

## Część IV

# Zrównoważony rozwój w mediach, komunikacji i kulturze



Fot. Dominika Springer, HumanDoc

## ROZDZIAŁ 22

# Zrównoważony rozwój w dyskursie medialnym

**Z**naczenie mediów we współczesnym świecie stale rośnie. Wiąże się to z powstawaniem stale nowych form przekazu i cyfrowych kanałów dystrybucji treści medialnych do globalnej i zróżnicowanej publiczności oraz niesie ze sobą określone konsekwencje. Dyskusje wokół tematów eksponowanych przez media prowadzone są już nie tylko osobiście, ale przede wszystkim za pośrednictwem internetu, w przestrzeni mediów społecznościowych. Szybkość przekazu i intensywność debaty powodują, że wybrane tematy lub problemy stają się bardziej wyeksponowane i tym samym kluczowe dla opinii publicznej.

## Dyskurs medialny

**Dyskurs medialny** definiuje się jako przekazywanie idei i oddziaływanie na ludzi za pomocą języka. Skala zjawiska warunkowana jest usytuowaniem społecznym zarówno nadawców, jak i odbiorców. Istotne okazują się tu również cele, potrzeby, stan wiedzy, wartości i kontekst, w jakim zachodzi proces komunikowania za pośrednictwem mediów masowych<sup>1</sup>. Przekazywanie informacji dotyczących zrównoważonego rozwoju wymaga od nadawcy odpowiedniej wiedzy. Od sposobu doboru słów i ich znaczeń może zależeć kontekst, w jakim zostanie przedstawiona problematyka. Wartości i poglądy nadawców oraz odbiorców mogą sprzyjać lub utrudniać interpretowanie przekazywanych wiadomości. Choć zagadnienia związane ze zrównoważonym rozwojem mają charakter globalny, to istnieje możliwość, że będą różnie postrzegane choćby ze względu na niejednorodny status państw, ich obywateli i skali problemów obecnych w danym regionie świata.

## Proces nadawania informacjom istotności

Każdego dnia do agencji informacyjnych spływają depesze z różnych stron świata. Dotyczą one **wydarzeń** rozumianych jako odrębne zdarzenie umiejscowione

---

<sup>1</sup> M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006, s. 9.

w konkretnym czasie i przestrzeni. Wydarzeniem może być trzęsienie ziemi, susza czy inna katastrofa naturalna. Ogromna liczba informacji wymusza ich selekcję i skupienie się wyłącznie na wybranych elementach. Nagłośnienie i sposób interpretacji poszczególnych wydarzeń przyczyniają się do przedstawienia lub kreowania tzw. kwestii. **Kwestie** rozumiane są jako ogół tematów omawianych wokół zaistniałego wydarzenia i nagłaśnianych w mediach. Zbiór wydarzeń i kwestii tworzy natomiast **agendę medialną**. Dla przykładu, po eksplozji wahadłowca Challenger (wydarzenie) media amerykańskie poruszały szeroko kwestię braku kompetencji NASA i potrzeby większych nakładów na program kosmiczny. Wybuch w Czarnobylu również został przedstawiony w szerszym kontekście. Wydarzenie to sprowokowało podjęcie kwestii zamkniętego społeczeństwa radzieckiego, a także konfliktu międzynarodowego między Związkiem Radzieckim i Stanami Zjednoczonymi w mediach amerykańskich<sup>2</sup>. Wystąpienie gwałtownych burz również będzie wydarzeniem. Media będą próbować wyjaśnić, dlaczego doszło do tego w danym miejscu. Dziennikarze, zapraszając ekspertów, mają szansę spojrzeć na zagadnienie w szerszej perspektywie.

W agendzie tematycznej mogą pojawić się kwestie globalnego ocieplenia, skutki aktywności człowieka i kosztów społecznych lub gospodarczych związanych ze zmianami klimatu. Stopień intensywności eksponowania w mediach danej kwestii przekłada się na jej postrzeganie przez odbiorców. Zjawisko to zachodzi na dwóch poziomach. Pierwszy polega właśnie na przeniesieniu ważności tematów z agendy mediów do agendy publiczności (*agenda-setting*). Selekcja informacji i szczególnie nagłośnienie części z nich powodują, że publiczność mediów zaczyna odbierać i traktować je jako najważniejsze. Drugi poziom wiąże się z przeniesieniem istotności atrybutów (cech). Media, nagłaśniając pewne kwestie, nadają im określony wydźwięk. Opisuując działalność ludzi, wskazują ich cechy, przez co wpływają na postrzeganie ich charakteru czy kwalifikacji. Moc mediów wiąże się zatem z oddziaływaniem na publiczność poprzez dobór opisywanych wydarzeń, eksponowanie kontekstu (kwestii) i selektywne nagłaśnianie atrybutów osób czy instytucji<sup>3</sup>.

