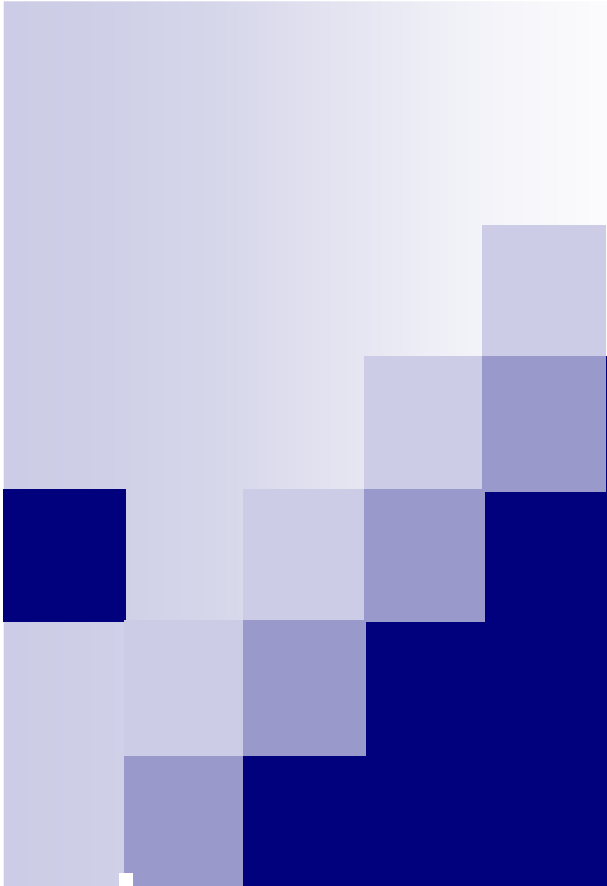




Environmentální sociologie

9.3. 2011

Téma III:

**Sociální konstrukce a de-konstrukce
environmentálních problémů**



Sociální konstrukce environmentálních otázek a problémů

- **Funkcionalismus** – předpokládal existenci sociálních problémů (např. kriminalita, rozvodovost,...) které jsou výsledkem snadno identifikovatelných, charakteristických a očividně „objektivních“ podmínek
- **„*Social problems: a reformulation*“** (Spector and Kitsuse, 1977) – sociální problémy nejsou statickými podmínkami, ale „posloupností událostí“, které se vyvíjejí na základě kolektivních definic.



Podstata environmentálních problémů

Sociální konstrukce problémů

Problémy nevznikají a nemizí na základě nějakých pevně daných, mimo-společenských a samozřejmých kritérií, ale vyvíjí se a mění v závislosti na úspěšnosti „*claims-making*“ (vznášení nároků) ze strany různých sociálních aktérů (vědci, průmyslníci, politici, státních úředníků, novinářů, ekologických aktivistů, atd.) (*Hannigan 2006: 63*)

Sociální problémy – jejich konstrukce je založena na rétorice morálních hodnot

Environmentální problémy – jsou vztaženy přímo k určitým „vědeckým“ objevům, faktům a tvrzením

- 
- Sociální / environmentální problémy – jsou „aktivitami určitých skupin, které dávají směrem k organizacím, společnostem či institucím najevo své rozhořčení a vznášejí nároky či požadavky týkající určitých „údajných“ (domnělých) podmínek“ (Spector, Kitsuse, 1973: 146)
 - Pro výzkumníky („analyzátory problémů“) je samotný proces „vznášení nároků“ (*claims-making*) důležitější nežli otázka hodnocení, zda jsou tyto nároky oprávněné (založené na skutečnosti) či nikoliv !
 - Konstrukcionismus tak není jenom teoretickým přístupem, ale slouží jako „analytický nástroj“ výzkumníka



3 základní dimenze studia sociálních / environmentálních problémů z perspektivy sociálního konstruktivismu

- Nároky (*claims*)

(„stížnosti na sociální podmínky, které jsou členy určité skupiny vnímány jako nevhodné či nepřijatelné“)

- Tvůrci nároků (*claims-makers*)

- Proces vytváření nároků (*claims-making process*)



Nároky (*claims*)

- Co se říká o problému ?
- Jak je problém zobrazen ?
- Jaká je používána rétorika při vznášení nároků ?
- Jak jsou nároky prezentovány, aby přesvědčily dané „publikum“ ?

