskiej), a COP26 musiała z nimi konkurować o uwagę mediów. Jednakże materiały dotyczące konferencji zostały przedstawione przez wszystkie badane organizacje medialne. Ponadto każdy z telewizyjnych serwisów informacyjnych (np. poprzez obecność reporterów w Glasgow) i każdy z internetowych portali (np. poprzez udział w akcji zorganizowanej przez Greenpeace) podkreślił znaczenie tego wydarzenia.

SŁOWA KLUCZOWE

COP26, Konferencja Klimatyczna ONZ, media, zmiana klimatu



Wszyscy jesteśmy mieszkańcami Prypeci¹. Prowadzimy wygodne życie w cieniu katastrofy, do której się przyczyniamy” – tak David Attenborough (2020, s. 13) określił zachodzące obecnie na Ziemi szóste wielkie wymieranie gatunków. Stanowi ono jeden z wielu skutków zmiany klimatu, która jest szczególnym i aktualnym problemem o charakterze globalnym. Obejmuje ona wiele zjawisk dotyczących przyrody nieożywionej i ożywionej – w tym ludzi. Wśród tych najbardziej widocznych można wskazać katastrofy ekologiczne – zarówno te wywołane bezpośrednią działalnością człowieka (np. wyciek gazu w Zatoce Meksykańskiej w 2021 r.), jak i te będące jej odroczonym efektem (np. pożary w Australii w latach 2019 i 2020) – dodatkowo pogłębiające problem rosnącej temperatury na Ziemi. Ze względu na znaczenie tych katastrof i ich medialną wartość (Galtung & Ruge, 1965; Harcup & O’Neil, 2016) są one szeroko omawiane w środkach przekazu. Może to także przyczyniać się do zainteresowania odbiorców tymi problemami i w konsekwencji przekładać się na ich konkretne działania, m.in. akcje protestacyjne lub wpłaty pieniędzy na rzecz potrzebujących. Co istotne, obok znaczenia środowiskowego, ze zmianą klimatu powiązane są również inne sfery życia, w tym polityczna, energetyczna, ekonomiczna i społeczna. Dlatego też autorzy kolejnych raportów Międzyrządowego Panelu ds. Zmiany Klimatu ONZ (IPCC) podkreślają, jak niezbędne jest podjęcie konkretnych i skutecznych działań w celu powstrzymania katastrofy klimatycznej.

Na zagrożenia spowodowane zmianą klimatu wskazywali także organizatorzy 26. Konferencji Klimatycznej ONZ, określając to zjawisko jako najważniejszą kwestię naszych czasów, o stawce, która nie może być wyższa (COP26, 2021). Wydarzenie odbyło się w Glasgow w Wielkiej Brytanii między 31 października a 12 listopada 2021 r., wzięli w nim udział przedstawiciele państw z całego świata. Celem spotkania było omówienie problemów i wyzwań związanych ze zmianą klimatu, a także podjęcie konkretnych decyzji i wypracowanie porozumienia, które miałyby zapobiegać pogłębianiu się tego zjawiska. Z wieloma działaniami przywódców nie zgadzali się jednak aktywiści, którzy krytykowali ich za błędne decyzje lub pomijanie wielu problemów, np. opóźnienia w odchodzeniu od paliw kopalnych, szczególnie węgla. Dlatego też obok oficjalnej części wydarzenia na ulicach Glasgow odbyły się protesty, w których wzięli udział obrońcy klimatu z całego świata, wspierani m.in. przez Gretę Thunberg, a sama konferencja była przez nich określana jako „szczyt ostatniej szansy” (Lasota, 2021).

Ze względu na wielowymiarowy charakter problemu zmiany klimatu i jego medialną wartość poprzednie edycje ONZ-owskich konferencji klimatycznych przyciągały uwagę mediów, zarówno tradycyjnych, jak i *online*, w tym mediów społecznościowych. Wskazują na to badania prowadzone przez przedstawicieli nauki o komunikacji społecznej i mediach; skupiali się oni na różnych aspektach związanych z tymi konferencjami, m.in. ich medialnym obrazem i obecności wątków środowiskowych w prasie drukowanej (Sajna, 2012), roli uczestniczących w nich naukowców, publikujących wpisy na Twitterze (Walter, De Silva-Schmidt, & Brüggemann, 2017), czy strategiach komunikacyjnych stosowanych przez osoby pełniące funkcje publiczne (np. Donald Trump, Justin Trudeau) lub powszechnie znane (np. Jane Fonda) w publikowanych przez nich w czasie konferencji postach na Facebooku (De-Lara, Erviti, & León, 2022).

Celem artykułu jest prezentacja wyników badania nad medialnym obrazem 26. Konferencji Klimatycznej ONZ w polskich mediach (tradycyjnych i *online*). Na jego potrzeby przeprowadzono ilościową analizę zawartości mediów. Jej przedmiotem były materiały dziennikarskie

¹ Prypeć – miasto w Ukrainie zniszczone podczas wybuchu reaktora elektrowni jądrowej w Czarnobylu w 1986 r. Wydarzenie jest uznawane za jedną z najbardziej znaczących katastrof ekologicznych w historii (Attenborough, 2020, s. 9–12).

opublikowane przez sześć organizacji medialnych – TVP1, TVN, Polsat², Interię, Onet i Wirtualną Polskę – w dniach trwania wydarzenia. Metodologia zostanie zaprezentowana szerzej w dalszej części tekstu. Sformułowano trzy pytania badawcze: 1) jaka była skala ekspozycji COP26 w mediach tradycyjnych i *online*; 2) jakie cechy charakteryzowały COP26 w przekazie medialnym; 3) jaki był sposób ramowania COP26 w mediach tradycyjnych i *online*? Ze względu na eksploracyjny charakter postawionych pytań nie została sformułowana hipoteza badawcza.