To, jakie wydarzenia i kwestie pojawiają się w dyskursie medialnym, zależy od kilku czynników. Istotny jest typ medium. Podmioty publiczne zwykle realizują misję, stawia się przed nimi wyższe wymagania dotyczące dbania o język i jakość przekazów. Media komercyjne kierują się zyskiem, a zatem selekcjonują informacje pod kątem atrakcyjności i zainteresowań ich odbiorców. Nie wyklucza to oczywiście, że będą podejmować się relacjonowania ważnych tematów z zachowaniem najwyższych standardów. Podobnie w przypadku mediów publicznych – te mogą ulegać wpływowi politycznym. W zależności od kształtu systemu politycznego i medialnego aktorzy polityczni mogą mieć szeroki wachlarz

<sup>2</sup> E.M. Rogers, J.W. Dearing, *Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going?*, w: *Media Power in Politics*, ed. D. Graber, CQ, Washington 1994, s. 82.

<sup>3</sup> M. McCombs, *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*, Polity Press, Cambridge 2004.

możliwości oddziaływania na powoływanie osób decyzyjnych, kształt redakcji czy podejmowane tematy. Kolejnym czynnikiem blisko związanym z pierwszym jest kwestia własnościowa. Media mogą należeć do podmiotów (osób) blisko związanych ze światem polityki lub konkretnego segmentu rynku. Właściciel ze względu na prowadzony biznes lub bliskie relacje z partiami politycznymi może nie chcieć nagłaśniać wydarzeń czy kwestii, które będą niewygodne dla którejś ze stron. Sporo zależy też od czynnika związanego z profesjonalizacją dziennikarską. W wielu państwach zawód ten cieszy się zaufaniem społecznym, a dziennikarze stosują się do norm i wytycznych. W niektórych zaś brakuje tego zaufania i przestrzegania określonych standardów.

### Tematyka zrównoważonego rozwoju w polskich mediach

Polskie media coraz częściej wykorzystują tematykę zrównoważonego rozwoju jako element autopromocji. Podejmowane działania przyczyniają się z jednej strony do dystrybucji dziennikarstwa wysokiej jakości, a z drugiej do podnoszenia świadomości odbiorców. Przykładem są serwisy specjalne takie jak Zielona Interia\* (Grupa Polsat Box) czy Naturalnie WP\*\* (Grupa WP Media). Znajdziemy tam artykuły popularno-naukowe, teksty dziennikarskie, raporty i relacje z podejmowanych działań (sadzenie lasów, przechodzenie na technologię ograniczającą emisję CO<sub>2</sub>). Redakcje zachęcają też czytelników do włączania czarnego tła podczas przeglądania ich stron internetowych.

Na antenach telewizyjnych pojawiają się specjalne audycje. Przykładem może być *Czysta Polska*\*\*\* emitowana na antenie stacji Polsat News. Dziennikarze koncentrują się w niej na informowaniu o zmianach klimatu, ochronie środowiska, decyzjach związanych z polityką klimatyczną czy technologiach wpływających na klimat. Audycję prowadzi Dominika Tarczyńska ze Stowarzyszenia Program Czysta Polska. Współtworzącym jest Marcin Szumowski, autor programów przyrodniczych Polsatu, oraz Wojciech Brzeziński, który w Polsacie News zajmuje się tematami dotyczącymi nowych technologii. Producentem programu został Rammy Mahameed, redaktor działu zagranicznego Polsat News. Na antenie Polsatu emitowane są także kampanie społeczne z udziałem celebrytów, którzy namawiają do zmian zachowań i wprowadzenia w gospodarstwach domowych metody małych kroków, które mogą przyczynić się do ochrony środowiska (segregacja śmieci, oszczędne gospodarowanie wodą itp.).

Ciekawy trend obserwowany jest także w segmencie dziennikarstwa motoryzacyjnego. Najwięksi wydawcy internetowi uruchomili serwisy poświęcone elektromobilności (np. E-Autokult WP\*\*\*\* czy E-Moto w serwisie Moto.pl\*\*\*\*\*). Redakcje nie tylko przeprowadzają testy nowych pojazdów elektrycznych, ale też tłumaczą zmiany w prawie, polityce klimatycznej oraz dostosowywaniu działań koncernów motoryzacyjnych i procesów produkcji do wytycznych związanych ze zrównoważonym rozwojem.

\* Zielona INTERIA, <https://zielona.interia.pl/> [dostęp: 6.07.2022].

