

Média o klimatu: hrozba nebo příležitost?

Anotace:

Cílem lekce je přivést žáky k pochopení toho, jak velkou moc mají novináři nad představou, kterou si publikum (čtenáři, diváci a posluchači) vytváří o tématu klimatické změny. Novináři rozhodují o zarámování klimatické změny, jinak řečeno vybírají, z jakého úhlu pohledu toto téma uchopí. Jsou to právě média, která nastolováním agendy (výběr tématu, o němž budou psát) a jejím rámováním rozhodují o tom, jak je téma následně vnímáno publikem, jaké emoce v nich vzbuzuje a jak je hodnocena jeho důležitost. To vše se pak promítá do návrhů řešení, které politici na lokální, národní či nadnárodní úrovni přijímají pro řešení změny klimatu, ale také do toho, jak jako publikum na tyto informace reagujeme.

Vzdělávací cíle:

- Žák definuje vlastními slovy, co znamená rámování novinového textu.
- Žák si prakticky vyzkouší identifikovat různé rámování klimatické změny.
- Žák objevuje, jak v něm různé rámování klimatické změny vyvolává různé emoce.

Čas:

- 90 minut

Věk:

- 15-19 let

Zařazení do předmětů:

- biologie/přírodopis, český jazyk, občanská výchova / základy společenských věd, zeměpis, mediální vzdělávání

Klíčová témata:

- mediální gramotnost, mediální rámování, emoce, environmentální žal, klimatická změna

Pomůcky:

- tužky, lepidla, nůžky, časomíra, zvoneček
- příloha č. 1 vytištěná pro každého
- příloha č. 2a připravená k promítání nebo vytištěná na velkých papírech
- příloha č. 3a vytištěná a rozstříhaná
- příloha č. 3b vytištěná do skupin

Postup:

1. DYÁDY: SOUHLASÍTE SE ZMĚNOU POJMENOVÁNÍ KLIMATICKÁ KRIZE? (20 minut)

Rozdejte žákům slovník publikovaný předním britským deníkem The Guardian v roce 2019 (příloha č. 1).

Požádejte je, aby si ho přečetli a všimli si významových posunů, které změna slovníku přináší. Krátký glosář shrnuje důvody pro preferenci používání pojmu klimatická krize či klimatická nouze namísto klimatická změna.

Vysvětlete žákům, že začnete zamyšlením, jak tuto změnu terminologie vnímá každý z nich.

Rozdělte žáky do dvojic a do rolí A a B. Nejprve osoba A položí osobě B otázku. B pak nahlas přemýšlí a A bez přerušování poslouchá. Po 1,5 minutě (a zaznění zvukového signálu) se role vymění, osoba B se ptá osoby A.

Otázku, kterou si žáci navzájem pokládají, napište na tabuli:

- *Domníváte se, že jde o správné rozhodnutí, používat pojem klimatická nouze nebo klimatická krize? Proč, uveďte své argumenty.*

Řekněte žákům, aby si při sdílení (mluvení i poslouchání) všimli také svých emocí.

Cvičení zopakujte ještě jednou, tentokrát s otázkou na pojmy „popírač klimatické vědy“ nebo „globální ohřívání“. Žáci si mohou vybrat jen jeden z nich, anebo mohou reflexi obou pojmů sloučit do jedné odpovědi.

- *Domníváte se, že jde o správné rozhodnutí používat termíny „popírač klimatické vědy“ nebo „globální ohřívání“? Proč? Uveďte své argumenty.*

Na závěr nechte dvojice vyjádřit následující:

- *Co si z dyády odnášíte?*
- *Co jste si díky vyprávění či naslouchání uvědomili?*
- *Změnil někdo svůj postoj na základě této aktivity? Jak?*
- *Jak jste se cítili, když jste nemohli na druhého hned reagovat či jej doplňovat?*
- *Jaké to bylo někomu naslouchat?*
- *Která role vám byla příjemnější?*
- *Jaké emoce jste při dyádách pociťovali?*

2. TIPUJTE RÁMOVÁNÍ (20 minut)

Upozorněte žáky, že změna slovníku může vést k důležitým interpretačním posunům, k posunu zarámování tématu. Vysvětlete, co znamená rámování a jak i drobné posuny vyvolávají v posluchačích a čtenářích různé emoce.

Promítněte prezentaci (příloha č. 2a) či si ji vytiskněte a ukažte obrázky novinových titulků žákům. Prezentaci je možné dle vlastního uvážení zkrátit. U prvního slidu charakterizujte tři vybraná rámování a vysvětlete je:

- **Klimaskepticismus:** řešení klimatické změny jako ekonomické a společenské hrozby
- **Alarmismus:** klimatická změna jako hrozba udržitelnosti života
- **Optimismus:** klimatická změna jako příležitost

Pro účely lekce pracujte s výše uvedenými rámy – se stejným rámováním budou žáci pracovat i v následující aktivitě.