Podstawy teoretyczne

Media tradycyjne i *online* stanowią źródło informacji na temat wydarzeń w kraju i za granicą. Mogą one także pełnić szereg funkcji, w tym edukacyjną, mobilizacyjną i opiniotwórczą (MacBride, 1980; McQuail, 2007, s. 111–112; Nowak, 2016). Dlatego tak istotne jest to, co zostanie zaprezentowane odbiorcom. Ze względu na liczbę informacji, które pojawiają się każdego dnia, organizacje medialne i pracujący w nich dziennikarze decydują, z którymi wydarzeniami i problemami zapoznają się ich odbiorcy. O wyborze decyduje m.in. medialna wartość tych kwestii. O jej istnieniu może zaś świadczyć obecność konkretnych cech. Wśród nich można wskazać te, o których mowa w teorii wartości medialnej wydarzenia (Galtung & Ruge, 1965; Harcup & O’Neil, 2016): wyjątkowość, konflikt, zaskoczenie, dramatyczność, skala, trafność, negatywny charakter, pozytywny charakter, rozrywkowy charakter, udział osób związanych z elitą władzy, udział osób powszechnie znanych (celebrytów), związek z agendą organizacji medialnej, możliwość udostępniania na portalach społecznościowych, dołączenie materiałów audiowizualnych, kontynuacja wcześniejszych wydarzeń. Tym samym materiały poświęcone skutkom zmiany klimatu mogą mieć potencjalnie dużą wartość informacyjną. Szczególny przykład stanowią katastrofy ekologiczne, które przez wzgląd na ich drastyczność czy skalę mogą zyskać wiele uwagi ze strony mediów. Taka sytuacja miała miejsce na przełomie 2019 i 2020 r., gdy pożary w Australii spowodowały ogromne zniszczenia i pociągnęły za sobą wiele ofiar.

Nawiązując do słów Bernarda Cohena, że „być może media informacyjne nie potrafią przekazać ludziom, co mają myśleć, ale potrafią ich przekonać o czym mają myśleć” (za McCombs, 2008, s. 2), należy podkreślić, że ważne jest nie tylko to, co prezentują środki przekazu, ale także sposób, w jaki to robią. Po pierwsze, organizacje medialne, poprzez poświęcanie uwagi określonym kwestiom (przy jednoczesnym ignorowaniu innych), mogą wskazywać odbiorcom, które wydarzenia i problemy są ważne, a także wpływać na ich ocenę przedstawicieli władzy, tj. rządu, prezydenta czy kandydatów na publiczne stanowiska (*priming*) (Iyengar & Kinder, 1987, p. 63; McCombs, 2008, s. 144). Może się to odbywać poprzez częste prezentowanie danej kwestii w przekazie medialnym (powtarzanie), ale także jej pozycjonowanie (np. materiał jest publikowany jako pierwszy w telewizyjnym serwisie informacyjnym lub na pierwszej stronie w prasie drukowanej – jako najważniejszy danego dnia). Paul R. Brewer, Joseph Grad i Lars Willnat (2003) wskazują na istotę *primingu* i jego efektów: „ekspozycja kwestii w przekazie medialnym powoduje, że ta staje się bardziej dostępna w umysłach ludzi; z kolei jej zwiększona dostępność zwiększa prawdopodobieństwo, że ludzie będą opierać kolejne oceny na swoich przemyśleniach na temat tej kwestii” (p. 494).

Po drugie, należy wspomnieć o zjawisku ramowania (*framingu*), które „polega na wybraniu pewnych aspektów postrzeganej rzeczywistości i uczynieniu ich bardziej wyrazistymi w tekście, w taki sposób, aby wskazywać określoną definicję problemu, interpretację, ocenę moralną i/lub

² Materiały, które ukazały się w telewizyjnych serwisach informacyjnych (TVP1, TVN, Polsat), zostały zebrane przy pomocy systemu CAST (*Content Analysis System for Television*) funkcjonującego na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

zalecenie w jaki sposób traktować opisywaną kwestię” (Entman, 1993, p. 52). Do podstawowych typów ram można zaliczyć ramę konfliktu (*conflict*), ludzkiego interesu (*human interest*), konsekwencji ekonomicznych (*economic consequences*), odpowiedzialności (*responsibilities*) i moralną (*morality*) (za Semetko & Valkenburg, 2000). Shanto Iyengar (1991, pp. 2–3) wyróżnił ramy epizodyczne (*episodic frames*) i ramy tematyczne (*thematic frames*). Pierwsze dotyczą prezentowania konkretnych wydarzeń lub spraw, drugie przedstawia je w szerszym kontekście. Co więcej, prowadząc badania telewizji w latach 80. XX w., zauważył on, że ramy epizodyczne występowały zdecydowanie częściej niż tematyczne. W konsekwencji rzadko omawiano takie kwestie, których nie można było w łatwy sposób przedstawić za pomocą konkretnego wydarzenia lub zdarzeń. Jako przykład podał problem globalnego ocieplenia (pp. 2–3).