\*\* Naturalnie WP, <https://naturalnie.wp.pl/> [dostęp: 6.07.2022].

\*\*\* *Czysta Polska*, Polsat News, <https://www.polsatnews.pl/czysta-polska/> [dostęp: 6.07.2022].

\*\*\*\* E-Autokult, Elektromobilność WP, <https://e.autokult.pl/> [dostęp: 6.07.2022].

\*\*\*\*\* E-Moto, <https://moto.pl/MotoPL/0,170318.html#e=NavLink> [dostęp: 6.07.2022].

Na obecność wybranych wydarzeń i kwestii istotny wpływ mają też media społecznościowe i ich użytkownicy. Za pomocą platform społecznościowych informacje dystrybuowane są do globalnej publiczności zarówno za sprawą samych odbiorców, jak i algorytmów. Niesie to ze sobą liczne, często negatywne konsekwencje, o których szerzej w [rozdziale 23. Zrównoważony rozwój w epoce fake newsów](#).

## Indeks wolności mediów

Opisane zależności są monitorowane i oceniane poprzez **wskaźnik wolności mediów**. Analizy rozpoczęto w połowie lat 90. XX w. przez międzynarodową organizację *non-profit* Reporterzy Bez Granic (Reporters Without Borders, fr. Reporters Sans Frontières – RSF). Ma ona status konsultacyjny przy ONZ, UNESCO, Radzie Europy i Międzynarodowej Organizacji Frankofonii (OIF). Działając w 130 krajach, opracowuje standardy i akty prawne dotyczące mediów i internetu w 180 państwach. RSF co roku monitoruje pluralizm, niezależność mediów, środowisko medialne i autocenzurę, ramy prawne, przejrzystość oraz jakość infrastruktury wspierającej produkcję wiadomości i informacji, tworząc ranking wolności słowa (Światowy Indeks Wolności Prasy). Badacze weryfikują stopień, w jakim opinie są reprezentowane w mediach (pluralizm), a także stopień, w jakim media mogą funkcjonować niezależnie od źródeł władzy i wpływów politycznych, rządowych, biznesowych i religijnych (niezależność). Analizie poddaje się też środowisko, w którym działają dostawcy wiadomości i informacji. W przypadku ram prawnych mierzy się ich wpływ na regulacje działań informacyjnych. Organizacja bada również przejrzystość instytucji i procedur, które wpływają na tworzenie wiadomości i informacji. RSF ocenia jakość infrastruktury wspierającej produkcję wiadomości i informacji oraz zbiera dane na temat nadużyć i aktów przemocy wobec dziennikarzy i mediów w określonym okresie. **Wolność słowa i wypowiedzi jest najważniejszą wolnością na świecie** – bez tej swobody dziennikarze nie mają możliwości ujawniania niewygodnych faktów związanych np. z ochroną praw człowieka czy ochroną środowiska<sup>4</sup>.

Indeks wolności mediów zawiera pięć kategorii punktowych:

- od 0 do 15 p. – dobra sytuacja (biały),
- od 15,01 do 25 p. – zadowalająca sytuacja (żółty),
- od 25,01 do 35 p. – sytuacja problemowa (pomarańczowy),
- od 35,01 do 55 p. – trudna sytuacja (czerwony),
- od 55,01 do 100 p. – bardzo poważna sytuacja (czarny).

Do grona państw w pierwszej kategorii zaliczono w 2021 r. tylko 12 państw: Norwegię (7,72), Finlandię (6,99), Szwecję (7,42), Danię (8,57), Kostarykę (8,76), Holandię (9,67), Jamajkę (9,96), Nową Zelandię (10,04), Portugalię (10,11), Szwajcarię (10,55), Belgię (11,69) i Irlandię (11,91)<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Reporterzy Bez Granic i metodologia badań zob. w: *Detailed Methodology*, Reporters Without Borders, <https://rsf.org/en/index-methodologie-2013-21> [dostęp: 28.07.2022].

<sup>5</sup> Więcej informacji: Reporters Without Borders, <https://rsf.org/en/ranking> [dostęp: 26.03.2022].



**DW Akademie**

Ekspertki Akademii DW dyskutują na temat roli mediów w nagłaśnianiu Agendy ONZ na rzecz Zrównoważonego Rozwoju

Źródło: *Deputy Secretary-General Visits SDG Media Zone*, United Nations Photo, Flickr, 18.09.2017, [https://www.flickr.com/photos/un\\_photo/37312714585/in/photostream/](https://www.flickr.com/photos/un_photo/37312714585/in/photostream/) [dostęp: 20.02.2022].