U dalších slidů prezentace vybídněte žáky, aby se pokusili odhadnout, jak je článek zarámován a jak má na čtenáře působit. V příloze č. 2b naleznete klíč k rámování uvedených článků.

Je také důležité si uvědomit, že některé titulky mohou být zavádějící a jejich jasnější rámování se pozná teprve až ze samotného textu. Důležitý není pouze titulek, ale celkové vyznění článku.

Po prezentaci žákům zdůrazněte, že rámce, se kterými jste nyní pracovali, jsou jen výběrem z mnoha možných. Máte-li čas, mohou žáci zkusit vymyslet další typy mediálního rámování klimatické změny.

3. ORIENTUJETE SE V RÁMOVÁNÍ KLIMATICKÉ ZMĚNY? (30 minut)

Předem si nastříhejte kartičky s argumenty z novinových článků ke změně klimatu (příloha č. 3a, celkem 27 příkladů rámování). Příloha č. 3a je zároveň „správným řešením“ pro přiřazení argumentů k rámování.

Rozdělte žáky do skupin po 4–6. Každé skupině vyberte čtyři argumenty různého rámování a požádejte žáky, aby zařadili vybraný argument do některého z rámování (klimaskepticismus, alarmismus, optimismus), které si vyzkoušeli v předchozí aktivitě.

Zároveň je vyzvěte, ať si vyzkoušejí 1–2 vybrané argumenty přeformulovat tak, aby odpovídaly jinému rámování.

Čtyři kartičky s argumenty si žáci ve skupině nalepují do připravené tabulky a přeformulované argumenty zapisují do ostatních sloupců (Příloha č. 3b). Povzbuzujte žáky, ať jsou odvážní a nápadití, zejména v hledání pozitivních příkladů rámování jako příležitosti.

Upozorněte je, že když formulují tematicky nebo obsahově podobné, avšak jinak zarámované argumenty, nebudou už sdělení obsahově zcela stejná, vždy dojde k posunu významu.

Také žákům řekněte, že uvedené argumenty nemusí být vždy přesné či pravdivé, jelikož jsou převzaté z reálných článků.

Na závěr se žáky sdílejte výsledky jejich činnosti, zejména pak přerámování vybraných argumentů. Požádejte žáky, aby se podělili o nejzajímavější zjištění z této aktivity.

4. ZÁVĚR (15 minut)

V závěru se žáků zeptejte:

- S jakým rámováním se setkáváte na internetu / v novinách nejčastěji?
- Jaké rámování nejlépe vystihuje vaše vlastní pocity a proč?
- S jakými argumenty nejčastěji souhlasíte, či naopak?
- Jak by se podle vás měla klimatická změna v médiích rámovat?
- Které rámování by podle vás mohlo nejlépe vést k vyřešení klimatické změny a jejích příčin?

Pokud z diskuze vyplyne, že někteří žáci prožívají něco, co bývá označováno jako environmentální žal (viz infobox), řekněte, že se jedná o pocity, které zažívají lidé po celém světě.

Studie potvrzují, že nejlepším prostředkem proti úzkosti a frustraci je sdílení těchto pocitů, pohled zaměřený na hledání řešení (zacílení na zdroje, které jsou takto orientované) a vlastní iniciativa či aktivity, které i v malém měřítku dokážou měnit místní prostředí.

Žákům můžete doporučit některé novinové zdroje, které se věnují řešení klimatické změny (zatím jen v angličtině):

- The Washington Post, sekce [Climate Solutions](#)
- The New York Times, sekce [Climate Solutions: A Special Report](#)
- agentura Bloomberg, rubrika [Bloomberg Green](#)
- organizace [Covering Climate Now](#)
- iniciativa [Solutions Journalism](#)

Infobox:

Rámování: Rámec hrozby je nejčastěji používaným rámcem pro sdělení informací o klimatické změně. Inklinuje k prezentování změny klimatu jako problému, který nás přesahuje a má charakter apokalypsy (zničená krajina, environmentální katastrofy, mrtvá zvířata). Tento rámec lze identifikovat kdykoliv, kdy mediální text akcentuje hrozby spojené s globálním oteplováním, například hrozby pro veřejné zdraví (např. astma, alergie, infekční choroby); další variantou je zdůrazňování ohrožení veřejné bezpečnosti (např. konflikty, přesuny populací), viz zdroje Feldman a kol.

Žurnalistika zaměřená na řešení klimatické změny: Považuje klimatickou změnu a její význam za nezpochybnitelnou, ale soustředí se na řešení a příklady, které pomohou dopady klimatické změny zmírnit. Oproti negativnímu zpravodajství, které běžně v médiích převládá, pozitivní zpravodajství motivuje veřejnost k reálné politické, občanské, technické či ekonomické aktivitě (viz doporučení novinových článků výše, tzv. Solution Journalism).

