

Medijsko praćenje klimatskih promjena i globalnog zatopljenja

Herbst, Inga

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:986409>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-06-15**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Inga Herbst

**MEDIJSKO PRAĆENJE KLIMATSKIH
PROMJENA I GLOBALNOG ZATOPLJENJA**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2023.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

Završni rad

MEDIJSKO PRAĆENJE KLIMATSKIH PROMJENA I GLOBALNOG ZATOPLJENJA

Studentica: Inga Herbst

Mentorica: doc. dr. sc. Jelena Jurišić

Sumentor: dr. sc. Goran Radoš

Zagreb, rujan, 2023.

SAŽETAK

Klimatske promjene se odnose na dugotrajne promjene temperature, vremenskih uvjeta i općih klimatskih uvjeta na Zemlji. Prvenstveno je uzrokovan ljudskim aktivnostima koje u atmosferu ispuštaju stakleničke plinove poput ugljičnog dioksida, metana i dušikovog oksida. Ovi plinovi zadržavaju sunčevu toplinu u Zemljinoj atmosferi, uzrokujući postupni porast globalne temperature, fenomen koji je poznat kao globalno zatopljenje. Globalno zatopljenje/klimatske promjene su važna tema u vijestima. Mediji diljem svijeta redovito izvještavaju o različitim aspektima klimatskih promjena, uključujući njihove uzroke, utjecaje, napore za ublažavanje i povezane politike. Iako mediji imaju potencijal poslužiti kao katalizator pozitivnih promjena podizanjem svijesti i promicanjem zaštite okoliša, oni se također bore s izazovima kao što su senzacionalizam, dezinformacije i tabloidizacija. Kao primarni izvor informacija za javnost, mediji snose odgovornost za poštivanje točnosti i etičkih standarda izvještavanja, posebno kada se bave tako složenom temom kao što je globalno zatopljenje. Neka od pitanja kojima će se ovaj rad baviti bit će razumijevanjem načina na koji mediji utječu na diskurs koji okružuje klimatske promjene, prate li zapravo mediji globalno zatopljenje, koliko je ta tema zastupljena i u kojim.

Dakako, mediji nisu bez greške te tako dezinformacije, senzacionalizam i pristrano izvještavanje koje može biti prisutno, mogu spriječiti točno razumijevanje i produktivan dijalog o temi globalnog zatopljenja i klimatskih promjena. U radu se također naglašavaju izazovi u medijskom izvještavanju, kao što je sve manja novinarska specijaliziranost, poteškoće u priopćavanju složenih znanstvenih koncepata laičkoj publici i nužnost izbjegavanja dramatizacije i narativa „propasti“ koji mogu dovesti do apatije ili poricanja publike.

Ključne riječi: globalno zatopljenje, klimatske promjene, klimatska politika, mediji, slavne osobe, politika, medijsko izvještavanje

ABSTRACT

Climate change refers to long-term changes in temperature, weather conditions and general climate conditions on Earth. It is primarily caused by human activities that release greenhouse gases such as carbon dioxide, methane and nitrous oxide into the atmosphere. These gases trap the sun's heat in the Earth's atmosphere, causing a gradual rise in global temperatures, a phenomenon known as global warming. Global warming/climate change is an important topic in the news. Media around the world regularly report on various aspects of climate change, including its causes, impacts, mitigation efforts and related policies. While the media has the potential to serve as a catalyst for positive change by raising awareness and promoting environmental protection, it also struggles with challenges such as sensationalism, misinformation and tabulation. As the primary source of information for the public, the media has a responsibility to uphold accuracy and ethical standards of reporting, especially when dealing with a topic as complex as global warming. Some of the questions that this paper will deal with will be understanding the way the media influence the discourse surrounding climate change, whether the media actually follows global warming, how much this topic is represented and in which.

Of course, the media is not without mistakes, so the misinformation, sensationalism and biased reporting that may be present can prevent accurate understanding and productive dialogue on the subject of global warming and climate change. The paper also highlights the challenges in media reporting, such as the decreasing journalistic specialization, the difficulty in communicating complex scientific concepts to a lay audience and the necessity to avoid dramatization and "doom" narratives that can lead to apathy or denial of the audience.

Keywords: global warming, climate change, climate policy, media, celebrities, politics, media reporting

SADRŽAJ

1. UVOD	5
2. KLIMATSKE PROMJENE I GLOBALNO ZATOPLJENJE – DEFINIRANJE POJMOVA	6
3. DEFINIRANJE NOVINARSTVA, MEDIJA I MASOVNIH MEDIJA	10
4. MEDIJATIZACIJA POLITIKE KLIMATSKIH PROMJENA I ČIMBENICI KOJI UTJEČU NA IZVJEŠTAVANJE O KLIMATSKIM PROMJENAMA/GLOBALNOM ZATOPLJENJU.....	12
4.1. Ograničena pokrivenost pitanja klimatskih promjena i politička odgovornost	14
5. MEDIJSKO IZVJEŠTAVANJE O KLIMATSKIM PROMJENAMA I GLOBALNOM ZATOPLJENJU.....	16
5.1. Kvaliteta medijske pokrivenosti klimatskih promjena i globalnog zatopljenju u Velikoj Britaniji.....	18
5.2. Pregled istraživanja o povećanju količine pokrivenosti klimatskih promjena ili globalnog zagrijavanja (1987. – 2006.).....	22
5.3. Suvremena istraživanja o medijskoj pokrivenosti klimatskih promjena/globalnog zatopljenja.....	24
6. ZAKLJUČAK	26
7. POPIS KORIŠTENE LITERATURE	28

1. UVOD

Mediji imaju neviđenu moć oblikovanja javne percepcije, mišljenja i pokretanja društvene rasprave. Globalno zatopljenje jedno je od najhitnijih pitanja našeg vremena, privlači pažnju i znanstvene zajednice i javnosti zbog dubokog utjecaja na budućnost našeg planeta. Dok se svijet bori sa složenim ekološkim izazovima koje donose klimatske promjene, uloga medija u širenju informacija, promicanju razumijevanja i poticanju djelovanja postaje sve važnija. Globalno zatopljenje je pojava uzrokovana nakupljanjem stakleničkih plinova u Zemljinoj atmosferi, što dovodi do porasta temperatura, otapanja ledenih kapa, promjena vremenskih obrazaca i niza ekoloških poremećaja. Implikacije ovog složenog pitanja protežu se izvan područja znanosti o okolišu i prožimaju ekonomska, društvena i geopolitička područja. U tom kontekstu mediji postaju važna poveznica između znanstvenih spoznaja, političkog zagovaranja i javnosti. Način na koji mediji opisuju, kontekstualiziraju i oblikuju diskurs o globalnom zatopljenju može značajno utjecati na javnu svijest, stavove i ponašanje, a time i na kolektivni odgovor na ovu krizu.

Ovaj završni rad bavi se pregledom dinamičkog odnosa između medija i globalnog zatopljenja. Bavi se pitanjem na koje načine različiti oblici medija utječu na ljudsku percepciju klimatskih promjena, na koji način funkcioniraju mehanizmi širenja, filtriranja i interpretacije informacija koji se tiču globalnog zatopljenja i klimatskih promjena. Osim toga, cilj ovoga rada jest objasniti potencijalni utjecaj medijskog izvještavanja o javnom angažmanu, političkom diskursu i kreiranju politike vezane uz globalno zagrijavanje.

2. KLIMATSKE PROMJENE I GLOBALNO ZATOPLJENJE – DEFINIRANJE POJMOVA

Prema John Houghtonu (2005: 1346) globalno zatopljenje, odnosi se na utjecaj ljudskih aktivnosti na klimu, posebice na izgaranje fosilnih goriva (ugljen, nafta i prirodni plin) i krčenje šuma velikih razmjera, aktivnosti koje su se značajno povećale nakon industrijske revolucije i trenutno još uvijek rast (Houghton, 2005: 1346). Globalno zatopljenje samo je jedan aspekt klimatskih promjena. Globalno zatopljenje odnosi se na dugoročno zagrijavanje Zemlje. Klimatske promjene uključuju globalno zatopljenje, ali se odnose na šire promjene koje se događaju na našem planetu. To uključuje porast razine mora, ubrzano topljenje leda na Grenlandu, Antarktici i Arktiku, rastuće temperature, ekstremne vremenske događaje, poremećaj ekosustava i prijetnje biološkoj raznolikosti. To su posljedice zatopljenja, uzrokovane prvenstveno ljudskim izgaranjem fosilnih goriva i ispuštanjem plinova koji zadržavaju toplinu u zrak (What Is Climate Change?, 2023).