DW Akademie (Akademia DW) to wiodąca niemiecka organizacja zajmująca się rozwojem mediów międzynarodowych i wspierająca wolne media na całym świecie. Oferuje ona swoim partnerom projekty szkoleniowe i doradcze. Wspiera specjalistów ds. mediów z krajów rozwijających się i przechodzących transformację. Prowadzi kursy medioznawcze, a młodzieży daje szansę na odbycie staży i praktyk zawodowych.

Ekspertki Akademii często występują publicznie, prezentując wyniki badań nad wolnością słowa i wypowiedzi w przestrzeni medialnej. Monitorują sposób relacjonowania problemów związanych z migracjami. Aktywnie wspierają też międzynarodowy festiwal promujący Cele Zrównoważonego Rozwoju (SDG Global Festival of Action). W roku 2019 jeden z paneli moderowany był przez Lenę Nitche z DW Akademie. Ekspertki skupiały się na problemie wyłączenia dostępu do internetu na całym świecie, a w szczególności na kontynencie afrykańskim. Podkreślano, że media odgrywają kluczową rolę w informowaniu o cenzurze i przyczyniają się do wolności wypowiedzi. Ich zdaniem niezwykle ważne jest, aby dokumentować tego typu incydenty w celu zapobieżenia kolejnym wyłączeniom internetu w przyszłości. Dyskusja toczyła się wokół celu 16 związanego z promowaniem pokojowego i inkluzywnego społeczeństwa, zapewnieniem wszystkim ludziom dostępu do wymiaru sprawiedliwości oraz budowania na wszystkich szczeblach skutecznych i odpowiedzialnych instytucji, sprzyjających włączeniu społecznemu\*.

\* *2030 Agenda for Sustainable Development: How Can We Effectively Campaign for Freedom of Expression?*, Association for Progressive Communications, 7.05.2019, <https://www.apc.org/en/news/2030-agenda-sustainable-development-how-can-we-effectively-campaign-freedom-expression> [dostęp: 20.02.2022].

## Rola mediów w informowaniu o zrównoważonym rozwoju

Swoboda wypowiedzi znacząco ułatwia dystrybucję wiedzy na temat Celów Zrównoważonego Rozwoju (*Sustainable Development Goals, SDGs*). Organizacja Narodów Zjednoczonych, chcąc dotrzeć do jak największego grona odbiorców,

a także wesprzeć media w dostępie do najnowszych i wiarygodnych źródeł informacji, powołała w 2018 r. inicjatywę SDG Media Compact. Aktualnie jest to sojusz ponad 200 członków (firm medialnych i rozrywkowych: nadawców, wydawców mediów drukowanych, agencji informacyjnych, stacji radiowych i wydawców cyfrowych), który obejmuje 160 państw na pięciu kontynentach i dociera z przekazem do 2 mld ludzi na całym świecie. SDG Media Compact wspiera działania informacyjne, członkowie zyskują bowiem stały dostęp do ekspertów ONZ, którzy mogą wypowiadać się w kluczowych kwestiach związanych z SDG. Poza tym podmioty medialne otrzymują regularne aktualizacje, odpowiednie treści i spostrzeżenia dotyczące priorytetów ONZ. Współpraca ta ma wzmacniać i przyspieszać osiągnięcie Celów.

Warto też zaznaczyć, że członkowie SDG Media Compact pozostają niezależni i mają swobodę samodzielnego definiowania sposobu podejmowania działań w ramach tego porozumienia, korzystając w razie potrzeby z wytycznych i wiedzy eksperckiej ONZ w kwestiach tematycznych i merytorycznych. Porozumienie nie narzuca wzorów działań. Wyrażona została jednak wola, by członkowie angażowali się w realizację celów zrównoważonego rozwoju poprzez wykorzystanie swoich zasobów i talentów. Ma to na celu przygotowanie i relacjonowanie treści skoncentrowanych na kwestiach związanych z Celami Zrównoważonego Rozwoju i/lub rozwinięcia swoich praktyk zrównoważonego rozwoju<sup>6</sup>.

Jak taka współpraca jest istotna, pokazuje przykład Indii. Indyjskie domy mediowe stanowią mniejszość w SDG Media Compact. Z przeprowadzonych badań wynika, że media głównego nurtu w Indiach rażąco ignorowały Cele Zrównoważonego Rozwoju, z wyjątkiem kilku kwestii środowiskowych, które znalazły się na pierwszych stronach gazet. Dla kontrastu warto przytoczyć zaangażowanie niezależnych mediów i portali, takich jak Down to Earth, Quartz, The CSR Journal, India Development Review i Better India. Na ich łamach wielokrotnie pojawiały się informacje i relacje związane z Celami Zrównoważonego Rozwoju. Działania te są przejawem zaangażowania się w społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR). Postępy subkontynentu indyjskiego w osiągnięciu globalnych celów mają szczególne znaczenie ze względu na fakt, że Indie podpisały oficjalną deklarację ONZ<sup>7</sup>. Informowanie i przekonywanie opinii publicznej może te procesy ułatwić (szerzej na temat Indii zob. rozdział 30. *Studium przypadku – Indie*).