Best et al. (1989): Images of Issues: Typifying Contemporary Social problems.



Kategorie nároků

3 základní komponenty/kategorie nároků:

■ Příčiny (*grounds*)

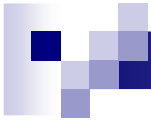
- základní fakta, která tvoří diskurz „dělání politiky“: definice (orientační vymezení problému), příklady (pomáhají lépe se identifikovat s lidmi postiženými problémem – např. příběhy obětí kriminality), číselné odhady (zdůraznění důležitosti, potenciálu se rozrůstat a šířit...).

■ Oprávnění (*warrants*)

- ospravedlnění požadované akce (ukázat, že oběti problémů nejsou schopné si sami pomoci)

■ Závěry-rozhodnutí (*conclusions*)

- popis akce, která je nutná k zmírnění či odstranění problému (vytvoření nové instituce, legislativního nástroje, apod.)



Tvůrci nároků (claims-makers)

- Jsou tvůrci nároků spojeni s nějakými zvláštními organizacemi, hnutími, profesemi, zájmovými skupinami ?
- Reprezentují své vlastní zájmy a nebo zájmy třetí strany ?
- Jsou zkušenými „konstruktéry“ nároků a nebo začátečníky ? (jakou volí taktiku a rétoriku ?)
- Kdo jsou ? ... vědci, lékaři, politici, právníci, úředníci, novináři, vydavatelé, producenti, módní tvůrci...



Klíčové procesy při konstrukci environmentálních problémů

1. Uvést problém do života: popsat a přitáhnout pozornost diváků
2. Legitimovat problém: zdůvodnit jeho podstatu a ospravedlnit jeho řešení
3. Manifestovat problém: prosadit problém (do politiky) a vyvolat akci (k jeho řešení)

Podle:

Wiener, C. (1981): The Politics of Alcoholism.

Solesbury, W. (1981): The environmental agenda: an illustration of how stations may become political issues and issues may demand responses from government: or how they may not.

Klíčové úkoly při konstrukci environmentálních problémů

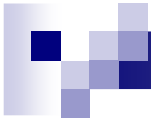
<i>ÚKOL</i>			
	<i>Uspořádat problém (Assembling)</i>	<i>Představit problém (Presenting)</i>	<i>Vybojovat problém (Contesting)</i>
<i>Hlavní aktivity</i>	objevit problém pojmenovat ho vymežit podstatu nároku stanovit parametry	vzbudit pozornost ospravedlnit nárok	vyvolat akci mobilizovat podporu ubránit vlastnictví nároku
<i>Aréna dění</i>	věda	masová média	politika
<i>Úroveň osvědčení</i>	vědecké	morální	záporný
<i>Převažující vědecká role</i>	hledač trendů	komunikátor	praktický politický analyk
<i>Potenciální hrozby</i>	nejasnost nesrozumitelnost dvojsmyslnost protichůdné vědecké důkazy	malá viditelnost klesající "novost" problému	kooptace vyčerpání problému vyrovnávací nároky
<i>Strategie úspěchu</i>	zanést pozornost na zkušenost racionalizace vědeckých nároků vědecké rozdělení úkolů	spojení s populárními tématy a příklady použití dramatického verbálního a vizuálního zobrazení problému rétorická taktika	síťování vývoj odharmých expertiz otevření „oken“ do politiky (lobování)

Zdroj: Hannigan (2006)



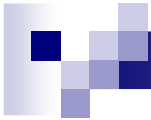
1. uspořádat problém

- Objevení a rozpracování problému
- Pojmenování problému
- Odlišení problému od jiných (podobných)
- Vymezení vědecké, technické, morální a zákonné podstaty nároku
- Vymezení osoby (osob), které jsou odpovědné za akci ke zlepšení situace



2. Představit problém

- Vyvolat pozornost a legitimizovat nárok
- Problém musí být nový, důležitý a pochopitelný (stejně jako jiná novinka, inovace, produkt)
- Využití vhodného verbálního a vizuálního zobrazení problému (popis – obraz – píseň – heslo – symbol)
.. Fotografie, metafory, exemplární případy (havárie, války, události)
- ... s ohledem na konkrétní „publikum“
- Environmentální problémy musí být legitimovány na více „frontách“ – věda, média, veřejnost, vláda
- Rétorická taktika a strategie...



