



Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
ΔΠΜΣ "Εκπαίδευση για την Αειφορία και το Περιβάλλον"

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

**Θέμα: «Τα ΜΜΕ και η περιβαλλοντική
πληροφόρηση»**

Νίκας Κωνσταντίνος

Μέλη επιτροπής:

Ματσιώρη Στεριανή (Επιβλέπουσα)

Δρίτσας Σοφοκλής

Παρασκευόπουλος Στέφανος

Βόλος, Φεβρουάριος 2023

© ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ, Έτος (έτος ολοκλήρωσης της Μ.Δ.Ε.) Η παρούσα

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία (Μ.Δ.Ε.), η οποία εκπονήθηκε στα πλαίσια του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών: Εκπαίδευση για την Αειφορία και το Περιβάλλον και τα λοιπά αποτελέσματα αυτής αποτελούν συνιδιοκτησία του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και του φοιτητή, ο καθένας από τους οποίους έχει το δικαίωμα ανεξάρτητης χρήσης και αναπαραγωγής τους (στο σύνολο ή τμηματικά) για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, σε κάθε περίπτωση αναφέροντας τον τίτλο και το συγγραφέα και το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, όπου εκπονήθηκε η Μ.Δ.Ε. καθώς και τον Επιβλέποντα Καθηγητή και την Επιτροπή Αξιολόγησης

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη	1
Abstract.....	3
1. Εισαγωγή	5
1.1 Σκοπός εργασίας	9
1.2 Στόχοι	9
1.3 Πεδίο εφαρμογής και περιορισμοί	10
1.4 Υποθέσεις.....	11
1.5 Ερευνητικά ερωτήματα	12
1.6 Υλικό μελέτης	12
A Μέρος- Θεωρητικό Μέρος.....	16
2. Ορισμοί.....	19
2. 1 MME- τύποι	19
2. 2 Φυσικό περιβάλλον	20
2.3 Περιβαλλοντική ανάπτυξη	21
2. 4 Περιβαλλοντική συνείδηση.....	22
2. 5 Περιβαλλοντική τεχνολογία.....	23
2.5.1 Καινοτόμες αναδύμενες περιβαλλοντικές τεχνολογίες	23
B Μέρος- Βιβλιογραφική ανασκόπηση.....	25
3. Ο ρόλος των MME στην περιβαλλοντική ενημέρωση	25
3.1 Αμερική	25
3.1.1 ΗΠΑ	25
3.2 Ασία.....	30
3.2.1 Κίνα	30
3.2.1α Ανακαλύπτοντας δυνατότητες και αποκαλύπτοντας προκλήσεις.....	32
3.2.1β Η παρουσία της περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας	35
3.2.1γ Η επίδραση της λογοκρισίας στην περιβαλλοντική ενημέρωση	37
3.2.2 Μαλαισία.....	40
3.2.3 Ινδονησία.....	41
3.3 Ωκεανία	43
3.3.1 Αυστραλία	43
3.3.2 Νέα Ζηλανδία	48
3.4 Ευρώπη.....	53
3.4.1 Σκανδιναβικές χώρες.....	60
3.4.1α Περιβαλλοντικές ειδήσεις για τη Βαλτική Θάλασσα.....	67
3.4.2 Γαλλία.....	68
3.4.3 Πορτογαλία.....	71
3.4.4 Ισπανία	74
3.4.5 Ιταλία	75
3.4.6 Ελλάδα.....	81
3.4.6α Η κάλυψη των περιβαλλοντικών θεμάτων	81
3.4.6β Λόγοι για τη χαμηλή προβολή των περιβαλλοντικών ειδήσεων	85
3.5 Αφρική	86
4. Αποτελέσματα	90
4.1 Πηγές επιρροής περιβαλλοντικών MME.....	90
4.2 Επιρροή κοινού από MME	92
4.3 Προτιμήσεις κοινού για τα MME	93

4.4 Επίδραση πληροφόρησης διαφόρων χωρών στη φιλοπεριβαλλοντική πολιτική..	94
4.5 Τα πιο πολυσυζητημένα άρθρα	96
5. Συμπεράσματα	98
5.1 Σύζηση.....	98
5.2 Προτάσεις	102
Βιβλιογραφία	105