Raport Instytutu Brookings, think-tanku z siedzibą w Waszyngtonie, zawiera wyniki badań prowadzonych w latach 2000–2016. Badacze odkryli ciekawe zjawisko. Według ich danych tematyka Celów Zrównoważonego Rozwoju

<sup>6</sup> *What Our Members Are Saying about the SDG Media Compact*, SDG Media Compact, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sdg-media-compact-about/#focus> [dostęp: 26.03.2022].

<sup>7</sup> K. Fernandes, *Role of Media in Advancing Sustainable Development Goals*, The CSR Journal, 2021, <https://thecsrjournal.in/media-advancing-sustainable-development-goals/> [dostęp: 26.03.2022].



zdecydowanie wzrastała w latach z konferencjami i wydarzeniami ONZ, a zmniejszała się w latach bez takich wydarzeń. Równolegle w krajach rozwijających się, takich jak Indie, RPA i Nigeria, problematyka okazała się stale widoczna<sup>8</sup>. W przypadku Indii było to możliwe głównie dzięki niezależnym mediom.

Ciekawy przykład pochodzi z Japonii. Media z tego kraju są w grupie najaktywniejszych sygnatariuszy Porozumienia Media Act. Na łamach „Asahi Shimbun”, największej gazety w kraju i największej pod względem nakładu na świecie, publikowano liczne i wysokojakościowe teksty związane z SDGs. Tematyka dotyczyła zarówno lokalnych miast starających się rozwijać gospodarkę o obiegu zamkniętym poprzez wysiłki na rzecz gospodarki leśnej, jak i rzeczywistości masowego społeczeństwa borykającego się z problemem odpadów, w którym każdego roku marnuje się 6,5 mln t żywności i 1 mld sztuk odzieży. Dziennikarze przeprowadzali wywiady z kluczowymi osobami, w tym z Aminą Mohammed, zastępczynią sekretarza generalnego ONZ, która odegrała wiodącą rolę w opracowaniu SDGs. Oprócz wysokiej jakości dziennikarstwa japońskie media obejmują istotne funkcje również w edukacji. Od 2018 r. dziennikarze „Asahi Shimbun” organizują warsztaty w gimnazjach i liceach, uniwersytetach czy instytutach specjalnych. Podczas tych inicjatyw uczestnicy proszeni są o przeczytanie różnych artykułów prasowych dotyczących takich kwestii, jak globalne ocieplenie i utrata żywności, mając na uwadze 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju. Następnie prosi się ich o wskazanie artykułów, które przykuły ich uwagę i napisanie własnych komentarzy. Budującym wnioskiem jest fakt, iż nawet uczniowie, którzy nigdy wcześniej nie słyszeli sformułowania „Cele Zrównoważonego Rozwoju” czy skrótu „SDGs”, zaczęli rozmawiać o problemach globalnych z perspektywy własnego, codziennego życia.

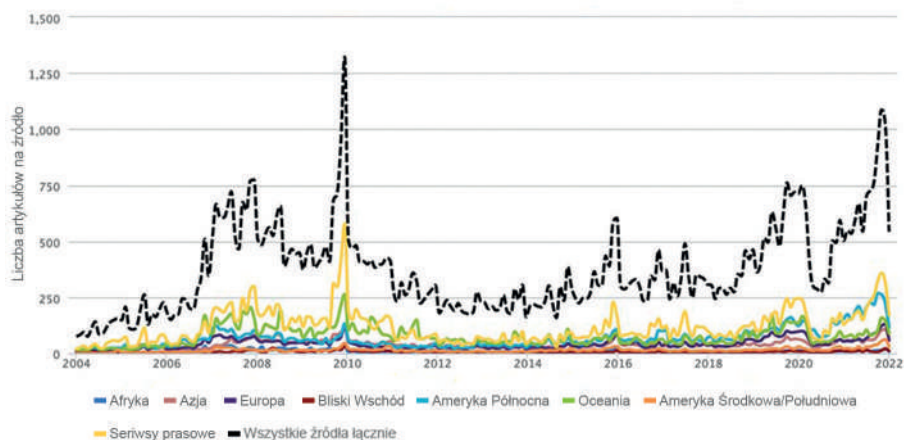
#### **Media and Climate Change Observatory – międzynarodowy monitoring doniesień medialnych o zmianach klimatu**