Environmentální žal: Strach z budoucnosti ve spojitosti s klimatickou změnou a úzkost ze zániku přírodního světa, který se projevuje depresemi či úzkostmi, pocity bezvýchodnosti a smutku nebo psychosomatickými problémy. Prožitky a emoce spojené s klimatickou proměnou planety je třeba si přiznat, nepopírat je a pracovat s nimi. Nápomocné je tyto pocity sdílet a přetavit je do pozitivní aktivity, která pomáhá překonávat pocit frustrace (viz zdroje).

Komunikace klimatické hrozby: Zprávy o klimatu a obrazy, které vyjadřují silnou hrozbu, mohou být zdrcující a oslabující, pokud neuvádějí možná řešení (viz Feldman 2018). Komunikace klimatické změny jako krize nebo hrozby může proto mít velmi odlišné účinky na publikum v závislosti na tom, zda je použita v kontextu zpráv o dopadech změny klimatu nebo zpráv o opatřeních v boji proti změně klimatu. Katastrofický narativ tak může mít opačný efekt a lidi často demotivuje či zablokuje. Z českých autorů o tom hovoří pravidelně Jan Krajhanzl (Aktuálně 6/2020, ČR Dvojka 6/2021) a opírá se o data z výzkumu České klima 2021 (viz zdroje).

Autorka výukové lekce:

Magdalena Fiřtová, Člověk v tísni, o. p. s.

Přílohy:

- Příloha č. 1 – The Guardian a proměna slovníku
- Příloha č. 2a – Prezentace příkladů rámování klimatické změny
- Příloha č. 2b – Klíč k rámování titulků
- Příloha č. 3a – Kartičky k rámování klimatické změny
- Příloha č. 3b – Tabulka pro práci ve skupinách

Materiál vznikl za finanční podpory Evropské komise a České rozvojové agentury a Ministerstva zahraničních věcí České republiky v rámci Programu zahraniční rozvojové spolupráce ČR.

Za obsah materiálu nese odpovědnost organizace Člověk v tísni, o.p.s. Informace zde uvedené nejsou oficiálním stanoviskem Evropské unie a Ministerstva zahraničních věcí České republiky.

Zdroje:

Corner, A., Shaw, C., Clarke, J.: Principles for effective communication and public engagement on climate change: A Handbook for IPCC authors [online]. Oxford: Climate Outreach, 2018 [cit. 30. 10. 2021]. Dostupné z: <https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2017/08/Climate-Outreach-IPCC-communications-handbook.pdf>

Corner, A.: 12 Tools for communicating climate change more effectively. The Guardian [online], 6. 7. 2015 [cit. 30. 10. 2021]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2015/jul/06/12-tools-for-communicating-climate-change-more-effectively>

Čapková, T. a Tesařová, K.: Co s environmentálním žalem? Pomůže zapojit se do ochrany životního prostředí, říká terapeutka. iRozhlas.cz [online], 16. 6. 2019 [cit. 30. 10. 2021]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/environmentalni-zal-strach-obavy-zivotni-prostredi-budoucnost_1906161106_lac

Feldman, L., Hart, P. S., Milosevic, T.: Polarizing news? Representations of threat and efficacy in leading US newspapers' coverage of climate change [online]. Public Understanding of Science, 2015, 26 (4), 481- 497 [cit. 30. 10. 2021]. Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/risa.12868>

Feldman, L., Hart, P. S.: Is there any hope? How climate change news imagery and text influence audience emotions and support for climate mitigation policies [online]. Risk Anal. 2018. 38(3):585-602 [cit. 30. 10. 2021]. Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/risa.12868>

Hayes, K., Berry P., Ebi, K.: Factors Influencing the Mental Health Consequences of Climate Change in Canada [online]. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2019, 16 (9) [cit. 30. 10. 2021]. Dostupné z: <https://www.proquest.com/docview/2329074540/62F47EA0F409488DPQ/1?accountid=15618>

Krajhanzl, J., Chabada, T., Svobodová, R.: České klima 2021. Mapa českého veřejného mínění v oblasti klimatu [online]. Katedra environmentálních studií FSS MU, Green Dock. 2021 [cit. 30. 10. 2021]. Dostupné z: https://greendock.cz/wp-content/uploads/2021/07/czklima2021_report.pdf

Rabinowitz, A.: Climate journalism enters the solution era. Columbia Journalism Review [online], 21. 4. 2021 [cit. 30. 10. 2021]. Dostupné z: https://www.cjr.org/covering_climate_now/climate-solutions-journalism-mothers-of-invention.php

Zeldin-O'Neil, S.: 'It's a crisis, not a change': the six Guardian language changes on climate matters. The Guardian [online], 16. 10. 2019 [cit. 30. 10. 2021]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/environment/2019/oct/16/guardian-language-changes-climate-environment>