Περίληψη

Η γη θεωρείται ο μοναδικός πλανήτης στο σύμπαν που υποστηρίζει τη ζωή. Όλα τα έμβια όντα που ζουν σε αυτή ανήκουν στο περιβάλλον είτε ζουν στην ξηρά είτε στο νερό, αποτελούν μέρος του περιβάλλοντός της. Το περιβάλλον περιλαμβάνει επίσης τον αέρα, το νερό, το ηλιακό φως, τα φυτά, τα ζώα κ.λπ. Τα περιβαλλοντικά ζητήματα αφορούν τους ανθρώπους, γιατί είναι οι μόνοι που επεμβαίνουν με τεχνητούς τρόπους στο περιβάλλον τους. Όσον αφορά τα περιβαλλοντικά ζητήματα, τα μέσα ενημέρωσης, είτε ως φορείς επικοινωνίας κινδύνου είτε ως φορείς προώθησης δεδομένων, πληροφοριών και ορθών πρακτικών κάθε είδους, θα πρέπει να διευκολύνουν την πρόοδο των ανθρώπων προς την κατεύθυνση της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας και της καλλιέργειας περιβαλλοντικής συνείδησης. Επιπλέον, τα μέσα ενημέρωσης θα μπορούσαν να βοηθήσουν τους ανθρώπους να συσχετίσουν τους λόγους με τα αποτελέσματα, να ενημερωθούν και να προβληματιστούν σχετικά με τις πληροφορίες που τους δίνονται, ώστε να κατανοήσουν την προέλευση και τις αιτίες των μεγάλων περιβαλλοντικών προβλημάτων. Επομένως, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη δημιουργία περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των ανθρώπων. Η παρούσα έρευνα αρχικά αναλύει τις έννοιες του περιβάλλοντος, των ΜΜΕ, της περιβαλλοντικής ανάπτυξης και της οικολογικής συνείδησης. Στη συνέχεια, ερευνάται ο ρόλος των ΜΜΕ ως προς την περιβαλλοντική ενημέρωση. Έπειτα, αναζητούνται ξεχωριστά για κάθε ήπειρο και χώρα άρθρα ή δημοσιεύσεις των τελευταίων 5 ετών που προάγουν την ανάπτυξη της περιβαλλοντικής συνείδησης. Κατόπιν, διαχωρίζονται τα ευρήματα που προέκυψαν από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση ανάλογα με τη θεματική στην οποία ανήκουν, για να τους ασκηθεί κριτική και να προκύψουν αποτελέσματα. Τέλος,

συζητώνται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των πηγών και διεξάγονται κάποια τελικά συμπεράσματα σχετικά με το θέμα της έρευνας.

Λέξεις- Κλειδιά

Περιβάλλον, ενημέρωση, ΜΜΕ, αειφορία

Abstract

Earth is considered the only planet in the universe that supports life. All living things that live on it belong to the environment whether they live on land or in water, they are part of its environment. The environment also includes air, water, sunlight, plants, animals, etc. Environmental issues concern humans because they are the only ones who intervene in artificial ways in their environment. As far as environmental issues are concerned, the media, either as risk communicators or as promoters of data, information and good practices of all kinds, should facilitate people's progress towards environmental responsibility and the cultivation of environmental awareness. In addition, the media could help people to relate reasons to results, to become informed and to reflect on the information given to them in order to understand the origins and causes of major environmental problems. The media therefore play an important role in creating environmental awareness among people. This research firstly analyses the concepts of environment, media, environmental development and ecological awareness. Finally, the role of media in terms of environmental awareness is investigated. Then, articles or publications from the last 5 years that promote the development of environmental awareness are searched for each continent and country separately. Later, the findings from the literature review are separated according to the theme to which they belong in order to critique them and derive results. Finally, the results of the analysis of the sources are discussed and some final conclusions on the research topic are carried out.