Media and Climate Change Observatory (MeCCO) to międzynarodowa inicjatywa współpracy międzyuniwersyteckiej. Projekt tworzą badacze ze Stanów Zjednoczonych, Japonii, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Australii, Szwecji, Danii, Niemiec i Finlandii. Głównym ich celem jest stały monitoring doniesień medialnych dotyczących zmian klimatu. Eksperti analizują 126 źródeł z 58 państw (zarówno gazety, jak i stacje radiowe oraz telewizyjne). Gromadzą dane pochodzące z baz danych takich jak LexisNexis, Proquest i Factiva. Umożliwia to dotarcie do zróżnicowanych geograficznie materiałów pochodzących z największych mediów (20 z Ameryki Północnej, 15 z Ameryki Południowej, 36 z Europy, 15 z Afryki, 7 z Bliskiego Wschodu, 25 z Azji i 9 z Oceanii). Każdego miesiąca prezentowane są wyniki badań. Dane udostępniane są publicznie dla szerokiej publiczności, dzięki czemu możliwe staje się zrozumienie, jakie tematy i z jaką częstotliwością pojawiały się w dyskursie medialnym. Projektowi przewodzi prof. Maxwell Boykoff z Katedry Nauk o Środowisku Uniwersytetu Kolorado w Boulder (USA)\*.

\* Media and Climate Change Observatory, [http://sciencepolicy.colorado.edu/icecaps/research/media\\_coverage/index.html](http://sciencepolicy.colorado.edu/icecaps/research/media_coverage/index.html) [dostęp: 20.02.2022].

<sup>8</sup> J.M. Arthur, Ch. Zhang, *Who Is Talking about the UN Sustainable Development Goals?*, Brookings, 2018, <https://www.brookings.edu/blog/future-development/2018/06/14/who-is-talking-about-the-un-sustainable-development-goals/> [dostęp: 26.03.2022].

### Światowe relacje prasowe na temat zmian klimatu i globalnego ocieplenia



Źródło: *Monthly Summaries 2021 Year End Retrospective, A Review of Media Coverage of Climate Change and Global Warming in 2021, Special Iss.*, [https://sciencepolicy.colorado.edu/icecaps/research/media\\_coverage/summaries/special\\_issue\\_2021.html](https://sciencepolicy.colorado.edu/icecaps/research/media_coverage/summaries/special_issue_2021.html) [dostęp: 20.02.2022].

Monitoring przekazów medialnych dowodzi, że zainteresowanie tematyką zmian klimatu jest wysokie, ale ma ono charakter falowy. Najliczniejsza grupa tekstów pochodzi z mediów z obszaru Oceanii. Badacze zauważają, że jakość przekazów prasowych zdecydowanie wzrasta. Dziewięć na dziesięć tekstów zawiera treści zbieżne z osiągnięciami nauki i zwraca uwagę na wkład człowieka w zmiany klimatu. Coraz mniej tekstów prezentuje tezy zaprzeczające wprost tym procesom. Krytyka przyjmuje bardziej subtelny charakter i wyraża się w podważaniu poparcia dla konkretnych polityk, które mają na celu w znacznym stopniu zaradzić zmianom klimatu. Dwie dekady wcześniej doniesienia medialne zdecydowanie częściej zawierały informacje sprzeczne z nauką. Pozytywna zmiana cieszy badaczy. Zwracają oni uwagę na ogromny potencjał mediów na kształtowanie międzynarodowej opinii publicznej.

Inną kluczową rolę, jaką mogą odegrać media, jest pomoc w nawiązywaniu kontaktów między ekspertami, społeczeństwem obywatelskim i czytelnikami. Od 2008 r. „Asahi Shimbun” organizuje co roku szereg sympozjów na tematy związane ze środowiskiem globalnym i SDGs. W 2019 r. przeprowadzono fora dyskusyjne, na których japońscy eksperci wymieniali poglądy z Johanem Rockströmem, dyrektorem Poczdamskiego Instytutu Badań nad Wpływem Klimatu oraz czołowym badaczem środowiska i orędownikiem koncepcji granic planetarnych, która miała duży wpływ na założenia SDGs<sup>9</sup>. Ciekawym trendem, który rozwija się pod wpływem mediów, jest noszenie przez Japończyków przypinek z symbolami SDGs. Wyrażają oni w ten sposób swoją troskę o przyszłość i podkreślają istotę problemu.

<sup>9</sup> Y. Nishimura, *How the Media Can Be a Meaningful Stakeholder in the Quest to Meet the SDGs*, World Economic Forum, 2020, <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/sdgs-sustainable-development-news-media-coverage/> [dostęp: 20.02.2022].