Rétorické strategie

Rétorika spravedlnosti (*rhetoric of rectitude*)

(využívá morálních hodnot, vyšších zákonů, apod. – efektivní, když je veřejnost polarizovaná, aktivisté málo zkušení, a je potřeba na problém nahlížet novým pohledem...)

■ **Rétorika rozumu** (*rhetoric of rationality*)

(odkazuje na racionalitu... vyřešení problému přinese nějaký konkrétní (ekonomický) užitek... funguje lépe v pozdějších fázích konstrukce problémů, nároky jsou formulovány sofistikovaněji.. S konkrétními návrhy na politické kroky)

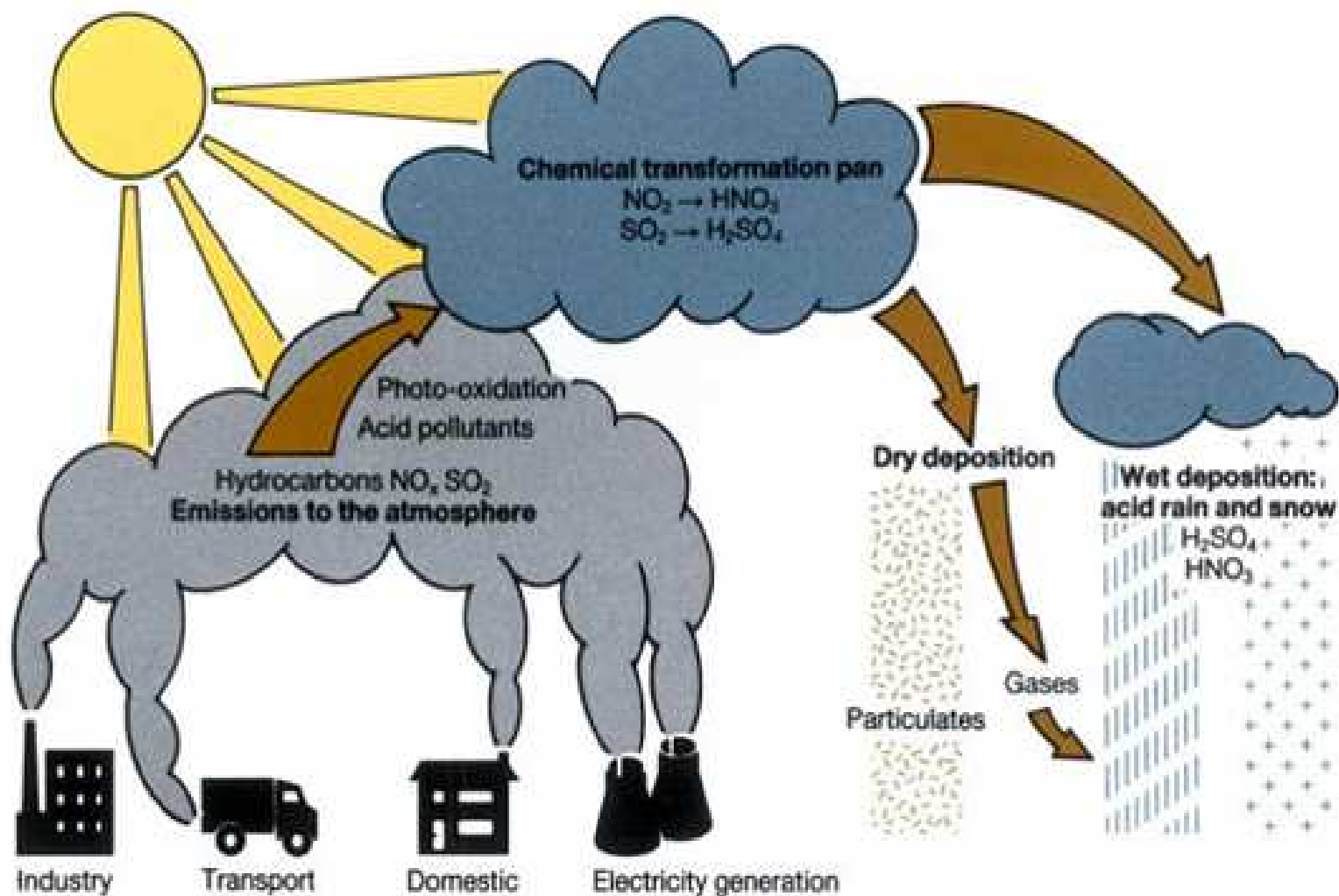
Best (1987): Rhetoric in claims-making. Social Problems, 34 (2), 110-121.