Prema tekućoj analizi temperature koju vode znanstvenici s NASA-inog Goddard instituta za svemirske studije (GISS), od 1880. globalne prosječne temperature porasle su za najmanje 1,1 stupanj Celzijusa. Većina zagrijavanja dogodila se nakon 1975. godine, brzinom od oko 0,15 do 0,20°C po desetljeću. Temperature koje doživljavamo lokalno i u kratkim vremenskim razdobljima mogu uvelike varirati zbog predvidljivih cikličkih događaja (dan i noć, ljeto i zima) i nepredvidivih uzoraka vjetra i padalina. Međutim, globalna temperatura prvenstveno ovisi o tome koliko energije Zemlja prima od sunca i zrači natrag u svemir. Sunčeva energija vrlo malo varira iz godine u godinu, dok je količina energije koju emitira Zemlja usko povezana s kemijskim sastavom atmosfere, posebice količinom stakleničkih plinova koji zadržavaju toplinu. Globalna promjena od jednog stupnja značajna je jer je potrebna ogromna količina topline da se za toliko zagriju svi oceani, atmosfera i kopnene mase. U prošlosti je pad temperature od jedan ili dva stupnja bio dovoljan da Zemlju baci u malo ledeno doba¹. Temperature su pale za pet stupnjeva

¹ Izraz „Malo ledeno doba“ izvorno je skovao F. Matthes 1939. kako bi opisao posljednji klimatski interval od 4000 godina (gornji holocen). „Malo ledeno doba“ bilo je razdoblje široko rasprostranjenog zahlađenja od oko 1300. do oko 1850. godine kada su prosječne globalne temperature pale za čak 2°C, posebno u Europi i Sjevernoj Americi. (Mann, 2003)

prije 20.000 godina, dovoljno da se veći dio Sjeverne Amerike zatrpa pod golemim pločama leda. (What Is Climate Change?, 2023)

Houghton navodi kako kontinuirano povećanje plinova rezultira oko 7 milijardi tona ugljika u koji svake godine ulazi u atmosferu u obliku ugljičnog dioksida, zajedno sa značajnim količinama metana, dušikovog oksida i klorofluorouglijika. Ti se plinovi nazivaju staklenički plinovi. Osnovni principi globalnog zatopljenja mogu se razumjeti razmatranjem sunčeve energije (zagrijavanje Zemljine površine) i toplinskog zračenja iz Zemlje i atmosfere (zračenje u svemir). U prosjeku, ova dva toka zračenja moraju se međusobno uravnotežiti. Efekt staklenika uzrokovan je prisutnošću stakleničkih plinova u atmosferi, koji apsorbiraju toplinsko zračenje koje emitira Zemljina površina i stoga djeluju poput pokrivača na Zemljinu površinu. Globalno zatopljenje je primjer globalnog zagađenja. Budući da mnogi staklenički plinovi, poput ugljičnog dioksida, imaju dug životni vijek u atmosferi, njihovi učinci utječu na sve u svijetu. Globalno zagađenje može se riješiti samo globalnim rješenjima (Houghton, 2005: 1346).

Znanost o klimatskim promjenama pouzdanija je i općeprihvaćenija nego što se misli. Ali opseg teme, zajedno s raširenim dezinformacijama, može otežati razlikovanje činjenica od fikcije. Prema Wilfried Thuilleru (2007: 550) predviđa se da će globalne temperature porasti za 4°C do 2100., praćene promjenama u obrascima padalina. Procjena utjecaja na bioraznolikost i objašnjenje kako ih ublažiti veliki je izazov u području ekologije. Koliko su klimatske promjene ozbiljne u usporedbi s drugim čimbenicima koji utječu na biološku raznolikost? Vrlo su ozbiljne, ali globalno zatopljenje ima tendenciju da djeluje tijekom duljeg vremenskog razdoblja. Ekološki poremećaji uzrokovani klimatskim promjenama općenito su sporiji od poremećaja uzrokovanih drugim čimbenicima. Ti čimbenici uključuju uništavanje staništa uslijed promjene korištenja zemljišta; onečišćenje, na primjer od naslaga dušika; invazija ekosustava alohtonih biljnih i životinjskih vrsta i biološke posljedice povećanog atmosferskog ugljičnog dioksida (Thuiller, 2007: 550).

Thuiller navodi kako gledajući unaprijed 50 godina i kasnije, klima će vjerojatno postati sve istaknutiji utjecaj u odnosu na druge čimbenike. Više temperature vjerojatno će pratiti i vlažnije vrijeme, ali će se geografski i sezonski raspored oborina promijeniti. U mnogim regijama, kao što je Mediteran, vlažnost tla opada ljeti, pogoršavajući prijetnju od suše. Općenito, sposobnost vrsta da se nose s klimatskim promjenama uvelike ovisi o njihovoj sposobnosti da „prate“ klimatske

promjene naseljavanjem novih područja ili mijenjanjem svoje fiziologije i sezonskog ponašanja (kao što su sezone cvjetanja ili parenja) kako bi se prilagodile stalnim promjenama uvjeta u kojima žive (Thuiller, 2007: 550).

Prema Thomas R. Karlu (2003: 1719) suvremene klimatske promjene uvelike su pod utjecajem čovjeka, a njihov utjecaj je toliko velik da prelazi granice prirodne varijabilnosti. Glavni uzrok globalnih klimatskih promjena su antropogene promjene u sastavu atmosfere. Ovi poremećaji uglavnom su posljedica emisija povezanih s korištenjem energije, ali urbanizacija i promjena korištenja zemljišta također su važni na lokalnoj i regionalnoj razini. Unatoč napretku u praćenju i razumijevanju klimatskih promjena, i dalje postoje mnoge znanstvene, tehničke i institucionalne prepreke točnom planiranju, prilagodbi i ublažavanju utjecaja klimatskih promjena. Ostaju velike neizvjesnosti u projiciranim stopama promjena, ali je jasno da će se te promjene sve više manifestirati na važne i opipljive načine, kao što su: promjene u ekstremnim temperaturama i oborinama, sezonsko i cjelogodišnje smanjenje raspona snijega i leda i rast razina mora (Karl, 2003: 1719).

Prema Rosenu (2021) klimatske promjene često se opisuju kao predviđanja složenih računalnih modela. Znanost koja stoji iza klimatskih promjena puno je šira, a modeli su zapravo samo dio nje. Plinovi poput ugljičnog dioksida čine samo mali dio atmosfere, ali imaju veliki utjecaj na Zemljinu klimu, zadržavajući dio topline planeta prije nego što pobjegne u svemir. Ovaj efekt staklenika je bitan: to je razlog zašto tekuća voda i život postoje na planetu Zemlji daleko od Sunca. Međutim, tijekom industrijske revolucije ljudi su počeli sagorijevati ugljen i druga fosilna goriva za pogon tvornica, peći i parnih strojeva, dodajući još više stakleničkih plinova u atmosferu. Ljudska aktivnost od tada zagrijava planet.

Rosen (2021) tvrdi kako je to istina zahvaljujući mnoštvu dokaza počevši od mjerenja temperature na meteorološkim postajama i na brodovima sredinom 19. stoljeća. Početkom 1970.-ih znanstvenici su počeli koristiti satelite za praćenje površinskih temperatura i traženje tragova klimatskih promjena u geološkim zapisima. Sve u svemu, može se zaključiti kako Zemlja postaje toplija. Od 1880. godine prosječna globalna temperatura porasla je za 1,2 Celzijeva stupnja, a najveća promjena dogodila se krajem 20. stoljeća. Kopnene površine zagrijavaju se više od morskih, a najjače se zagrijava Arktik. Također znamo da se klimatske promjene događaju jer vidimo njihove učinke posvuda. Kako se razina mora diže, ledene ploče i ledenjaci se smanjuju,

arktički morski led nestaje, u proljeće se snijeg ranije otopi i biljke ranije procvjetaju, životinje migriraju na veće nadmorske visine i veće geografske širine u potrazi za hladnijim okruženjima. Suše, poplave i šumski požari samo će se pogoršati (Rosen, 2021).

3. DEFINIRANJE NOVINARSTVA, MEDIJA I MASOVNIH MEDIJA

Medij (od latinskog *medius*, srednji, koji je između) je u svojem prvom značenju (u jednini) posrednik, onaj putem kojega se prenosi komunikacija. Pojam mediji u njegovoj modernoj primjeni na komunikacijske kanale prvi je upotrijebio kanadski teoretičar komunikacija Marshall McLuhan. Do sredine 1960-ih izraz je postao raširen u Sjevernoj Americi i Ujedinjenom Kraljevstvu. Prema H.L.Menckenu, izraz „masovni mediji“ korišten je u Sjedinjenim Državama već 1923. godine (What is media? Definition and meaning, 2023). Prema Zrinjki Peruško (2011: 254) „svaka zemlja razvija svoj specifični medijski sustav sastavljen od medijskih institucija, koji se razvija pod utjecajem političkih, kulturnih i zakonodavnih okvira pojedine zemlje. Mediji se shvaćaju kao društvene institucije jer se razvijaju kao odgovor na potrebu društva za javnom komunikacijom i razmjenom informacija u sklopu specifičnog društvenog okruženja.“ Stjepan Malović, ugledni je profesor novinarstva na Sveučilištu u Zagrebu opisuje medije kao sredstva komunikacije kao što su novine, časopisi, radio ili televizija. Ovi uređaji posreduju između oglašivača, novinara, djelatnika za odnose s javnošću i drugih komunikatora i njihove publike (Malović, 2005: 11). Malović također definira „novinarstvo kao struku kojom se prikupljaju, pišu, uređuju i objavljuju informacije, kako za novine tako i za druge tiskovine, radio i televiziju. Novinar piše za informativne medije (Malović, 2005: 11). Novinari Bill Kovach i Tom Rosenstiel u svojoj knjizi „Blur“ opisuju novinarstvo kao aktivnost prikupljanja, procjene, kreiranja i prezentiranja vijesti i informacija publici. Novinarstvo je ujedno i proizvod tih aktivnosti (Kovach, Rosenstiel: 2010).