## Zrównoważony rozwój w międzynarodowych przekazach medialnych

Badania zawartości anglojęzycznej chińskiej gazety „China Daily” dowodzą, że w latach 2000–2018 głównym problemem był smog. Relacjonowano go jako kwestię wymagającą współpracy międzynarodowej i zacieśniania relacji w zakresie zarządzania zanieczyszczeniem powietrza. Badanie wykazało, że większość doniesień miała neutralny wydźwięk. Najczęściej występowała rama definiowania problemów i sugerowania środków zaradczych. Dziennikarze cytowali przede wszystkim źródła pochodzące od urzędników, agencji, specjalistów i naukowców. Dodatkowo wykorzystywano ramę edukacji przyrodniczej, co przekładało się na cytowanie specjalistów i naukowców jako źródeł wiadomości. Rama definiowania problemów istotnie korelowała z cytowaniem urzędników i agencji jako źródeł informacji<sup>10</sup>.

Badania zawartości 23 opiniotwórczych gazet z pięciu różnych krajów (Australia, Kanada, Niemcy, Wielka Brytania, USA), obejmujące 17-letni okres od roku 2000 do 2016, dowodzą, że zrównoważony rozwój przestał być marginalnym tematem i stał się kluczowym elementem dyskursu publicznego. Autorzy twierdzą również, że informacje na temat zmian klimatycznych, ubóstwa i HIV/AIDS można uznać za wiodące. Uważają także, że uwaga mediów skoncentrowana na temacie zmian klimatycznych przytłoczyła doniesienia o bioróżnorodności i wykorzystywaniu czystych technologii<sup>11</sup>.

Ciekawe wnioski płyną z badań porównawczych. Zdaniem badaczy indyjskie kanały informacyjne relacjonują więcej istotnych informacji w odniesieniu do Celów Zrównoważonego Rozwoju niż stacje globalne. W doniesieniach BBC i Al Jazeera dominuje natomiast tematyka krajów afrykańskich i ich osiągnięć w obszarze SDGs. W przypadku CNN dziennikarze koncentrują się przede wszystkim na nowych pomysłach i innowacjach technologicznych mających na celu poprawę

**Serial *Osządzeni przez media*,  
prod. George Clooney i Grant Heslov,  
z 2020 r.**

Serial *Osządzeni przez media*\* to produkcja poświęcona najśłynniejszemu procesom sądowym, poruszająca różne wątki społeczne. W każdym odcinku zwraca się uwagę, w jaki sposób media mogły wpłynąć na wydany na sali sądowej wyrok. Serial pozwala zrozumieć istotność relacji medialnych, zasady funkcjonowania mediów i formy kształtowania opinii publicznej poprzez przekaz oparty na emocjach. Za powstanie serialu odpowiada kilku reżyserów: Skye Borgman, Garrett Bradley, Yance Ford, Brian McGinn, Sierra Pettengill, Tony Yacenda. Producentką została Melanie Miller, a producentami wykonawczymi m.in. George Clooney i Grant Heslov.

\* *Osządzeni przez media*, prod. G. Clooney, G. Heslov, Netflix, USA 2020.

<sup>10</sup> Y. He, G. Zhang, L. Chen, *Analysis of News Coverage of Haze in China in the Context of Sustainable Development: The Case of China Daily*, „Sustainability” 2020, Vol. 12(1), No. 386, s. 1–15.

<sup>11</sup> R. Barkemeyer, P. Givry, F. Figge, *Trends and Patterns in Sustainability-Related Media Coverage: A Classification of Issue-Level Attention*, „Environment and Planning C: Politics and Space” 2018, Vol. 36(5), s. 937–962, <https://doi.org/10.1177/2399654417732337> [dostęp: 20.02.2022].

sytuacji gospodarczej krajów i osiągnięcie celów do roku 2030. Zaobserwowano też, że w przekazach niemal wszystkich badanych stacji dominował problem głodu, ubóstwa, edukacji i działań na rzecz klimatu. Kwestie równości płci, innowacji przemysłowych, odpowiedzialnej konsumpcji nie były zbyt eksponowane (zob. rozdział 10. *Zrównoważona produkcja i technologia*). Całkowicie marginalnie potraktowana została problematyka bioróżnorodności, fragmentacji siedlisk dzikiej fauny i flory<sup>12</sup> (zob. rozdział 7. *Ochrona bioróżnorodności*).