COP jako odpowiedź na wyzwania związane ze zmianą klimatu

Jednym ze współczesnych wyzwań, z którym musi zmierzyć się ludzkość, jest zmiana klimatu. Definiuje się ją jako „zmianę przypisywaną bezpośrednio lub pośrednio działalności człowieka, przekształcającą skład globalnej atmosfery i stanowiącą dodatek do naturalnej zmienności klimatu obserwowanej w porównywalnych okresach” (United Nations, 1992, p. 7). Na podkreślenie zasługuje fakt, że zmiany w systemie klimatycznym Ziemi są cechą naturalną i miały miejsce wielokrotnie w geologicznej historii planety. Wśród naukowców panuje jednak konsensus, że obecna zmiana różni się od tych wcześniejszych. Zgodnie ze stanowiskiem badaczy, wyartykułowanym w raporcie Międzyrządowego Panelu ds. Zmian Klimatu ONZ, „wpływ człowieka był dominującą przyczyną ocieplenia obserwowanego od połowy XX w.”, a każda kolejna z trzech ostatnich dekad była cieplejsza niż poprzednia, licząc od 1850 r. (Stocker et al., 2013, p. V). Wśród zjawisk, które niesie za sobą zmiana klimatu, wymieniane są m.in. wzrost globalnej temperatury, topnienie lodowców, podwyższenie poziomu mórz i oceanów, susze oraz gwałtowne zjawiska pogodowe – huragany, powodzie, pożary, zamiecie śnieżne. Wciąż jednak wielu z tych zagrożeń można zapobiec lub je spowolnić, tak aby umożliwić adaptację do nowych warunków życia.

Na zależność między narastającymi problemami wynikającymi ze zmiany klimatu a działalnością ludzi wskazywał Anthony Giddens (2010):

„dopóki zagrożenia powodowane przez globalne ocieplenie nie są namacalne, bezpośrednie lub widoczne w codziennym życiu, to bez względu na to, jak poważne mogą się wydawać, ludzie będą siedzieć z założonymi rękami i nie zrobią nic konkretnego. Tymczasem czekanie, aż staną się widoczne i dotkliwe, by dopiero wtedy podjąć poważne działania, spowoduje, że z definicji będzie już za późno” (s. 10).

Warto jednak zaznaczyć, że są osoby, które zabiegają o działania na rzecz powstrzymania tego zjawiska – badacze, aktywiści, ale też zwykli obywatele. Szczególnym przykładem takich aktywności jest działalność Młodzieżowego Strajku Klimatycznego, który w swoich szeregach łączy młodych ludzi, biorących udział w protestach i walczących o swoją przyszłość.

Odpowiedzią na zmianę klimatu jest także cykliczna Konferencja Klimatyczna ONZ (ang. COP – *Conference of Parties*), której 26. edycja odbyła się w 2021 r. Wydarzenie było szczególnie oczekiwane przez różne grupy społeczne na całym świecie. Wynikało to z przesunięcia go o rok z powodu pandemii COVID-19 oraz coraz bardziej zauważalnych skutków zmiany klimatu w codziennym życiu. Jedno z widocznych zjawisk to podniesienie poziomu morza, na co wskazywały szczególnie państwa wyspiarskie. Simon Kofe, minister spraw zagranicznych Tuvalu, wygłosił przemówienie, mając na sobie garnitur, jednak stojąc w wodach przybrzeżnych swojego kraju, tak by w ten sposób pokazać, jak realne są zagrożenia, z którymi mierzą się Tuwalczycy („Tuvalu minister stands in sea...”, 2021, para. 1). Surangel Whipps Jr,

prezydent Palau, wskazując na problemy obywateli swojego kraju, zwrócił się do pozostałych delegatów: „równie dobrze możecie zbombardować nasze wyspy, zamiast zmuszać nas do bycia świadkami naszej własnej śmierci” („Prezydent Palau na COP26...”, 2021, acc. 4). Jednocześnie w debacie publicznej wciąż pojawiał się temat uzależnienia od paliw kopalnych i daty odejścia od ich wykorzystywania (szczególnie węgla) (Lasota, 2021).

Konferencja COP26 odbyła się między 31 października a 12 listopada 2021 r. w Scottish Event Campus w Glasgow (Wielka Brytania). W wydarzeniu uczestniczyły delegacje z ponad 120 państw. Zabrakło jednak przywódców Federacji Rosyjskiej (Władimir Putin), Brazylii (Jair Bolsonaro) oraz Chin (Xi Jinping) („Ruszył COP26...”, 2021, acc. 4). Konferencję można podzielić na dwie części. W pierwszej (do 2 listopada) brali udział przedstawiciele elity władzy; w czasie drugiej (od 3 do 12 listopada) reprezentujący rządzących eksperci prowadzili rozmowy i pracowali nad porozumieniem końcowym. Wśród problemów omawianych przez uczestników znalazły się m.in. redukcja emisji gazów cieplarnianych (wraz z utrzymaniem średniej globalnej temperatury na poziomie 1,5 stopnia Celsjusza w stosunku do okresu sprzed rewolucji przemysłowej) oraz ochrona społeczności i ekosystemów w zagrożonych zmianą klimatu obszarach (COP26, n.d., „Goals”). W czasie konferencji podpisano dwa porozumienia – o zaprzestaniu wylesiania do 2030 r. („Zatrzymać wylesienie...”, 2021, acc. 1) oraz ograniczeniu emisji metanu („Koalicja na rzecz redukcji emisji metanu...”, 2021, acc. 1). Równolegle do oficjalnej części COP26 na ulicach Glasgow odbywały się protesty aktywistów z całego świata, zarówno osób młodych, jak i np. rodziców martwiących się o przyszłość swoich dzieci, którzy – nie mogąc uczestniczyć w rozmowach prowadzonych w Scottish Event Campus – wyrażali niezadowolenie względem działań elity władzy (lub w pewnych kwestiach brakiem działań) i przedstawiali postulaty dotyczące polityki klimatycznej. Szczególnie krytykowali niekonsekwencję polityków, którzy przylatując na konferencję mającą przeciwdziałać zmianie klimatu, „zakorkowali” niebo nad miastem odrzutowcami („W Glasgow korek odrzutowców...”, 2021, acc. 1), a do dyskusji włączyli przedstawiciele lobby paliwowego („BBC: Najwięcej delegatów na COP26...”, 2021, acc. 1).