Kroz srednji vijek i renesansu, medijske reprezentacije obuhvaćale su širok raspon načina djelovanja i komunikacije. Od izvedbenih umjetnosti, kazališta i poezije do novinarstva i debate, medijske reprezentacije oslanjaju se na naraciju, argumente, aluzije i izvještavanje kako bi komunicirale probleme, informacije i događaje. Opseg suvremene medijske komunikacije neprestano se širi, rađajući pojam „masovni mediji“. Definicija Michael Kunczika i Astrid Zipfela o masovnim medijima glasi: „pod masovnom komunikacijom razumijevaju se svi komunikacijski oblici kod kojih se informacije javno prenose tehničkim distribucijskim sredstvima (medijima) indirektno (dakle, uz prostornu ili vremensku ili prostornu-vremensku udaljenost između partnera u komunikaciji) i jednostrano (dakle, bez promjena uloga između onoga koji daje izjavu i onoga koji je prima) disperziranoj publici (za razliku od nazočne publike)“ (Kunzick i Zipfel, 1998: 25).

Masovni mediji igraju važnu ulogu u prenošenju informacija između znanstvene zajednice i šire javnosti. Medijsko širenje odvija se unutar šireg konteksta, uključujući elemente kao što su regulatorni okviri, pitanja tehničkih kapaciteta, kulturna i institucionalna ograničenja i novinarske norme (Boykoff, 2008: 11).

4. MEDIJATIZACIJA POLITIKE KLIMATSKIH PROMJENA I ČIMBENICI KOJI UTJEČU NA IZVJEŠTAVANJE O KLIMATSKIM PROMJENAMA/GLOBALNOM ZATOPLJENJU

Analiza medijskog izvještavanja može rasvijetliti politiku klimatskih promjena. Neil T. Gavin (2009) je u svojem radu ispitivao tradicionalne predodžbe o tome kako javna sfera predstavlja (ili ne predstavlja) važna društvena i politička pitanja za građane. Ključni fokus bio je na važnosti priča o globalnom zatopljenju u britanskim medijima. Tvrdi da izvještavanje pridonosi istinskoj međunarodnoj javnosti, ali samo u ograničenoj mjeri, što otežava političko uplitanje. Klimatska politika mora uzeti u obzir međunarodnu javnost ako želimo razumjeti kako (i pod kojim ograničenjima) možemo odgovoriti i pridonijeti ublažavanju globalnog zatopljenja.

Vlade koje se obvezuju na poduzimanje nacionalnih i međunarodnih mjera za smanjenje emisija ugljika djeluju u okruženju koje žele oblikovati i kontrolirati. Vrsta postojećih zakonodavnih mehanizama, inercija izvršnog sustava, struktura stranačko-vladine mašinerije i priroda stranačkog natjecanja utjecat će na uspjeh ili neuspjeh rješavanja prijetnje globalnog zatopljenja. Neki od ovih faktora imaju statička svojstva. Drugi su fluidniji i dinamičniji. Ovo posljednje uključuje masovne medije, njihovo izvještavanje klimatskim promjenama i njihove reakcije na zakonodavne inicijative (Gavin, 2009: 766). Sada smo svjedoci „medijatizacije“ politike u današnjem društvu. Stig Hjarvard, danski medijski znanstvenik, govori kako se medijatizacija odnosi na šire metapromjene medija i oblike komunikacije što utječu na promjene u ljudskoj svakodnevicu, na promjene osobnih i kolektivnih identiteta, na društvene odnose te na kulturu i društvo u cjelini. Medijatizacija se dakle bavi proučavanjem dugoročnih međuodnosa medija i komunikacije s jedne strane i promjenama društva i kulture s druge strane (Hjarvard, 2013: 3-5).

Politika se vodi kroz i uz pozivanje na masovne medije (Mazzoleni, Sculz, 1999: 247-261). Iz tih razloga, političari su posebno osjetljivi na način na koji mediji obrađuju pitanja kao što su klimatske promjene, zabrinuti da bi mediji mogli utjecati na javnu percepciju važnih događaja tj. funkciju medija u postavljanju dnevnog reda - ili da bi mediji mogli utjecati na mišljenja i stavove javnosti ne samo o tome zašto i kako postoji problem, nego već i o učinku vlade kada se radi o pitanjima klimatskih promjena. Ali čak i bez takvog direktnog medijskog utjecaja, političari očito vjeruju da se utječe na javnost „efektom trećeg lica“ (Gavin, 2009: 766). Svi ti čimbenici čine

analizu izvještaja o klimatskim promjenama vrlo važnom. Gavin se također i osvrnuo na teorijski koncept „javne sfere“ - područje javnog života gdje se definiraju i raspravljaju pitanja od zajedničkog interesa i društveni problemi, gdje se pitanja artikuliraju i formira javno mnijenje (Habermas 1989).

Medijski angažman u ovom području je visok, a medijsko predstavljanje je široko prepoznato kao važno za zrele i razumne političke odgovore na suvremene društvene probleme. Iako se koncept javne sfere često primjenjuje na dinamiku rasprave na nacionalnoj razini, raste svijest da je on također relevantan za naše razumijevanje politike i rasprave na nadnacionalnoj razini, posebice u Europskoj uniji (Gavin, 2009: 766).

U masovnim medijima, mnogi isprepleteni politički, ekonomski, kulturni, društveni i novinarski čimbenici oblikuju vijesti ili internetske članke te televizijske ili radijske proizvode. Urednici i novinari masovnih medija suočavaju se s brojnim pritiscima i izazovima u izvještavanju. Teško ih je razdvojiti jer različiti čimbenici međusobno djeluju i utječu jedni na druge tijekom vremena, a također su ugrađeni u makro-odnose (kao što je donošenje odluka u kapitalističkoj političkoj ekonomiji) i procese na mikrorazini (kao što je dnevna novinarska praksa) (Boykoff, 2008: 11).

Na primjer, odluke o vijestima na mikrorazini donose se unutar ograničenja makrorazine, gdje su novinari ograničeni vremenom i prostorom u medijskom okruženju pod kontrolom korporacija. To neizbježno ograničava dubinu izvještavanja koju urednici i novinari mogu pokriti, što je posebno važno kada se izvještava o složenim temama kao što su znanost i politika klimatskih promjena. Boykoff govori kako rokovi i duljina teksta ograničavaju novinare, dok uredničke preferencije i pritisak izdavača utječu na izvještavanje vijesti. Osim toga, stupanj izloženosti i plasman (na naslovnici ili dalje od naslovnice) te korištenje naslova i fotografija (često urednička odluka) također mogu utjecati različito na javno tumačenje događaja i situacija (Boykoff, 2008: 13).

Čimbenike kao što su pristup i moć utjecaja na javni diskurs putem vlasništva i kontrole medija lakše je uočiti, dok drugi utjecaji, poput novinarskog podrijetla i obrazovanja, često ostaju skriveni. Proračuni masovnih medija za istraživačko novinarstvo smanjeni su zbog ekonomskih razloga, a sve više i više novinara postaju „generalisti“ koji pokrivaju mnoga područja novinarstva, a ne „specijalisti“ za jedno određeno područje. U izvještavanju o klimatskim znanostima i politici,

generalisti su očito u nepovoljnijem položaju kada je riječ o tumačenju detaljnih znanstvenih spoznaja. Nedostatak znanstvene obuke za novinare može spriječiti korektno prenošenje znanstvenih i političkih informacija o klimatskim promjenama. Što je najvažnije, ova različita opterećenja karakteriziraju i utječu na tekući proces medijske proizvodnje (Boykoff, 2008: 14). Ključna funkcija masovnog medijskog izvještavanja o pitanjima okoliša je uokviriti pitanja za političke aktere i javnost. Općenito, okviri („framing“) se koriste za kontekstualizaciju i organiziranje problema, događaja i dinamičkih i informacija. Može se definirati kao način na koji se elementi diskursa kombiniraju tako da daju prednost nekim tumačenjima i razumijevanjima u odnosu na druge („What is media framing?“, 2021).

Sve u svemu, različiti akteri, pojedinačno i kolektivno, nastoje pristupiti resursima masovnih medija i koristiti ih kako bi oblikovali percepciju pitanja okoliša prema vlastitim perspektivama i interesima. Medijski i znanstveni komunikacijski fokus na klimatske promjene, možda najpolitiziraniju znanstvenu temu, nudi višestruke mogućnosti. Između ostalog, proučavanje ovih interakcija može otkriti i predvidjeti druga aktualna znanstvena pitanja, kao što su stalna zabrinutost oko toksičnih tvari ili GMO-a u okolišu, nanotehnološki rizici i rastuće prijetnje kvaliteti vode. Raščlanjivanjem interakcija s fokusom na klimatske znanosti i medijske interakcije, reprezentativni izazovi u rasponu od vanjskih pitanja (npr. politička ekonomija) do intrinzičnih pitanja (npr. nesigurnost) mogu utjecati na percepcije i donošenje odluka (Boykoff, 2008: 13-17).