Rétorika „archetypů“ (Rafter, 1992): Využívání mocných stereotypů, které mají přesvědčovací schopnost.

Rétorické idiomy (Ibarra, Kitsuse, 1993): obrazové „klastry“ naplňující nároky morálními významy... „rétorika ztráty“ (nevinnosti, přírody, kultury), „rétorika nerozumu“ (spiknutí, manipulace), „rétorika kalamity“ (epidemie), „rétorika ohrožení“ (zdraví, života skupin lidí), atd.

Problém: kyselá dešť

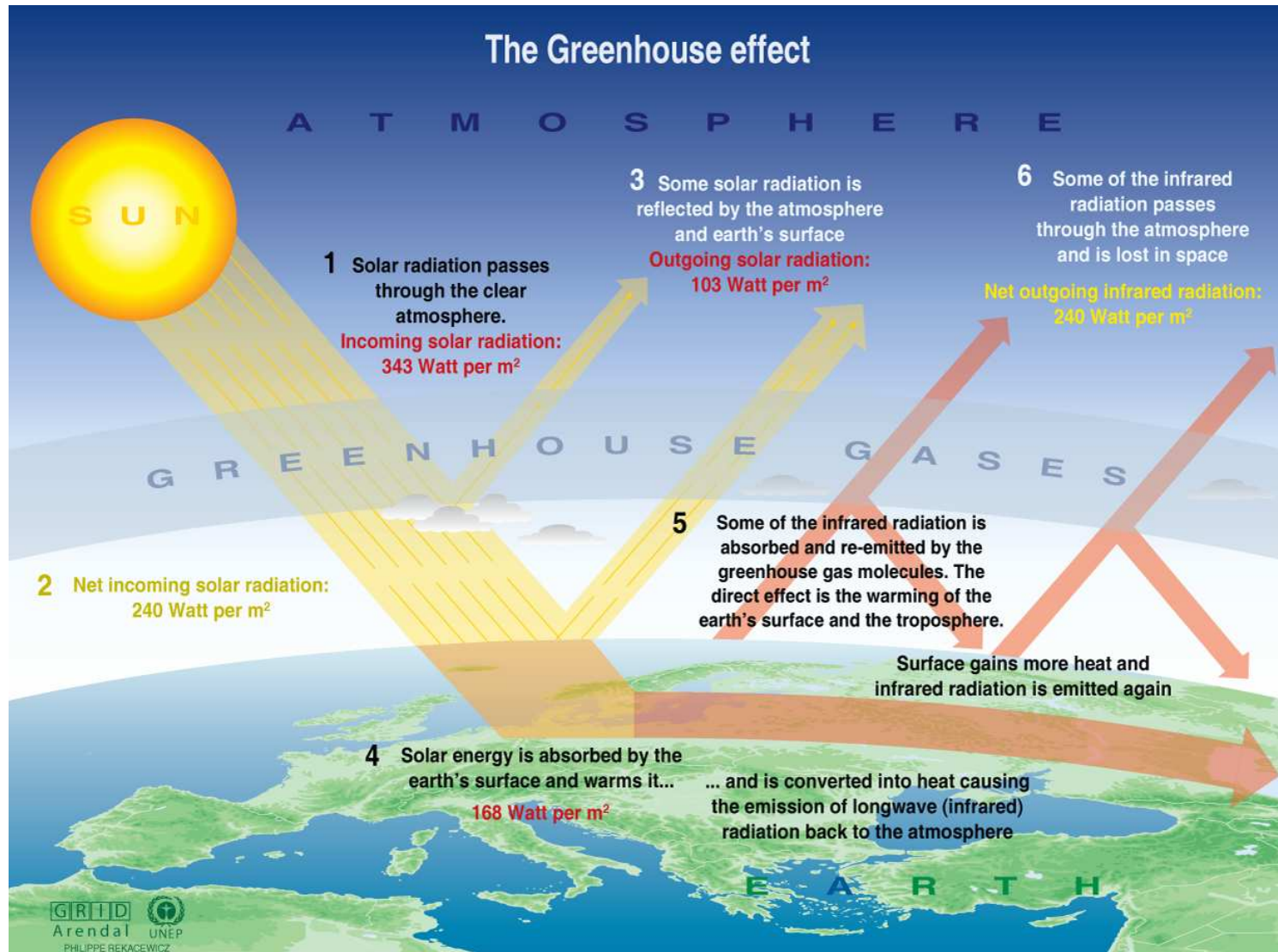
How acid rain is formed



Problém: kyselá dešť

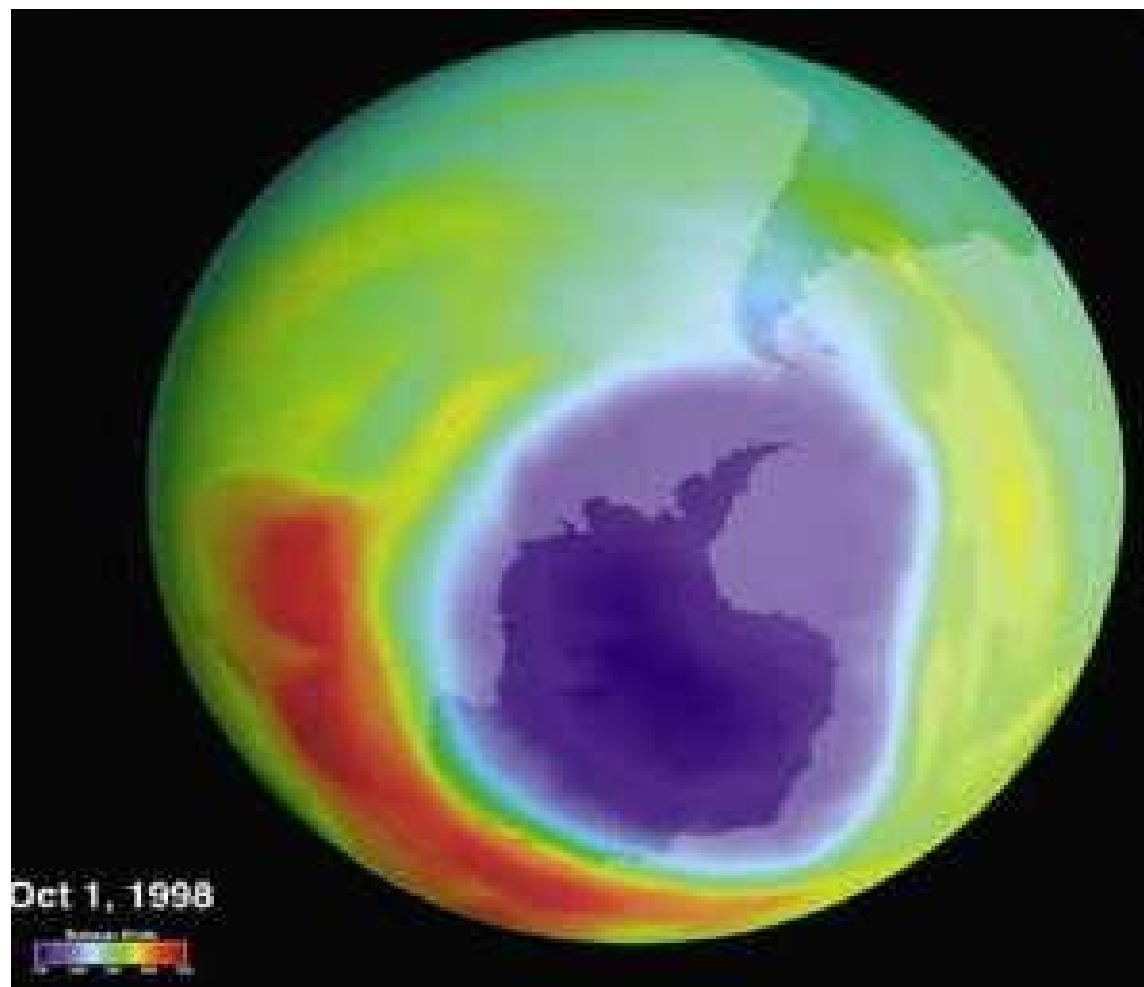


Problém: skleníkový efekt

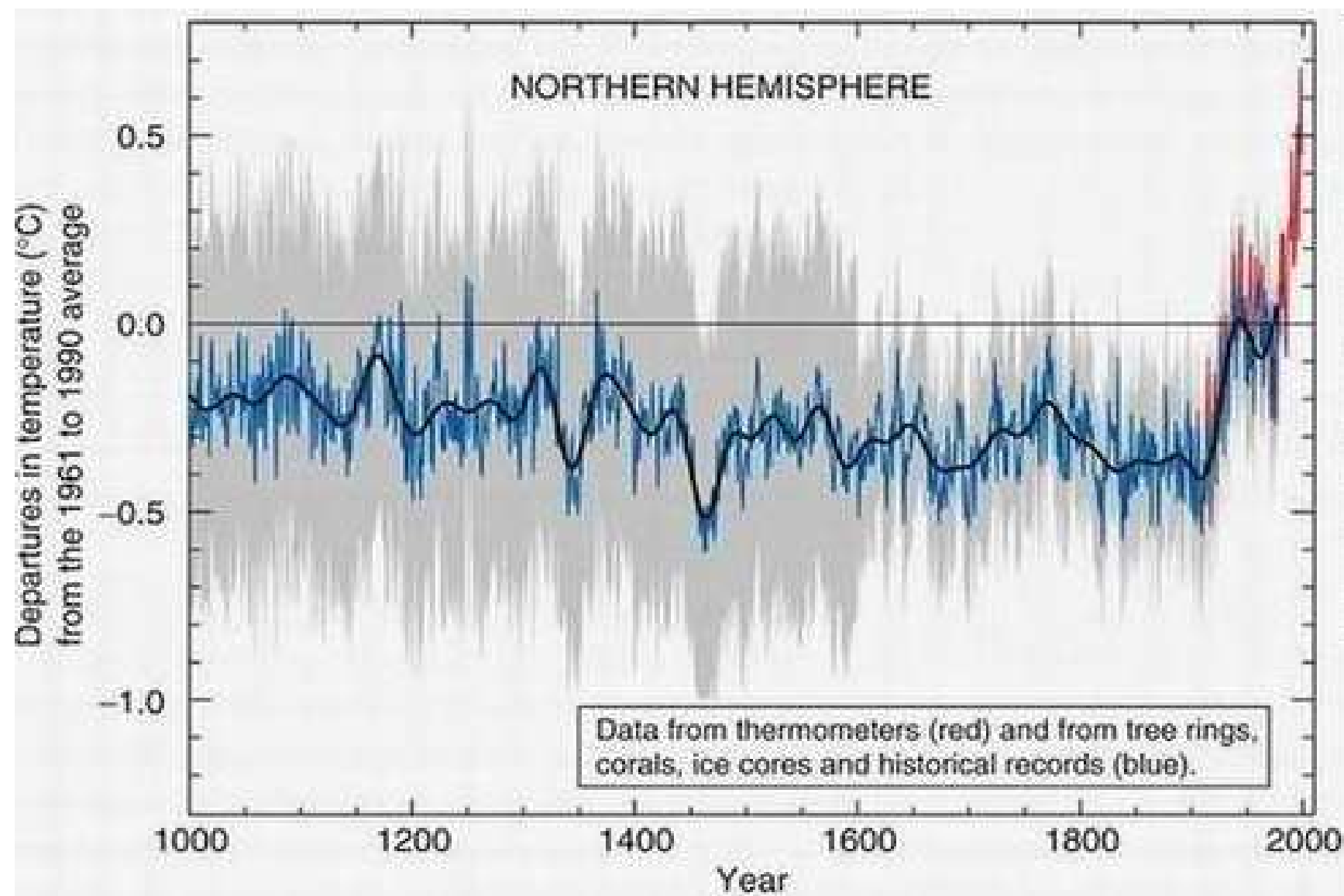


Sources: Okanagan university college in Canada, Department of geography, University of Oxford, school of geography; United States Environmental Protection Agency (EPA), Washington; Climate change 1995, The science of climate change, contribution of working group 1 to the second assessment report of the intergovernmental panel on climate change, UNEP and WMO, Cambridge university press, 1996.