Metodologia badania

W ramach badania przeprowadzona została ilościowa analiza zawartości mediów obejmująca materiały dziennikarskie, które ukazały się między 31 października a 12 listopada 2021 r. (dni, w których odbywała się konferencja) w trzech głównych wydaniach telewizyjnych serwisów informacyjnych – „Wiadomościach” TVP1, „Faktach” TVN, „Wydarzeniach” Polsatu – lub na stronach głównych trzech internetowych portali informacyjnych – Interii, Onetu i Wirtualnej Polski³. Każda z wymienionych stron internetowych ma specjalny dział, w którym publikowane są treści związane ze zmianą klimatu i ekologią (rozumianą jako ochrona środowiska) – *Zielona Interia*, *Niech żyje planeta*, *Naturalnie WP* – w związku z czym również te podstrony zostały włączone do analizy. Następnie przeprowadzono selekcję zebranych materiałów w oparciu o następujące słowa kluczowe: cop26, klimat*, konferencja*, szczyt*, Glasgow*, ONZ*⁴. Z badania wykluczono następujące kategorie publikacji: zapowiedzi programów telewizyjnych w serwi-

³ Zbieranie materiału w przypadku internetowych portali informacyjnych polegało na czytaniu ich strony głównej (wraz z linkami do poszczególnych materiałów) przy pomocy wtyczki internetowej dostępnej w przeglądarce Google Chrome. Odbywało się to dwukrotnie w ciągu doby (między 11:00 a 11:30 oraz między 23:00 a 23:30). Należy jednak podkreślić, że względu na specyfikę mediów *online* i wykorzystywanie przez nie algorytmów dotyczących preferencji użytkowników ta sama strona otwierana w tym samym czasie przez innych internautów mogła się nieznacznie różnić.

⁴ Ze względu na specyfikę języka polskiego brane były pod uwagę różne odmiany wyróżnionych (*) słów kluczowych (np. „klimat”, „klimatu”, „klimatyczny”).

sach informacyjnych (np. rozrywkowych), materiały partnerów, przepisy kulinarne, gry, linki do filmów na VOD, reklamy, przestrzeń przeznaczoną dla odbiorców (np. fora dyskusyjne).

Badanie zostało przeprowadzone w oparciu o stworzony na jego potrzeby klucz kategoryzacyjny. Zawierał on następujące kategorie: data, tytuł materiału, organizacja medialna, gatunek dziennikarski, funkcja materiału, tematy, których dotyczył materiał, zgodność prezentowanych przez dziennikarza treści z konsensusem naukowym, ważność materiału, cechy materiału. Ostatnia z wymienionych jest związana bezpośrednio z teorią wartości medialnej wydarzenia (Galtung & Ruge, 1965; Harcup & O’Neil, 2016). Do skonstruowania tej kategorii wykorzystane zostały cechy zaproponowane przez autorów tej teorii. „Ważność materiału” dotyczy jego pozycjonowania (*priming*) i została zoperacjonalizowana w ten sposób, że materiał był uznawany za „ważny”, jeśli: był jednym z pierwszych trzech wyemitowanych w telewizyjnym serwisie informacyjnym; był wyróżniony na górze portalu internetowego poprzez umieszczenie większego zdjęcia w stosunku do pozostałych materiałów lub graficznego oznaczenia, np. ramki czy planszy z napisem „pilne” lub „ważne”.

Na potrzeby badania skonstruowano również dwie ramy dotyczące sposobu prezentacji materiału – „czarny scenariusz” oraz ramę rozwiązań. Pierwsza z nich dotyczy materiałów, w których dziennikarz przedstawia informacje na temat problemów i wydarzeń związanych ze zmianą klimatu w sposób jednoznacznie negatywny. Przykładem może być koncentrowanie się na katastrofach ekologicznych połączone z wykorzystywaniem w warstwie językowej przymiotników nacechowanych emocjonalnie (negatywnie). Druga z zaproponowanych ram – rama rozwiązań – nawiązuje natomiast do przywołanych wcześniej pięciu ram podstawowych: konfliktu, ludzkiego interesu, konsekwencji ekonomicznych, odpowiedzialności i moralnej oraz wpisuje się w kategorię ram tematycznych Iyengara. Tym samym rama rozwiązań będzie wiązała się z prezentowaniem informacji na temat zmiany klimatu i jej skutków, ale z jednoczesną propozycją rozwiązań tych problemów lub działań, dzięki którym ludzkość może ich uniknąć.

Wyniki badań

Między 31 października a 12 listopada 2021 r. w sześciu wybranych do analizy mediach ukazało się 19 412 materiałów dziennikarskich – 395 telewizyjnych i 19 017 *online*. Należy zaznaczyć, że oprócz 26. Konferencji Klimatycznej ONZ miały w tym czasie miejsce również inne wydarzenia, znaczące z perspektywy krajowej. Uwagę mediów zajmowały również protesty przeciwko prawu antyaborcyjnemu w Polsce po śmierci ciężarnej kobiety w szpitalu w Pszczynie, kryzys migracyjny na granicy polsko-białoruskiej, dzień Wszystkich Świętych, wzrost zachorowań na COVID-19 oraz spór o Marsz Niepodległości.