4.1. Ograničena pokrivenost pitanja klimatskih promjena i politička odgovornost

Ograničena pokrivenost vjerojatno neće uvjeriti čitatelje da su klimatske promjene ozbiljan problem koji zahtijeva trenutnu, odlučnu i potencijalno skupu akciju. Ovo daje ograničen prostor za diskurs za visoko profilne i ambiciozne političke intervencije, posebno one koje uključuju provedbu invazivnih, teških ili ekonomski skupih mjera. To je osobito slučaj kada su resursi iscrpljeni, popularnost vlade opada ili pitanja koja nisu povezana s klimom prisiljavaju vlade da troše ili ulažu svoj politički kapital i energiju negdje drugdje. U takvim okolnostima ići putem najmanjeg otpora ne samo da ima smisla, već je i pitanje političkog opstanka. Ovo pomaže objasniti neke aspekte trenutne vladine politike: nepokolebljivo uvjerenje da će nam tehnološke

inovacije pomoći da kontroliramo globalno zatopljenje koje se proteže u budućnost koju sadašnja politička generacija praktički neće ni doživjeti (Gavin, 2009: 770-774).

Najvažniji je gotovo potpuni izostanak pokrivenosti europskog sustava trgovanja emisijama², što rezultira ograničenim (ili čak nepostojećim) učinkovitim nadzorom i prema tome, izostankom smislene političke odgovornosti. Kao prvo, nedovoljno osvjetljavanje moćnih korporativnih interesa. Velike korporacije često pokušavaju odgoditi, ublažiti ili drastično promijeniti klimatsku politiku. Podizanje svijesti o klimatskim promjenama u izoliranoj europskoj državi članici nije dovoljno. Kako bi se maksimizirao učinak eurocentričnih isprepletenosti, hijerarhijskih struktura i mehanizama pregovaranja između više agencija, teoretičari „europske javne sfere“ tvrde da nam je potrebno dosljedno, paralelno i tematski relevantno izvještavanje. Samo pod uvjetom dosljedne medijske pokrivenosti, političari i dužnosnici EU mogu udružiti snage i poduzeti usklađenu akciju (Gavin, 2009: 770-774).

Bez obzira na to, mišljenje da imamo razvijenu europsku javnu sferu ili da se razvija, mnogi su kritičari doveli je u pitanje. Što se tiče trgovanja emisijama, razvoj javne domene EU-a čini se malo vjerojatnim, jer bi to zahtijevalo raspravu u širokom rasponu država članica, koja još nije održana. Zapravo, riječ je o „međunarodnoj javnosti“. Domaći mediji mogu se nositi s razvojem događaja na bezbroj različitih načina: potaknuti političare da poduzmu snažne akcije ili intervencije, kazniti ih za radnje za koje misle da će uvrijediti njihovu publiku ili kazniti to što odlučuju ignorirati problem, ovime se političkim akterima omogućuje prostor da slijede racionalne i tehničko utemeljene politike (Gavin, 2009: 770-774).

² EU ETS, što je skraćena za Sustav trgovanja emisijama Europske unije, temelj je Europske unije u borbi protiv klimatskih promjena i smanjenju emisija stakleničkih plinova. To je najveće svjetsko međunarodno tržište ugljika i ključni alat u postizanju ciljeva smanjenja emisija EU-a. Postavlja gornju granicu ukupne količine CO₂ koju mogu ispustiti industrije unutar njezina djelokruga. Sustav ima za cilj potaknuti napore za smanjenje emisija kažnjavanjem tvrtki koje premašuju svoje dodijeljene dozvole i nagrađivanjem onih koje emitiraju ispod svojih ograničenja. (Sertica: 2023, preuzeto sa: https://www.sertica.com/blog/understanding-eu-ets-and-its-impact-on-the-shipping-industry/?ppc_keyword=eu%20emission%20trading%20system&gclid=Cj0KCQjwib2mBhDWARIsAPZUn_n6MLs4W2wRD-DaM_53B8pOaJbnYhBIy4pZwguCu64uCXQETssxy78aAligEALw_wcB)

5. MEDIJSKO IZVJEŠTAVANJE O KLIMATSKIM PROMJENAMA I GLOBALNOM ZATOPLJENJU

Maxwell T. Boykoff (2008: 11) govori kako izvještavanje glavnih medija o klimatskim promjenama nije samo nasumična zbirka članaka i isječaka, to je društveni odnos između znanstvenika, političkih aktera i javnosti posredovan putem vijesti. Boykoff spominje kako bi privukle korisnikovu pozornost, vijesti moraju biti privlačne i relevantne, ali Sherry Ricchiardi i Stjepan Malović navode još više vrijednosti vijesti poput: utjecaja, sukoba, neobičnosti, važnosti, blizine, pravovremenosti i publike (Malović, Ricchiardi 1988: 5). Što se tiče tako opsežnog i dugoročnog pitanja kao što su globalne klimatske promjene i njihovi učinci, vijesti o toj temi možda neće dobiti istu pozornost kao političko ili izvještavanje o kriminalu. U 2022. godini pojavljuje se izvještavanje o brojnim vandalskim aktima visokog profila grupe „Stop Oil“ u umjetničkim galerijama i drugim javnim prostorima. Visoko profilno izvještavanje o „destruktivnom aktivizmu“ namjerno je osmišljeno da iritira gledatelje i često ne odvaja vrijeme za postavljanje legitimnih kontekstualnih pitanja („Climate change in the media: public perception and the responsibility of news outlets“, 2022).

Mediji najčešće klimatske promjene povezuju s pojedinim ekstremnim vremenskim pojavama. Budući da su prijetnje izravnije, obično nema vremena za udubljivanje u problem zbog uključenih dugoročnih prijetnji, uključujući ekonomske poteškoće na globalnom jugu, korporativne emisije i gubitak bioraznolikosti. Male, pozitivne priče o klimatskim promjenama moraju se dosljedno objavljivati tijekom cijele godine kako bi javnost imala više konteksta kada uragan ili suša neizbježno udare. S današnjim medijskim svijetom kojim dominiraju mamci za klikove i algoritmi, klimatske promjene ne čine se dovoljnom javnom zabrinutošću („Climate change in the media: public perception and the responsibility of news outlets“, 2022).

Studija Sveučilišta Ohio State otkrila je da je činjenično izvještavanje o klimatskim promjenama uvjerilo sudionike studije da podrže klimatske akcije, čak i među skepticima. Dok naša percepcija „mainstream“ medija sugerira da javnosti nije stalo, no može ju se uvjeriti da podrže razna djelovanja protiv globalnog zatopljenja poput smanjivanja vlastitog ugljičnog otiska