Problém: skleníkový efekt



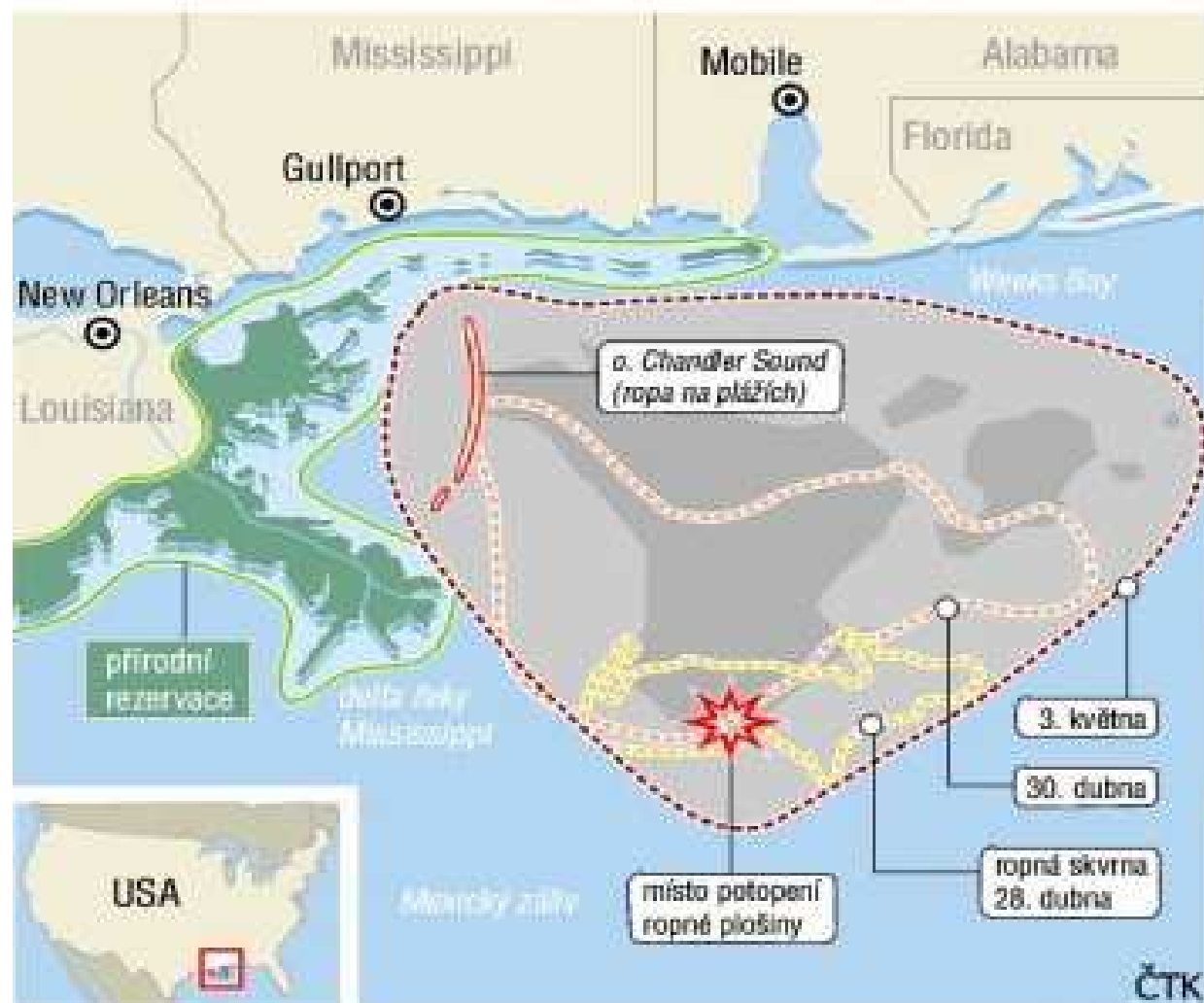
Problém: globální oteplování



Problém: globální oteplování



ROPNÁ SKVRNA U POBŘEŽÍ USA



Ropa uniká z vrtného zařízení v hloubi moře v důsledku nehody těžařské plošiny Deepwater Horizon, kterou provozovala společnost Transocean. Plošina 20. dubna explodovala a o dva dny později se potopila.