Skala ekspozycji COP 26

167 spośród 19 412 materiałów, opublikowanych w sześciu badanych organizacjach medialnych w czasie COP26, dotyczyło tego wydarzenia (tabela 1). Stanowiły one 4% (16) wszystkich materiałów z trzech wybranych stacji telewizyjnych i 1% (151) wszystkich materiałów na trzech wybranych portalach informacyjnych. Warto zaznaczyć, że 42% wszystkich publikacji (z sześciu mediów) na temat konferencji ukazało się w czasie jej pierwszej części, między 31 października a 2 listopada. Jest to szczególnie widoczne w przypadku telewizji – w tym okresie wyemitowano aż 75% wszystkich telewizyjnych materiałów dotyczących COP26. 1 listopada w każdym z trzech telewizyjnych serwisów informacyjnych pokazano po dwa materiały – najwięcej na tle innych dni. W tym samym czasie w Interii, Onecie i Wirtualnej Polsce opublikowano 38% wszystkich materiałów dotyczących konferencji, jakie ostatecznie znalazły się na tych portalach. Między 31 października a 2 listopada w Glasgow obecni byli przedstawiciele władzy

(m.in. głowy państw, premierzy, ministrowie) i wtedy też podjęto część najważniejszych decyzji, m.in. o wprowadzeniu ograniczeń emisji metanu oraz zaprzestaniu wylesiania. Analizując pracę poszczególnych redakcji, należy odnotować, że najczęściej materiałów dotyczących COP26 – 81, czyli 48,5% wszystkich, zarówno telewizyjnych, jak i internetowych – ukazało się w Interii. Co więcej, ponad połowę z nich (46) można było przeczytać na specjalnej podstronie *Zielona Interia*. Dział ten wyróżnia się na tle pozostałych podstron włączonych do badania. Funkcjonuje jak samodzielny portal o określonej tematyce – materiały są tam publikowane niemal każdego dnia. Odbiorca może zapoznać się nie tylko z informacjami, ale także m.in. z wywiadami, felietonami, materiałami audio-wizualnymi. Część z nich trafia również na stronę główną Interii.

W kluczu kategoryzacyjnym uwzględniono również kategorię „ważności” materiałów. W analizowanym okresie odnotowano 15 takich publikacji. Najwięcej z nich pojawiło się na Interii – sześć „ważnych” materiałów. Natomiast w TVP1, jako jedynym z badanych mediów, nie wyróżniono w ten sposób żadnej publikacji dotyczącej COP26. W tabeli 1 zestawiono ze sobą następujące dane: liczba wszystkich materiałów opublikowanych w analizowanych dniach, liczba materiałów dotyczących COP26 oraz tych materiałów, które oznaczono jako „ważne”.

Tabela 1. Materiały dziennikarskie dotyczące COP26 opublikowane między 31 października a 12 listopada 2021 r. w sześciu organizacjach medialnych (TVP1, TVN, Polsat, Interia, Onet, WP)

Organizacja medialna	Wszystkie materiały	Materiały dotyczące COP26	„Ważne” materiały dotyczące COP26
TVP1	136	4	0
TVN	123	6	2
Polsat	136	6	3
Interia	4 803	81	6
Onet	9 124	39	2
WP	5 090	31	2
WSZYSTKO	19 412	167	15

Źródło: opracowanie własne.

Należy jednak zauważyć, że każda z sześciu badanych organizacji medialnych podkreśliła znaczenie COP26. Wszystkie stacje telewizyjne miały swojego dziennikarza (czasem więcej niż jednego) na miejscu wydarzeń – zarówno w Scottish Event Campus, czyli obiekcie, w którym odbywała się oficjalna część konferencji, jak i na ulicach Glasgow, gdzie protestowali aktywiści. Reporterzy nie tylko przygotowywali materiały, ale także sami byli obecni na ekranie, np. w formie *stand-up-u* lub wejścia na żywo, co miało miejsce w przypadku 50% materiałów telewizyjnych. Również internetowe portale informacyjne zwróciły uwagę na wydarzenie oraz kwestię zmiany klimatu i ekologii (rozumianej jako ochrona środowiska). Jak już wspomniano, każda z badanych organizacji medialnych ma specjalny dział poświęcony tej tematyce, a na *Zielonej Interii* (zarówno na stronie głównej, jak i po kliknięciu w poszczególne materiały) można było zobaczyć dwa liczniki: „Emisja CO2 od wejścia na stronę” oraz „Punkt krytyczny temperatury za...”. Również Onet i WP, w ramach akcji organizowanej przez Greenpeace we współpracy z polskimi redakcjami medialnymi, umieściły na swoich stronach głównych apel i licznik „Tyle mamy czasu na odejście od węgla”. Dodatkowo na WP i Interii pojawiły się ramki „Czas ucieka, czas działać” (2 listopada, WP) oraz „Zielone czwartki” (11 listopada, Interia) z materiałami o tematyce związanej z ochroną środowiska.

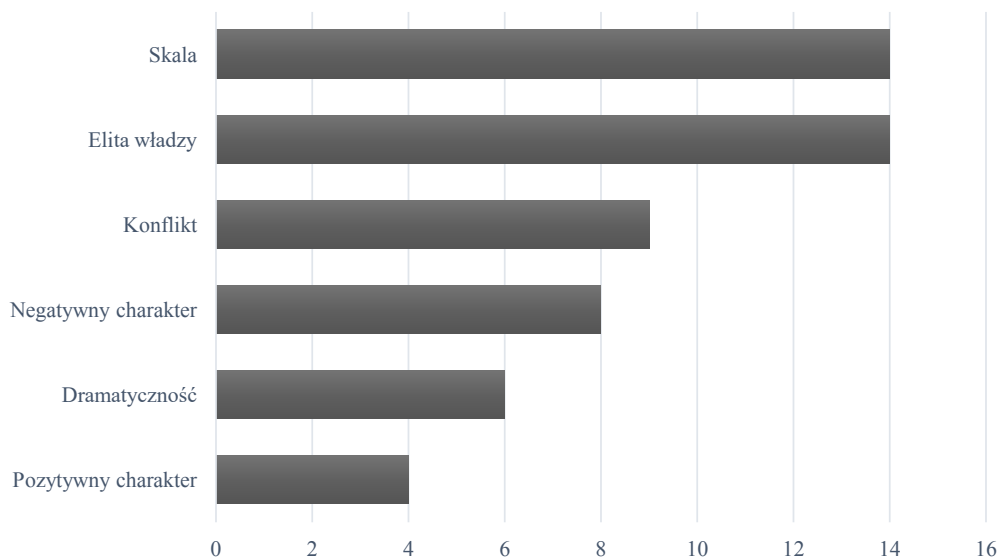
Sposób prezentowania COP26 w przekazie medialnym