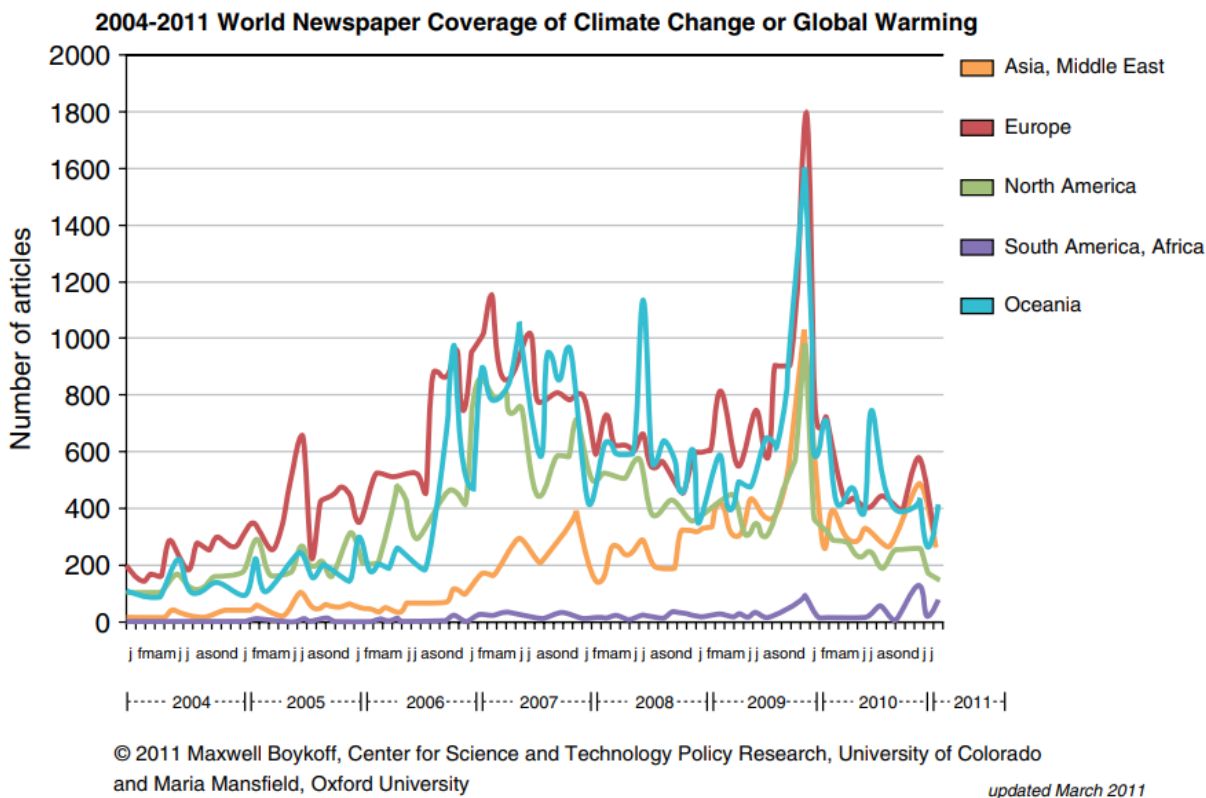
³ i promicanja kolektivne akcije, kada se suoče s dokazanim činjenicama. Način na koji govorimo o globalnome zagrijavanju je bitan, ako ne i više, od učestalosti priča. Tijekom proteklih 15 godina, medijski izvještaji i objave o ovim problemima pomaknuo se s „globalnog zatopljenja“ i efekta staklenika, koji su dio klimatskih promjena, na emotivnije pojmove poput „klimatske katastrofe“. Time se učinkovito komunicira opasnost, ali pruža malo konteksta za nove gledatelje ili rješenja za one koji su upoznati s krizom. Bez odgovora na pitanja gledatelji nemaju nade za budućnost. Promišljena kombinacija znanstvenih pozadinskih informacija (objašnjavanje učinka staklenika, što je najveći proizvođač ugljika, itd.) i pronicljivih primjera iz stvarnog svijeta (klimatske štete na lokalnoj i globalnoj razini) mogu potaknuti smisleno djelovanje u vezi s klimatskim promjenama („Climate change in the media: public perception and the responsibility of news outlets“, 2022).

Alison Anderson (2011) govori kako javnost najviše saznanja o znanstvenim temama dobiva iz medija, pri čemu su televizijske vijesti i dokumentarni programi glavni izvori informacija. Novine imaju važnu ulogu u postavljanju dnevnog reda; tiskane vijesti često potječu iz drugih medija, a elitne novine kao što je *The New York Times* imaju dokazanu evidenciju utjecaja na politički diskurs kako na domaćem tako i na međunarodnom planu. Ispitivanje izvora vijesti i njihovih odnosa s novinskim organizacijama ključno je za razumijevanje načina na koji se klimatske promjene prikazuju u medijima i kako se taj prikaz mijenjao tijekom vremena. Različiti sudionici rasprave o klimatskim promjenama, uključujući političare, znanstvenike, nevladine organizacije (NVO) i slavne osobe - nastoje utjecati na način na koji se proizvode vijesti ili dnevni red vijesti i njihov utjecaj na izvještavanje i javno mnijenje. Ono što je novo je da slavne osobe⁴ sve više postaju ključni glasovi u raspravi o klimatskim promjenama, pružajući snažnu novinarsku udicu koja konkretizira pitanja koja su se možda smatrala relativno udaljenima od svakodnevnog života ljudi. To odražava rastuće veze između industrije zabave i politike u mnogim liberalnim

³ Ugljični otisak odnosi se na određenu količinu emisija plinova koje su relevantne za klimatske promjene i povezane s ljudskom proizvodnjom ili potrošnjom. Ljudi mogu smanjiti svoj ugljični otisak tako da postanu energetski učinkovitiji, koriste javni prijevoz, smanje zračni promet, smanje otpad kroz kompostiranje, podrže politiku obnovljivih izvora energije itd. (C. C. Pertsova, 2007: 2)

⁴ Slava se odnosi na slavu i široko rasprostranjeno javno priznanje koje osoba ili grupa stječu zahvaljujući pozornosti masovnih medija. Osoba može postići status slavne osobe zbog svog golemog bogatstva, uključenosti u sport ili industriju zabave, statusa političke osobe ili čak zbog svoje povezanosti s drugom poznatom osobom. "Slavna osoba" obično označava pozitivnu sliku u javnosti. (The Guardian.com: 2010, preuzeto sa: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2010/apr/17/i-want-to-be-famous>)

demokracijama. Autorica ukazuje na tendenciju „celebritizacije“ klimatskih promjena radi promicanja individualizma, a ne kolektivnog djelovanja (Anderson, 2011: 535).



Slika 1: Prikaz novinskog izvještavanja o klimatskim promjenama ili globalnom zatopljenju u 20 zemalja i 6 kontinenata (Anderson, 2011)

5.1. Kvaliteta medijske pokrivenosti klimatskih promjena i globalnog zatopljenju u Velikoj Britaniji

U Ujedinjenom Kraljevstvu, kada se radi o temi kvalitete posredovane politike, postoje dvije škole mišljenja, široko podijeljene na „optimiste“ i „pesimiste“, od kojih svaka prikuplja dokaze koji podržavaju određenu ocjenu javne sfere. Ključni pojmovi ovdje su „medijski utjecaj“,

„novinarska praksa“ i „adekvatnost izvještavanja“. Medijski utjecaj odnosi se na utjecaj medijskih izvještaja na javnost. Vjeruje se da je to povremeno i promjenjivo, ovisno o čimbenicima kao što su razina pokrivenosti, jačina već postojećih političkih sklonosti osobe, koliko ljudi vjeruju određenom mediju i koliko su građani ovisni o medijskim pretragama (Gavin, 2009: 766-768).

Primjerice, optimisti vjeruju da TV reporteri uspijevaju pronaći delikatnu ravnotežu između poučnih i zabavnih komentara. Konvergentni, konkurentni mediji i dinamičan Internet pružaju goleme količine informacija iz više izvora nego ikad prije, to sve analiziraju građani koji nisu pasivni. Pesimisti, s druge strane, tvrde da je čak i u televizijskom novinarstvu razlika između vijesti i mišljenja zamagljena i da nemilosrdni politički marketing znači opsjednutost procesom, a ne suštinom. PR kultura je sveprisutna, vrtlog „hypea“ u političkom izvještavanju je evidentan, a „tabloidizacija“ izvještavanja je zabrinjavajuća. Ovo je opći kontekst politike i političke rasprave na temu klimatske politike. Opasnost je u tome što mediji ove inicijative, ne pristupaju temi o globalnome zatopljenju s ozbiljnošću. Posljedično, klimatske promjene možda neće biti dovoljno visoko na dnevnom redu da bi privukle pozornost javnosti i dovele do usklađene političke akcije. Što je još gore, mediji se usredotočuju na senzacionalne zdravstvene krize, gospodarstvo ili priče o kriminalu kako bi skrenuli pozornost javnosti s klimatskih promjena (Gavin, 2009: 766-768).

Postoji bojazan da će se kapacitet vlade ocjenjivati prema izvještavanju o ovim senzacionalnim pitanjima. Čak i ako mediji zapravo ne skreću pozornost na te „uobičajene“ probleme ili mijenjaju stavove ljudi, vlade mogu prepoznati da imaju te učinke i djelovati u skladu s tim. Dvostruko kada je potrebna snažna intervencija koja uključuje izravne ili financijski opterećujuće inicijative, neugodne i nametljive regulatorne politike ili veće poreze. Kao što se mogla vidjeti široko rasprostranjena negativna reakcija u Velikoj Britaniji na naplatu cestarina po principu „pay as you go“, koja je potaknula lavinu kritičkog izvještavanja i kulminirala da dva milijuna ljudi potpisuje on-line peticiju protiv prijedloga (Gavin, 2009: 767-768).

Čak i relativno skromni nameti javnosti, kao što je povećanje pristojbi na gorivo ili pristojbi na putnike u zračnom prometu, imali su isti tretman. U ovom bi slučaju politička samoodrživost zapravo zahtijevala određeni stupanj opreza ili naglasak na pitanjima koja nisu vezana za okoliš, iako to možda nije dovoljno s obzirom na razmjere i prijetnju klimatskih promjena. Poriv za samoodržanjem najjače će se osjetiti u posebnim okolnostima, posebice kada vladajuće stranke nemaju vodstvo u popularnosti ili kada javnost ne vidi okoliš kao važan element u njihovoj odluci

o glasovanju. Ove neugodne činjenice političkog života čine obrise izvještavanja o globalnom zatopljenju ako ne najvažnijim, onda svakako vrlo značajnim (Gavin, 2009: 767-768).