[iDNES.cz](#) > [blog.iDNES.cz](#) > [jakl.blog.iDNES.cz](#) > [Nezařazené](#)

Kolik lze vydělat zamaštěným ptákem

Ropa v Mexickém zálivu se rozkládá rychleji, než „se čekalo“. Mediální bublina roku 2010 je na konci s dechem. Těšme se na novou.

Vzpomeňme na letošní jaro. Denní zprávou číslo jedna bylo, kolik tisíc litrů se ten den dostalo z poškozeného vrtu Deep Horizon do moře (zajímavé, objem ropy se vždy uváděl v tunách či barelech, tady najednou pro větší dojem v litrech) nebo co zas vymysleli inženýři na ucpání otvoru, kterým ropa unikala. Byli jsme zavaleni miliony tun zděšených zpráv, jak zahyne celý oceán, jestliže ropa bude unikat ještě několik dnů.

Unikala několik měsíců a nic. Po světě denně umírají tisíce dětí na nemoci, hladem a na následky lokálních válek. Od ropy z Mexického zálivu nedostalo ani jedno dítě vyrážku nebo rýmu. Že by miliony mrtvých ryb? To bychom je denně viděli ze všech stran od tlamíček po ocasní ploutvičky ve všech televizích a novinách. Tři týdny trvalo stovkám mediálních štábů, než našly prvního zamaštěného ptáka a hned jeho fotogenické záběry oblétny celý svět.

A jak byl celý svět stále dojatější z toho kdovíčím zamaštěného ptáka, začalo se mluvit se o stamilionech,

Ladislav Jakl

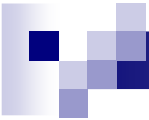


[jakl.blog.iDNES.cz](#)
Svět mýma očima

Karma autora: 33,29

O autorovi:
Tajemník prezidenta Č

Můžeme se těšit, že globální režiséři kdesi již připravují nový divadelní kus, když starý už se okoukal. Je jen otázkou času, kdy miliardy lidí dostanou další představení. Představení, za které budou platit masné vstupné, aniž o tom budou vědět.



3. Vybojovat problém

- Mnoho faktorů, které způsobí, že problém nepřekročí z fáze legitimace do fáze prosazení akce...
- Externí překážky (ekonomická krize..)
- Oddalování řešení problému ze strany byrokracie (vyčerpání problému, únava veřejnosti problémem..)
- Navrhované akce (řešení) jsou technicky / ekonomicky nerealizovatelná
- Navrhovaná řešení nejsou kompatibilní s hodnotami a plány politiků
- Některá navrhovaná řešení jsou (pro veřejnost) příliš extrémní, misantropická nebo i příliš složitá (
- Úspěšné prosazení environmentálních problémů v rámci politické arény vyžaduje jedinečné spojení znalostí (*knowledge*), načasování (*timing*) a štěstí (*luck*) !



Faktory nezbytné pro úspěšnou konstrukci environmentálních problémů (Hannigan, 2006)

- **Vědecká autorita**, která ověří platnost problému a legitimizuje nárok (není možné bez „tvrdých“ dat/důkazů z přírodních věd)
- **Popularizátor**, který převede problém z definice vědy (srozumitelné pouze zasvěceným) do podoby srozumitelného výroku a nároku
- **Pozornost médií**, které problém označí jako nový a důležitý (vydavatelé, novináři, politici, názoroví vůdci...) ...
geografická/kulturní marginalizace problémů
- **Dramatizace problému** formou symbolických a vizuálních zobrazení
- **Ekonomická stimulace**, která podnítí požadovanou akci (jaké benefity to přinese?)
- **Institucionální garant** (sponzor), který zajistí ospravedlnění (legitimizaci) problému a jeho prosazení