Jak wspomniano, na potrzeby badania skonstruowano dwie ramy – „czarny scenariusz” oraz ramę rozwiązań – związane ze sposobem prezentowania informacji w materiale przez dziennikarza. Pierwsza z nich została zakodowana w 44% materiałów telewizyjnych i 14% materiałów internetowych. Ich autorzy prezentowali takie wydarzenia i problemy związane ze zmianą klimatu, które można określić jako negatywne, np. katastrofy ekologiczne. Również w kontekście przyszłości skupiali się na pesymistycznych scenariuszach, a przyczyn przewidywanych zjawisk upatrywali w nadmiernej emisji gazów cieplarnianych (m.in. dwutlenku węgla). Druga z ram została natomiast zakodowana w 6% materiałów telewizyjnych i 6% materiałów internetowych. Najczęściej występowała w publikacjach, które odnosiły się do wypracowanych na konferencji porozumień dotyczących ograniczeń emisji metanu czy zaprzestania wylesiania, wskazując na przyszłe pozytywne efekty tych decyzji.

W kluczu kategoryzacyjnym uwzględniono również kwestię cech badanych materiałów, w celu sprawdzenia ich wartości medialnej (Galtung & Ruge, 1965; Harcup & O’Neil, 2016). Należy jednak zaznaczyć, że trzy z cech zaproponowanych przez autorów teorii wartości medialnej wydarzenia zostały w niniejszym badaniu pominięte – możliwość udostępniania na portalach społecznościowych, dołączenie materiałów audiowizualnych oraz kontynuacja wcześniejszych wydarzeń. Pierwsza z nich jest bezpośrednio związana z mediami *online*. Badanie wykazało, że możliwość „podzielenia się” artykułem z innymi użytkownikami, np. na Facebooku lub Twitterze, jest w przypadku Interii, Onetu i Wirtualnej Polski powszechnie dostępna – opcja ta pojawiła się w niemal wszystkich analizowanych materiałach (z wyjątkiem dwóch). Obecność drugiej z wymienionych cech – dołączania materiałów audiowizualnych – jest w wypadku zarówno telewizji, jak i portali internetowych związana ze specyfiką tych typów mediów. Ostatnia – kontynuacja wcześniejszych wydarzeń – została pominięta ze względu na wybór jednego wydarzenia do analizy.

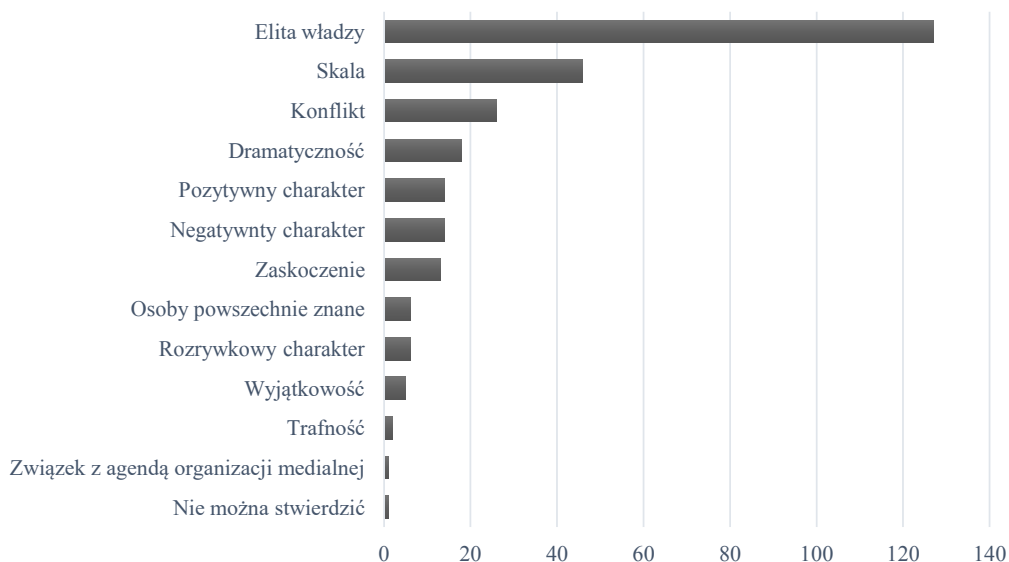
Zarówno w przypadku telewizji, jak i mediów internetowych wśród najczęściej występujących cech odnotowano udział osób związanych z elitą władzy, skalę oraz konflikt (wykresy 1 i 2). Pierwsza z wyróżnionych związana jest bezpośrednio z politycznym charakterem konferencji klimatycznej. Na czele delegacji z całego świata stały m.in. głowy państw, premierzy, ministrowie. Wśród nich można wymienić Elżbietę II (uczestniczyła w formie zdalnej), brytyjskiego następcę tronu, księcia Karola, Joe Bidena czy Borisa Johnsona. Polskę reprezentował premier Mateusz Morawiecki. Obecność omawianej cechy odnotowano w 87% materiałów telewizyjnych i 84% materiałów internetowych.