Ekonomski, organizacijski i institucionalni pritisci znače da se britanski novinari sve više oslanjaju na lako dostupne informacije, uglavnom od stručnjaka za odnose s javnošću (PR), industrijskih, trgovačkih i novinskih organizacija. Studija koju su poduzeli Lewis, Williams i Franklin (2008), ispitala izvještavanje domaćih nacionalnih vijesti u Ujedinjenom Kraljevstvu tijekom dva uzorkovana razdoblja 2006., rezultati su pokazali kako je oslanjanje na takav materijal „opsežan“; gotovo polovicu priopćenja za tisak barem su djelomično reproducirale agencije za tiskovne udruge, a sama priopćenja za javnost agencija temelje se na PR materijalu (Anderson, 2011: 538)

Nadalje, utvrđeno je da gotovo jedan od pet novinskih članaka potječe u cijelosti ili većim dijelom iz takvog materijala ili povezanih aktivnosti. Tiskane novine suočavaju se s izazovom smanjenja publike dok se natječu s online novinskim izdanjima. Dok je broj stranica u nacionalnim novinama značajno porastao tijekom posljednja dva desetljeća, barem za velike britanske novine, broj osoblja ostao je stabilan ili se smanjio. Mnogi novinari koji rade na pitanjima zaštite okoliša u SAD-u i Velikoj Britaniji bili su pogođeni rezovima. Kao rezultat toga, priče o kojima su prethodno izvještavali profesionalni ekološki novinari vjerojatnije će napisati opći izvjestitelji ili izvjestitelji o političkim temama koji nemaju opsežno iskustvo na tom području. U isto vrijeme, službeni mediji također su posvetili više resursa agencijama za odnose s javnošću. Poslovi, zabava i zdravstvena pitanja su područja na koja PR najviše utječe u Ujedinjenom Kraljevstvu, ali posljednjih desetljeća, ekološke nevladine organizacije (NVO) postale su sve sofisticiranije u razvijanju strategija za privlačenje medijske pozornosti (Anderson, 2011: 538).

Organizacije kao što su „*Greenpeace*“ i „*Friends of the Earth*“ pokazale su se sve osjetljivijima na glavne novinske agende, koje su često vođene događajima i temeljene na dramatičnim slikama koje izazivaju potencijalno jake emocionalne reakcije. To je vidljivo, na primjer, 1988. godine kada je smrt tisuća tuljana na obalama Švedske, Danske i Ujedinjenog Kraljevstva iskorištena da se skrene pozornost na širi problem onečišćenja mora. U ovom slučaju, tuljan je postao simbol ugroženog okoliša na isti način na koji je polarni medvjed postao sinonim za razorne učinke klimatskih promjena (Anderson, 2011: 538). Kada se ekološke tvrdnje oslanjaju

na dramatične događaje iz stvarnog svijeta, najvjerojatnije će tek tada biti potvrđene i ojačane tvrdnje u političkoj sferi (Ungar, 1992: 483).

Gavinovo (2009) istraživanje o tome gdje se u naslovima priča pojavljuju „klimatske promjene“, „globalno zagrijavanje“ ili „emisija ugljika“ pridaje uvid o pokrivenosti teme globalnog zatopljenja i klimatskih promjena britanskog tiska. Fokus je bio na četiri velike tiskovine, *The Guardian*, *The Times*, *The Independent* i *The Telegraph*. Također uključuje *Mail*, *Express*, *Mirror* i *Sun*. Nakon uklanjanja duplikata, ili nebritanskih verzija, pokazalo se da je u studenom 2000. došlo do povećanja pokrivenosti; 83 naslova objavljena su tijekom EU-SAD summita u Haagu.

Međutim, ovo je bila neka vrsta aberacije, a pokrivenost je naknadno smanjena. Godine 2001. bile su 174 priče, 2002. godine nešto više od 100. Taj se broj od tada popeo na 635 u 2006., naglo povećanje u odnosu na oko 90 priča u studenom 2006. Iako se ti brojevi mogu činiti velikima, oni su samo zagrebali površinu i potrebno ih je staviti u perspektivu. Ovdje nije riječ o važnosti, već o relativnoj važnosti. Ako se pretraže članci sa naslovima poput: „zdravlje“, „liječnik“ ili „medicinska sestra“, može se pronaći više od 420 članaka samo za studeni 2000. i nešto više za isti mjesec 2006. Tako je broj objava u jednom mjesecu 2000. godine o ovim pitanjima nadmašio ukupni rezultat o klimatskim promjenama za sljedeće tri godine, a broj priča u jednom mjesecu u 2006. bio je kvantitetno usporediv s cjelokupnim rezultatom o klimatskim promjenama u 2005. (Gavin, 2009: 768-770).

Izvještavanje je u to vrijeme bilo žalosno oskudno u usporedbi od izvještaja o temama poput lutrije, superbakterija i zatvaranja bolnica te izvještaja o temama poput gospodarstva i kriminala. Osim toga, stavovi nekih važnih publikacija prilično su proturječni. Novine *Sun* i *NoW*, na primjer, objavile su mješovite poruke o ozbiljnosti i hitnosti klimatskih promjena, dok su *The Telegraph* i *Post* objavili alarmantne priče o tvrdokornom poricanju klimatskih promjena, ovakav aspekt izvještavanja nastavio se u 2007. godini (Gavin, 2009: 768-770).

5.2. Pregled istraživanja o povećanju količine pokrivenosti klimatskih promjena ili globalnog zagrijavanja (1987. – 2006.)

Boykoff (2008:12) tvrdi da norme i ograničenja koja usmjeravaju donošenje odluka u vijestima i oblikuju masovnu medijsku pokrivenost klimatske znanosti, kritički oblikuju trenutni diskurs na visoko politiziranom sučelju između klimatske znanosti i politike. Boykoffovo (2008:12) istraživanje pokazuje da javnost stječe veliki dio znanstvenog znanja iz masovnih medija.

Istraživanje je također pokazalo da je točno poznavanje njezinih uzroka najjači pokazatelj kako će osoba djelovati. Drugim riječima, medijska pokrivenost važan je čimbenik u razumijevanju javnosti i angažmanu u znanosti o klimi. Boykoff (2008) je u svojem radu „*Media and scientific communication: a case of climate change*“ pratio količinu izvještavanja o „klimatskim promjenama“ ili „globalnom zatopljenju“ u 40 najutjecajnijih svjetskih novina na engleskom jeziku od 1987. (slika 2). Uzorak je sastavljen pomoću baze podataka „Lexis Nexis“, a odabrani članci sadržavali su barem jedan od ovih pojmova u naslovu ili bilo gdje u prva tri odlomka. Ove novine pokrivaju uzorak od 17 zemalja na pet kontinenata i tako pružaju pregled medijske pozornosti posvećene ovom pitanju u posljednja dva desetljeća (Boykoff, 2008:12).

Počevši od 1988., medijska pokrivenost klimatskih promjena i globalnog zatopljenja značajno se povećala u zapadnoj Europi i Sjevernoj Americi. Mnogi čimbenici pridonijeli su povećanju pokrivenosti. To je uključivalo govor vrijedan vijesti britanske premijerke Margaret Thatcher⁵ u Kraljevskom društvu u Londonu, u kojem je raspravljala o prijetnji klimatskih promjena kao i raznim pitanjima zaštite okoliša: „Možda smo nenamjerno započeli veliki eksperiment u Zemljinim sustavima“, tvrdila je. NASA-in znanstvenik James Hansen 1988. godine, svjedočio je pred Kongresom, rekavši da je „99 posto siguran“ kako su više temperature porasle zbog izgaranja fosilnih goriva, a ne samo prirodnim fluktuacijama. To jest također i bila izborna godina u Sjedinjenim Državama, a pitanje klimatskih promjena utjecalo je na predizborna obećanja, poput obećanja Georgea H.W. Busha kako će se „boriti protiv efekta staklenika kroz efekt Bijele kuće“. Osim toga, ljeto 1988. obilježeno je ekstremnom sušom i visokim temperaturama diljem Sjeverne Amerike. Vjeruje se da su ti popratni događaji podigli svijest o problemu kod mnogih, uključujući i medije (Boykoff, 2008:12).