Wybrane przykłady ilustrują, w jak różny sposób mogą być relacjonowane globalne problemy. W nagłaśnianiu i tłumaczeniu Celów Zrównoważonego Rozwoju istotna jest współpraca mediów z instytucjami międzynarodowymi i ekspertami, którzy dostarczają wartościowej, merytorycznej wiedzy, tak ważnej w dobie fake newsów (więcej na ten temat zob. rozdział 23. *Zrównoważony rozwój w epoce fake newsów*).

## 1

## Kalendarium

**2016** – powołanie do życia SDG Media Zone (przez Departament Komunikacji Globalnej ONZ, we współpracy z Fundacją PVBLIC). Są to cykliczne wydarzenia skupiające światowych liderów, influencerów, aktywistów, ekspertów, twórców treści i partnerów medialnych, mających na celu nagłaśnianie działań i rozwiązań wspierających Cele Zrównoważonego Rozwoju.

**2019** – powołanie do życia międzynarodowego konsorcjum SDGs Journalism Reporting (SDGsJR). Celami projektu są monitoring i analiza dziennikarstwa wysokiej jakości oraz jego wpływ na politykę rządu i świadomość społeczną.



## Słowniczek

**Agenda-setting** – proces wybierania i nagłaśniania przez media tematów tworzących agendę informacyjną; wyeksponowanie wybranych tematów prowadzi do uznania ich przez opinię publiczną jako najważniejsze w danym przedziale czasowym.

**Dyskurs medialny** – przekazywanie idei i oddziaływanie na ludzi za pomocą języka; obserwowane jest w systemie socjalnych, kulturowych, politycznych lub ekonomicznych struktur w społeczeństwie.

**Framing** – inaczej „uramowanie”; proces przedstawiania informacji w określonym kontekście; nadawanie znaczenia wybranym zagadnieniom.

**Monitoring mediów** – proces najczęściej automatycznego wyszukiwaniu określonych zagadnień i fraz w artykułach i wzmiankach pochodzących z mediów elektronicznych; badania prowadzone za pomocą specjalistycznego oprogramowania przez ekspertów organizacji badawczych lub instytucji komercyjnych.

<sup>12</sup> S. Pandit, *Sustainable Development Goals and Media Coverage by English Language News Channel Websites in Indian and International Context*, „International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)” 2020, Vol. 9(4), s. 28–32.



## Problemy do dyskusji

1. Czy zauważasz tematykę zrównoważonego rozwoju w polskich mediach? Które media podnoszą te zagadnienia i na co zwracają uwagę?
2. W jaki sposób możesz osobiście przyczynić się do rozpowszechniania wiarygodnych informacji o zrównoważonym rozwoju?



## Dodatkowa literatura

- Bąk M., *Propagowanie idei zrównoważonego rozwoju w serwisach społecznościowych*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej” 2017, „Organizacja i Zarządzanie”, z. 104, s. 132–144.
- Dauda S., Hasan N.N.N., *Framing the Sustainable Development Goals in Malaysian Online News*, „SEARCH. Journal of Media and Communication Research” 2018, Vol. 10(1), s. 1–24.
- Fiut I.S. (2006), *Zrównoważony rozwój: aspekt filozoficzny i medialny*, „Problemy Ekorozwoju”, nr 1(1), s. 33–45.
- Luedecke G., Boykoff T.M., *Environment and the Media*, w: *International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment and Technology*, eds. D. Richardson, N. Castree, M.F. Goodchild, A. Kobayashi, W. Liu, R.A. Marston, Wiley-Blackwell, 2017, s. 1–8.
- Szot-Radziszewska E., Popławska J., *Rola mediów lokalnych w kreowaniu zrównoważonego rozwoju miast*, „Studia i Materiały Wydziału Zarządzania i Administracji Wyższej Szkoły Pedagogicznej im. Jana Kochanowskiego w Kielcach” 2018, nr 2(22), s. 299–310.



## Materiał filmowy

*Można panikować*, reż. Jonathan L. Ramsey | *It's Okay to Panic* 2020 (napisy EN, PL, ES, RU), Ramsey United, 1.06.2020, <https://www.youtube.com/watch?v=osm5vyJjNY4> [dostęp: 6.07.2022].

Film dokumentuje pracę polskiego fizyka atmosferycznego, prof. Szymona Malinowskiego, dyrektora Instytutu Geofizyki Wydziału Fizyki Uniwersytetu Warszawskiego. Profesor zajmuje się zjawiskami prowadzącymi do zmian klimatycznych i od lat ostrzega o nadchodzącym zagrożeniach. Materiał ilustruje trudności z dotarciem do opinii publicznej z przekazem naukowym. Jest też opowieścią o regułach, jakimi rządzą się media, i sposobach prezentowania trudnych zagadnień w rozrywkowej konwencji.