Drugą w kolejności była skala. Obecność tej cechy można rozumieć dwojako. Z jednej strony należy wziąć pod uwagę liczbę osób, które brały udział w konferencji, zarówno członków delegacji państwowych, jak i aktywistów protestujących na ulicach Glasgow. Z drugiej strony, dziennikarze w swoich materiałach dotyczących COP26 prezentowali kontekst samego wydarzenia i powód, dla którego zostało ono zorganizowane – problem zmiany klimatu. Informując o tym, czego dotyczy to zjawisko, podawali również przykłady jego skutków, w tym katastrof ekologicznych. Dotyczyło to zarówno minionych wydarzeń, jak i tych, które mogą nastąpić wraz ze wzrostem globalnej temperatury, wpływając na inne elementy globalnego ekosystemu. Tym samym dziennikarze informowali zarówno o liczbie osób, które zostały poszkodowane w przeszłości, jak i o tym, ile osób jest zagrożonych pogarszaniem się sytuacji. Cechę skali zidentyfikowano w 87% materiałów telewizyjnych i 30% materiałów internetowych.



Wykres 1. Cechy występujące w materiałach telewizyjnych dotyczących COP26 wyemitowanych w dniach 31.10–12.11.2021 r. w TVP1, TVN i Polsacie.

Źródło: opracowanie własne.



Wykres 2. Cechy występujące w materiałach dotyczących COP26 opublikowanych w dniach 31.10–12.11.2021 r. w Interii, Onecie i WP.

Źródło: opracowanie własne.

Obecność ostatniej z wymienionych cech – konfliktu – związana była z protestami na ulicach Glasgow, o których była już mowa. Konflikty pojawiały się również w części oficjalnej konferencji. Związane były z brakiem zgody między delegacjami w sprawie podejmowanych decyzji (np. jednoznaczny termin, w którym poszczególne grupy państw, w zależności od poziomu gospodarczego, odejdą od węgla). Inną przyczyną była nieobecność w Glasgow niektórych przywódców, np. Władimira Putina. „Konflikt” odnotowano w 56% materiałów telewizyjnych i 17% materiałów internetowych.

Zakończenie

26. Konferencja Klimatyczna ONZ była wydarzeniem szczególnym ze względu m.in. na jej wielowymiarowy charakter (polityczny, społeczny) oraz coraz bardziej widoczne i dotkliwe skutki zmiany klimatu, którym podejmowane tam decyzje miały przeciwdziałać. O przebiegu wydarzenia, jak i o efektach pracy jego uczestników informowały media, zarówno tradycyjne, jak i *online*. Opisane w artykule wyniki badania dotyczącego sposobu prezentowania COP26 przez sześć polskich organizacji medialnych stanowiły odpowiedź na trzy postawione we wstępie pytania badawcze.

Pierwsze z nich dotyczyło skali ekspozycji COP26 w przekazie medialnym. W czasie wydarzenia wybrane do analizy organizacje medialne opublikowały 167 materiałów dotyczących COP26 (4% wszystkich materiałów telewizyjnych oraz 1% wszystkich materiałów *online*). Można byłoby zatem uznać, że media i dziennikarze nie poświęcili temu spotkaniu wiele uwagi. Warto jednak zaznaczyć, że szczyt klimatyczny konkurował o tę uwagę z innymi wydarzeniami, które związane były bezpośrednio z problemami krajowymi – protestami przeciwko prawu antyaborcyjnemu czy kryzysowi migracyjnemu na granicy polsko-białoruskiej. Ponadto w przypadku pięciu z sześciu analizowanych organizacji medialnych odnotowano materiały dotyczące COP26, które zostały uznane za „ważne”, a wszystkie podkreślały znaczenie wydarzenia, poprzez albo obecność dziennikarzy telewizyjnych w Glasgow (TVP1, TVN, Polsat), albo relacjonowanie akcji zorganizowanej przez Greenpeace (WP, Onet).

Po drugie, sama konferencja miała cechy świadczące o jej medialnej wartości. Wśród tych najczęściej ukazywanych w mediach można wskazać udział osób związanych z elitą władzy, skalę oraz konflikt. Odnotowano je w materiałach zarówno telewizyjnych, jak i *online*. Warto zauważyć, że aż 42% analizowanych materiałów ukazało się w pierwszych trzech dniach trwania konferencji (między 31 października a 2 listopada), czyli właśnie wtedy, gdy brali w niej udział przedstawiciele władzy.

Trzecie z postawionych pytań badawczych dotyczyło sposobu ramowania COP26 w przekazie medialnym. Dlatego też na potrzeby analizy skonstruowano dwie ramy – „czarny scenariusz” oraz ramę rozwiązań. Pierwsza z nich występowała częściej niż druga. W publikowanych materiałach skupiono się na negatywnych skutkach zmiany klimatu. Szczególny akcent położono na coraz częściej występujące katastrofy ekologiczne i zagrożenia, jakie za sobą niosą (m.in. śmierć ludzi i zwierząt, zniszczenia ekosystemów). Natomiast druga – rama rozwiązań – związana była bezpośrednio z przewidywanymi pozytywnymi skutkami decyzji podjętych przez delegatów (np. związanymi z uzgodnionymi ograniczeniami emisji metanu).

Biorąc pod uwagę wyłącznie procentowy udział materiałów dotyczących COP26, można stwierdzić, że konferencja nie wzbudziła dużego zainteresowania mediów. Jednakże badane organizacje medialne podkreśliły jej znaczenie, m.in. poprzez wysłanie dziennikarzy telewizyjnych (każdy z trzech programów informacyjnych) czy udział portali internetowych w akcji Greenpeace’u. Ponadto odbiorcy mediów otrzymali informacje nie tylko o decyzjach podjętych w Glasgow, ale także o samym problemie zmiany klimatu, w tym o jego skutkach, m.in. coraz częstszych katastrofach ekologicznych.