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=VnAzoDtwCBg> (Youtube.com, 2013)

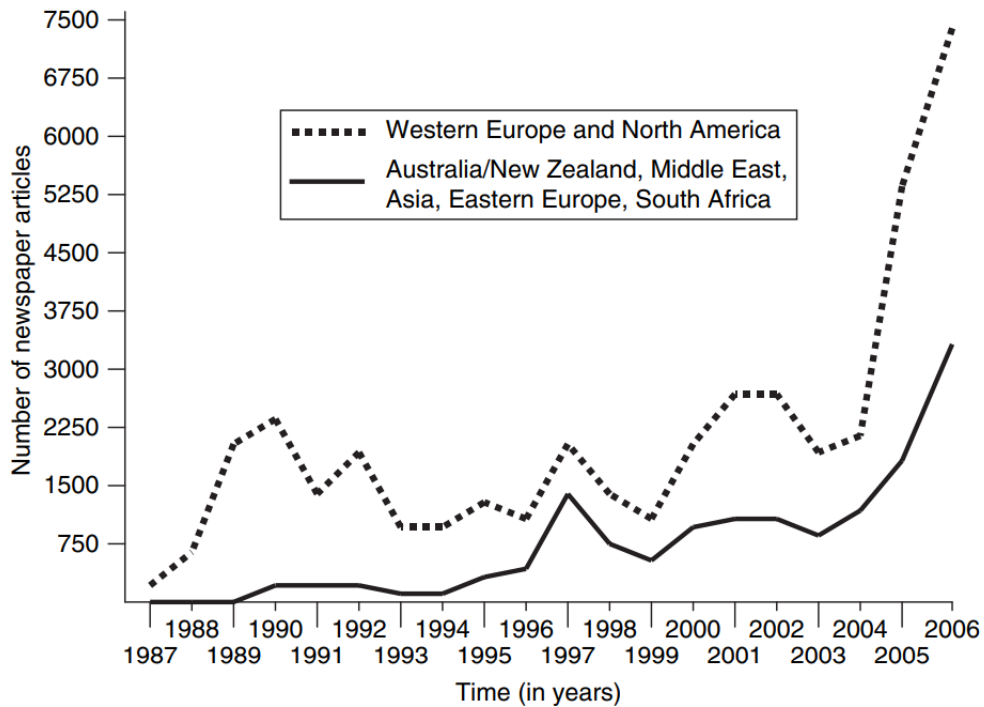
U znanosti i politici, 1988. je također bila godina kada su „Program Ujedinjenih naroda za okoliš,“ i „Svjetska meteorološka organizacija“ uspostavili „Međuvladin panel o klimatskim promjenama“, pri čemu je „Svjetska meteorološka organizacija“ sazvala značajnu međunarodnu konferenciju u Torontu, pod nazivom „Naša promjenjiva atmosfera“. Sve do 1990. godine, kada je „Međuvladin panel o klimatskim promjenama“ objavio svoj prvi izvještaj o procjeni klimatskih promjena, medijska pokrivenost nastavila se širiti. Gledajući sadržaje izvještaja koji su tijekom godina varirali u pokrivenosti, neki su događaji privukli posebnu pozornost medija. Na primjer, „Okvirna konvencija Ujedinjenih naroda o promjeni klime“ iz 1992. i „Protokol iz Kyota“ iz 1997. Sveukupna pokrivenost u Australiji, Novom Zelandu, Bliskom istoku, Aziji, istočnoj Europi i Južnoj Africi ostala je niska do već spomenute 1997. godine, kada je pregovarano o „Kyoto Protokolu“. U razgovorima u Kyotu, u Japanu, sudjelovalo je 3500 novinara iz više od 400 medijskih organizacija iz 160 zemalja, a raspravljalo se o fazama mandatne obveze smanjenja globalnih emisija stakleničkih plinova (Boykoff, 2008:12).

Međutim, najznačajniji porast medijske pozornosti u svim regijama dogodio se 2005. i 2006. Ponovno, ispitivanje sadržaja ovih novinskih članaka pokazuje da su tome pridonijeli specifični pojedinačni događaji, kao i povezani događaji. Na primjer, sastanak „Grupe osam“ (G8)⁶ 2005. u Gleneaglesu u Škotskoj privukao je pozornost medija jer su klimatske promjene bile ključno pitanje na političkom dnevnom redu. Osim toga, uragan „Katrina“, koji je u kolovozu 2005. pogodio američku obalu Meksičkog zaljeva, dobio je opsežnu medijsku pokrivenost jer je događaj pokrenuo mnoga relevantna pitanja kao što su rizik, opasnost i ranjivost, kao i što je uzrok, tko je odgovoran i što treba biti učinjeno (Boykoff, 2011: 12-14).

Godine 2006. objavljivanjem utjecajnog Al Goreovog filma „*An Inconvenient Truth*“ i medijska pokrivenost britanske revije „*Stern Review*“ o ekonomskim troškovima ublažavanja, utjecaja i prilagodbe klimatskim promjenama dodatno su potaknuli medijsku pokrivenost diljem svijeta. Dok znanstveni, politički i ekološki meteorološki događaji povezani s klimatskim

⁶ Grupa osam (G8) odnosi se na skupinu od osam visokoindustrializiranih zemalja — Francuske, Njemačke, Italije, Ujedinjenog Kraljevstva, Japana, Sjedinjenih Država, Kanade i Rusije — koje se sastaju svake godine kako bi raspravljale o tome kako promicati gospodarski rast i upravljanjem kriznim situacijama, globalnoj sigurnosti, energijom i terorizmom. Forum pruža priliku predsjedniku i premijeru, zajedno sa svojim ministrima financija i vanjskih poslova, da otvoreno razgovaraju o hitnim međunarodnim pitanjima. (Council on Foreign Relations.com: 2014, preuzeto sa: <https://www.cfr.org/background/group-eight-g8-industrialized-nations>)

promjenama utječu na medijsku pokrivenost i razumijevanje javnosti, novinarstvo i pozornost javnosti također utječu na klimatske znanosti i političke odluke (Boykoff, 2011: 12-14).



Slika 2: Prikaz novinskog izvještaja o klimatskim promjenama ili globalnog zatopljenja. Graf bilježi povećanje količine pokrivenosti tema klimatskih promjena tijekom vremena (Boykoff, 2001)

5.3. Suvremena istraživanja o medijskoj pokrivenosti klimatskih promjena/globalnog zatopljenja

Noviji studij koji su proveli McAllister, Daly, Chandler, McNatt, Benham i Boykoff (2021) predlaže kako točno znanstveno izvještavanje o klimatskim promjenama s vremenom postaje bolje. Također su otkrili da je točnost medijskog izvještavanja bila znatno niža u 2010. i značajno viša u 2015. u usporedbi s prosjekom uzorka. Zapravo, otkrili su da se znanstveno precizni izvještaji u prosjeku poboljšali. Oko 64 posto Amerikanaca sada kaže kako bi smanjenje klimatskih učinaka trebao biti „glavni prioritet“, prije pet godina manje od 40 posto ljudi dalo je taj odgovor (Pew Research Center, 2021). Opseg nove studije je širok i proteže se izvan Sjedinjenih Američkih

Država. Boykoff i drugi istraživači sa Sveučilišta „Colorado Boulder i Cooperative Institute for Environmental Science Research“ analizirali su članke iz 17 velikih novina u Sjedinjenim Državama, Ujedinjenom Kraljevstvu, Australiji, Novom Zelandu i Kanadi. *Daily Mail* u Velikoj Britaniji i *National Post* u Kanadi dali su točnu pokrivenost u oko 70 posto slučajeva. S druge strane, kanadski *Toronto Star* na vrhu je liste s 97 posto točnosti informacija, a slijedi ga britanski *The Guardian* s 95 posto. „USA Today“, „Washington Post“, „New York Times“ i drugi veliki američki mediji također su postigli više od 90%. Zaključuje se da novinarska norma uravnoteženog izvještavanja nije pristrano izvještavala o antropogenim klimatskim promjenama od 2005. do 2019. godine među 17 glavnih novinskih agencija analiziranih u ovom radu. (McAllister, Daly, Chandler, McNatt, Benham, i Boykoff,: 2021). Ali to je još uvijek samo dio medijske pokrivenosti, a ne svi načini na koje ljudi dobivaju informacije o klimatskim promjenama kao što su društvene platforme, televizija te razgovori s prijateljima i obitelji. Iako se pokrivenost povećava u novinskim medijima, to nije nužno točno i za ostala medijska područja. Klimatske promjene natječu se za pozornost s drugim temama: na primjer, 2021. godine, jutarnje televizijske mreže su u jednome danu potrošile gotovo jednako vremena izvještavajući o raketi Jeffa Bezosa i njegovom putu u svemir, nego što su to učinili pokrivajući klimatske promjene za cijelu 2020. godinu (Cooper, 2021). Prema studiji R. Wetts (2020), 2019. glavne američke novine objavile su dvostruko više priopćenja za tisak koja se protive zaštiti klime od onih koja pozivaju na akciju u vezi s krizom. Međutim, kada su u pitanju činjenice o klimatskim promjenama, čini se da su mediji u porastu. Ali kada je riječ o činjenicama o klimatskim promjenama, čini se da jest pokrivenost u uzlaznoj putanji. Boykoff i Daly (2021.) otkrili su da se točna pokrivenost znanstvenog konsenzusa povećala s 87% na 92% tijekom 15-godišnjeg razdoblja istraživanja (McAllister, Daly, Chandler, McNatt, Benham, i Boykoff,: 2021).

6. ZAKLJUČAK

Uočavamo da, uloga medija u oblikovanju narativa o klimatskim promjenama naglašava hitnost problema, a ponekad i povećava njegovu složenost. Budući da se nalazimo u ključnom trenutku u povijesti Zemlje, sva društva diljem svijeta osjećaju utjecaj medijskog izvještavanja, utječući ne samo na javnu percepciju već i na razvoj politike, industrijske prakse i ponašanja pojedinaca. Dok mediji mogu poticati pozitivne promjene podizanjem svijesti, poticanjem aktivizma i pozivanjem sudionika na odgovornost, moraju prevladati mnoštvo izazova. Tabloidizacija, senzacionalizam i pretjerano pojednostavljivanje složenih znanstvenih koncepata naglašavaju odgovornost medijskih kompanija da poštuju etičke standarde izvještavanja i daju prioritet točnosti u izvještavanje o klimatskim promjenama. Nadalje, delikatna ravnoteža između informacija i inspiracije bez podlijevanja fatalizmu ključna je za održavanje angažiranosti javnosti i sprječavanje apatije. Novinari, akademici i kreatori politika moraju raditi zajedno na promicanju točnih, uvjerljivih narativa koji informiraju, inspiriraju i potiču smisleno djelovanje. Hitnost klimatske krize zahtijeva jedinstveni pristup koji se fokusira na činjenice, naglašava međusobnu povezanost globalnog sustava i prepoznaje središnju ulogu medija u promicanju održive budućnosti. Medijska pokrivenost klimatskih promjena i globalnog zatopljenja značajno se povećala posljednjih godina. Ova povećana pozornost prvenstveno je posljedica rastućeg znanstvenog konsenzusa, jasnih učinaka klimatskih promjena i povećane javne svijesti i zabrinutosti. Neki od ključnih izazova u medijskome izvještavanju o klimatskim promjenama i globalnome zatopljenju kojih sam se dotakla su izazovi u učinkovitom komuniciranju složenosti klimatskih promjena, znanstvene nijanse, dugoročna priroda problema i potencijal za dezinformacije mogu otežati medijima da prenesu hitnost i ozbiljnost problema. Zatim „framing“ i pristranost, mediji ponekad mogu predstaviti klimatske promjene na načine koji odražavaju njihove političke ili ekonomske interese. To može dovesti do pristranosti u izvještavanju, pri čemu neki mediji umanjuju značaj ili negiraju klimatske promjene, dok drugi naglašavaju njihovu bitnost. Također, mediji igraju važnu ulogu u oblikovanju javnog mnijenja i utjecaju na političke odluke. Uravnoteženo i točno izvještavanje pomaže u educiranju javnosti i kreatora politika, što u konačnici dovodi do informiranijih rasprava i potencijalnih akcija za borbu protiv klimatskih promjena. Zaključno, smatram kako mediji igraju ključnu ulogu u oblikovanju javnog diskursa i razumijevanja klimatskih promjena i globalnog zatopljenja. Iako je došlo do poboljšanja u

pokrivenosti, izazovi ostaju, uključujući potencijalne pristranosti i potrebu za točnim izvještavanjem o znanosti i njezinim implikacijama. Dok se suočavamo s izazovom klimatskih promjena, potencijal medija da služe kao istina, potiču razumijevanje i donose pozitivne promjene ostaje jednako važan kao i uvijek. Uz odgovorno izvještavanje, točne informacije i predanost širenju perspektiva, medijsko izvještavanje o klimatskim promjenama može biti pokretačka snaga, pomažući budućim generacijama za izgradnju otpornijeg, pravednijeg i održivijeg svijeta.

7. POPIS KORIŠTENE LITERATURE

1. Anderson, A. (2011). *Sources, media, and modes of climate change communication: the role of celebrities*. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, sv. 2(4), 535–546.
2. Authority Is Constructed and Contextual (2022), ACRL, <https://acrl.libguides.com/journalisminformationliteracy/authority> , (stranica posjećena: 29.7.2023)
3. Beck, U. (2006). *Cosmopolitan vision*. Polity
4. Brookes E. (2010), „I want to be famous“, *The Guardian*, <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2010/apr/17/i-want-to-be-famous> , (stranica posjećena: 29.7.2023)
5. Boykoff MT, Goodman M. (2009). *Conspicuous redemption: promises and perils of celebrity involvement in climate change*, *Geoforum*, 40:395–406
6. Boykoff MT, Goodman M, Curtis I. (2009). „The cultural politics of climate change: interactions in the spaces of the everyday“, u: Boykoff M. (ur.) *The politics of climate change: A survey*, London: Routledge, str. 136-154
7. Boykoff, M. T. (2008). *Media and scientific communication: a case of climate change: Fig. 1*. *Geological Society, London, Special Publications*, sv 305(1), 11–18.
8. Climate change in the media: Public perception and and the responsibility of news outlets, (2022), Earthday.org, <https://www.earthday.org/climate-change-in-the-media-public-perception-and-the-responsibility-of-news-outlets/> (stranica posjećena: 29.7.2023)
9. Dee J. (2013) *Margaret Thatcher - UN General Assembly Climate Change Speech* [Video], Youtube.com, <https://www.youtube.com/watch?v=VnAzoDtwCBg>
10. Evlondo Cooper III, [@Evlondo Cooper], (2021, srpanj 20), *If it seemed like Bezos got a lot of coverage for his space launch today, he did. Consider this* [Twitter profil], Twitter, preuzeto: kolovoz 14, 2023 <https://twitter.com/EvlondoCooper/status/1417603055822929921>
11. Gavin, N. T. (2009). *Addressing climate change: a media perspective*. *Environmental Politics*, sv. 18(5), 765–780
12. Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT press

13. Houghton, J. (2005). *Global warming. Reports on Progress in Physics*, 68(6), 1343–1403.
14. Jambrošić, A. (2011). Zrinjka Peruško (ur.): Uvod u medije. *Politička misao*, 48 (1), 254-257.
15. Karl, T. R. (2003). *Modern Global Climate Change. Science*, sv. 302(5651), 1719–1723.
16. Kovach, B., Rosenstiel, T. (2010). *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload*. United Kingdom: Bloomsbury Publishing
17. Kunczik, M., Zipfel, A. (1998). Uvod u publicističku znanost i komunikologiju. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert, Ured u Zagrebu.
18. Malović, S., Vilović, G. (2005). *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga
19. Mann, M. E. (2002). Little ice age. *Encyclopedia of global environmental change*, 1(504), e509.
20. Mazozoleni G., Schulz W., 1999. „Mediatization“ of politics: a challenge for democracy? *Political Communication*, 16(3), 247-261
21. Mulvaney k. (2022) „What is a carbon footprint—and how to measure yours“ National geographic, <https://www.nationalgeographic.com/environment/article/what-is-a-carbon-footprint-how-to-measure-yours> , (stranica posjećena: 29.7.2023)
22. McAllister, L., Daly, M., Chandler, P., McNatt, M., Benham, A., & Boykoff, M. (2021). Balance as bias, resolute on the retreat? Updates & analyses of newspaper coverage in the United States, United Kingdom, New Zealand, Australia and Canada over the past 15 years. *Environmental Research Letters*, 16.
23. Tyson A., Kennedy B., Funk C. (2021), „Gen Z, Millennials Stand Out for Climate Change Activism, Social Media Engagement With Issue“, Pew Research Center, <https://www.pewresearch.org/science/2021/05/26/climate-energy-and-environmental-policy/> , (stranica posjećena: 13.8. 2023)
24. Pertsova, C. C. (2007). *Ecological Economics Research Trends*. United States: Nova Science Publishers
25. Ricchiardi S., Malović S. (ur.) (1996.), *Uvod u novinarstvo*, Zagreb: Izvori
26. Rosen, J. (2021) „The Science of Climate Change Explained: Facts, Evidence and Proof“, *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/article/climate-change-global-warming-faq.html> (stranica posjećena: 29.7.2023)

27. Schickel R. (1985), *Intimate Strangers: The Culture of Celebrity in America*, 1. izdanje, New York: Doubleday
28. Ungar S., (1992). *The rise and (relative) decline of climate change as a social problem*, *Socio Quart*, 33:483
29. Understanding EU ETS and its Impact on the shipping industry (2023), Sertica, https://www.sertica.com/blog/understanding-eu-ets-and-its-impact-on-the-shipping-industry/?ppc_keyword=eu%20emission%20trading%20system&gclid=Cj0KCQjwib2mBhDWARIsAPZUn_n6MLs4W2wRD-DaM_53B8pOaJbnYhBIy4pZwguCu64uCXQETssxy78aAligEALw_wcB , (stranica posjećena: 29.7.2023)
30. Thuiller, W. (2007). *Climate change and the ecologist*. *Nature*, 448(7153), 550–552
31. Laub Z. (2014) „The Group of Eight (G8) Industrialized Nations“ *Council on Foreign Relations*, <https://www.cfr.org/backgrounder/group-eight-g8-industrialized-nations> (stranica posjećena: 29.7.2023)
32. Lewis, J., Williams, A.E., & Franklin, B. (2008). A COMPROMISED FOURTH ESTATE? *Journalism Studies*, 9, 1 - 20.
33. What is climate change? (2023), NASA Global climate change, <https://climate.nasa.gov/what-is-climate-change/> , (stranica posjećena: 12.9.2023.)
34. What is Media Framing? (2021), Media Studies, <https://media-studies.com/media-framing-theory/> (stranica posjećena: 29.7.2023)
35. What is media? Definition and meaning (2022), MBN, <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/media-definition-meaning/> , (stranica posjećena: 12.9.2023)
36. Wetts, R. (2020). In climate news, statements from large businesses and opponents of climate action receive heightened visibility. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117, 19054 - 19060.