Konferencja COP26 była określana szczytem „ostatniej szansy”, mimo to nie zostały na niej podjęte decyzje, które mogłyby powstrzymać zmianę klimatu, o czym świadczą konflikty zarówno między delegatami, jak i między społeczeństwem a elitą władzy (protesty aktywistów). Z tego też powodu w Glasgow zaplanowane zostały jej kolejne edycje, w tym COP27 w Egipcie (listopad 2022 r.).

Bibliografia

- Attenborough, D. (2020). *Życie na naszej planecie. Moja historia, wasza przyszłość*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- BBC: Najwięcej delegatów na COP26 to lobbyści przemysłu paliw kopalnych. (2021). Pobrane 17 listopada 2022 z <https://zielona.interia.pl/polityka-klimatyczna/news-bbc-najwiecej-delegatow-na-cop26-to-lobbysci-przemyslu-paliw,nId,5632593>
- Brewer, P. R., Graf, J., & Willnat, L. (2003). Priming or Framing. Media Influence on Attitudes toward Foreign Countries. *Gazette: The International Journal For Communication Studies*, 65(6), 493–508. <https://doi.org/10.1177/0016549203065006005>
- COP26. (2021, April 7). „Climate change is the most important issue of our time, and the stakes could not be higher”. Retrieved December 18, 2023, from <https://x.com/COP26/status/1379773940873187328?s=20>
- COP26 Goals. What do we need to achieve at COP26? (n.d.). Retrieved November 25, 2022, from <https://ukcop26.org/cop26-goals>
- De-Lara, A., Erviti, M., & León, B. (2022). Communication strategies in the climate change debate on Facebook. Discourse on the Madrid Climate Summit (COP 25). *Profesional de la información*, 31(2), e310202. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.02>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Galtung, J., & Ruge, M. (1965). The Structure of Foreign News: Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–91. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Giddens, A. (2010). *Klimatyczna Katastrofa*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Harcup, T., & O’Neill, D. (2017). What is News? *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News that matters*. Chicago – London: The University of Chicago Press.
- Koalicja na rzecz redukcji emisji metanu coraz większa. (2021). Pobrane 12 listopada 2022 z <https://zielona.interia.pl/polityka-klimatyczna/news-koalicja-na-rzecz-redukcji-emisji-metanu-coraz-wieksza,nId,5620142>
- Lasota, D. (2021). *Lasota: Przywódcy przylecieli i po kilku godzinach odlecieli. To pokazuje jak lekko podchodzą do spraw klimatu*. Rozmowę przeprowadziła O. Moro. Pobrane 12 listopada 2022 z <https://www.onet.pl/video/programy/lasota-przywodcy-przylecieli-i-po-kilku-godzinach-odlecieli-to-pokazuje-jak-lekko/pl8nbg8,6c2ea0e6>
- MacBride, S. (1980). *Many Voices. One World. Report. UNESCO*. Retrieved November 25, 2022, from <https://waccglobal.org/wp-content/uploads/2020/07/MacBride-Report-English.pdf>
- McCombs, M. (2008). *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- McQuail, D. (2007). *Teoria komunikowania masowego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Nowak, E. (2016). Teoria agenda-setting a nowe media. *Studia Medioznawcze*, 3(66), 11–24. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2016.66.449>
- Prezydent Palau na COP26: Równie dobrze możecie nas zbombardować. (2021). Pobrane 12 listopada 2022 z <https://zielona.interia.pl/polityka-klimatyczna/news-prezydent-palau-na-cop26-rownie-dobrze-mozecie-nas-zbombardo,nId,5620206>

- Ruszył COP26. Bez Władimira Putina i Xi Jinpinga. (2021). Pobrane 12 listopada 2022 z <https://www.money.pl/gospodarka/ruszył-cop26-bez-władimira-putina-i-xi-jinpinga-6699751254612864a.html>
- Sajna, R. (2012). Planet Earth on the Eve of the Copenhagen Climate Conference 2009: A Study of Prestige Newspapers from Different Continents. *Observatorio Journal*, 6(2), 071–083, <https://doi.org/10.15847/obsOBS622012367>
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *International Communication Association*, 50(2), 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Stocker, T., Qin, D., Plattner, G., Tignor, M., Allen, S., Boschung, J.,... Midgley, P. (Eds.) (2013). *Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. New York: Cambridge University Press. Retrieved January 9, 2023, from https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2017/09/WG1AR5_Front-matter_FINAL.pdf
- Tuvalu minister stands in sea to film COP26 speech to show climate change. (2021). Retrieved September 1, 2022, from <https://www.reuters.com/business/cop/tuvalu-minister-stands-sea-film-cop26-speech-show-climate-change-2021-11-08>
- United Nations. (1992). United Nations Framework Convention on Climate Change. Retrieved November 17, 2023, from https://unfccc.int/files/essential_background/background_publications_htmlpdf/application/pdf/conveng.pdf
- W Glasgow korek odrzutowców, którymi na COP26 przybyli światowi przywódcy. (2021). Pobrane 12 listopada 2022 z <https://www.pap.pl/aktualnosci/news%2C987850%2Cw-glasgow-korek-odrzutowcow-ktorymi-na-cop26-przybyli-swiatowi-przywodcy>
- Walter, S., De Silva-Schmidt, F., Brüggemann, M. (2017). From “Knowledge Brokers” to Opinion Makers: How Physical Presence Affected Scientists’ Twitter Use During the COP21 Climate Change Conference. *International Journal of Communication*, 11(2017), 570–591. Retrieved January 9, 2023, from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6016/2254>
- Zatrzymać wyłesienie, żeby uratować klimat. Pierwszy taki sojusz na rzecz ochrony lasów. (2021). Pobrane 12 listopada 2022 z <https://zielona.interia.pl/polityka-klimatyczna/news-zatrzymac-wylesienie-zeby-uratowac-klimat-pierwszy-taki-sojuz,nId,5620148>