Keywords

Environment, newsbrief, media, sustainability

1. Εισαγωγή

Η διαμόρφωση ειδήσεων διευκολύνει την πολιτική γνώση και βοηθά τους πολίτες να κατανοήσουν καλύτερα τις δημόσιες υποθέσεις. Πολυάριθμες μελέτες διαπίστωσαν θετική σχέση μεταξύ των ειδήσεων και διάφορων μορφών πολιτικής και πολιτειακής συμμετοχής (Moeller, de Vreese, Esser & Kunz, 2014:689–700; Xenos & Moy, 2007:704–718). Τα μέσα ενημέρωσης αποτελούν σημαντικές πηγές πληροφόρησης για περιβαλλοντικά ζητήματα (Nisbet, 2009:12–23). Το γεγονός ότι οι πολίτες δεν μπορούν να βιώσουν άμεσα τις συνέπειες της περιβαλλοντικής υποβάθμισης δημιουργεί κενό το οποίο καλύπτουν τα μέσα ενημέρωσης, εφόσον διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ενημέρωση του κοινού, στην ευαισθητοποίησή του για τα περιβαλλοντικά προβλήματα και στην υποβολή προτάσεων για δράσεις φιλικές προς το περιβάλλον (Olausson, 2011:281–299; Östman, 2014:92–109). Ως εκ τούτου, παρέχοντας πληροφορίες και καλλιεργώντας στάσεις σχετικά με τις «πράσινες επιλογές» (Malhotra, Melville, & Watson, 2010:429–430), τα ειδησεογραφικά μέσα ενημέρωσης λειτουργούν ως σημαντικός παράγοντας για την αύξηση της συμμετοχής των πολιτών σε περιβαλλοντικά ζητήματα (Arlt, Hoppe, & Wolling, 2011:45–63; Östman, 2014:92–109).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν νέες ευκαιρίες έκφρασης, συζήτησης και αντιπαράθεσης, οι οποίες μπορούν να βελτιώσουν τη συλλογιστική των πολιτών και την επεξεργασία των δημόσιων θεμάτων και με τη σειρά τους να οδηγήσουν σε συμπεριφορικά αποτελέσματα (Gil de Zúñiga et al., 2012:319–336). Ειδικότερα, μελέτες σχετικά με την περιβαλλοντική δέσμευση έχουν διαπιστώσει ότι τα ψηφιακά μέσα μπορούν να διευκολύνουν τις περιβαλλοντικές συμπεριφορές, καθώς εμπλέκονται στη διαδικασία απόκτησης πληροφοριών και διαμόρφωσης στάσεων (Melville, 2010:10).

Από αυτή την άποψη, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης λειτουργούν ως παράγοντες πειθούς που ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να αναλάβουν συγκεκριμένες δράσεις και δίνουν υποδείξεις για φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές, και συνεπώς συνδέονται θετικά με την περιβαλλοντική δέσμευση των πολιτών (Oakley & Salam, 2014:516–526). Με βάση αυτή την ιδέα, η παρούσα μελέτη αναμένεται να αναδείξει ότι η πολιτική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα αποτελέσει θετικό παράγοντα πρόβλεψης της περιβαλλοντικής δέσμευσης και ότι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να σχετιστεί με την περιβαλλοντική δέσμευση.

Επιπλέον, οι Boyd και Ellison (2007:220) επισημαίνουν ότι η αλληλεπίδραση στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα συμπεριφέρονται παρέχοντάς τους κατευθυντήριες γραμμές αποδεκτής συμπεριφοράς και να διευκολύνουν τις φιλοκοινωνικές δράσεις (Oakley & Salam, 2014:516).

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ακολουθούν κώδικες δεοντολογίας για την επιδίωξη δίκαιης, ακριβούς και αντικειμενικής δημοσιογραφικής εργασίας. Αυτοί οι κώδικες, που αναφέρονται κυρίως ως επαγγελματικοί κανόνες, θεωρούν τη δημοσιογραφία ως πλατφόρμα για έναν ανοιχτό και διαφανή διάλογο μεταξύ διαφορετικών τομέων της κοινωνίας. Στο πλαίσιο αυτό, τα μέσα ενημέρωσης επιδιώκουν την ανεξαρτησία, την αλήθεια και την ακρίβεια στην κάλυψη (ASNE, 2002), τα οποία αντανακλώνται σε παρόμοιες αξίες και στάσεις απέναντι στην επαγγελματική τους εργασία (Bennett, 1996). Ωστόσο, αυτοί οι δεοντολογικοί κώδικες ή κανόνες μπορούν επίσης να θεωρηθούν ως στυλ αφήγησης που εστιάζουν στον τρόπο με τον οποίο αυτοί οι κανόνες διαμορφώνουν κριτικά το περιεχόμενο των μέσων ενημέρωσης και γίνονται αναπόσπαστο μέρος της επικοινωνίας (Boykoff & Boykoff, 2007), γνωστά και ως "αξίες των ειδήσεων" (Galtung & Ruge, 1965). Σε αυτό το πλαίσιο, οι δημοσιογράφοι παρακολουθούν την ειδησεογραφική αξία ενός μηνύματος σύμφωνα με ένα σύνολο κριτηρίων, όπως η οικειότητα, η αρνητικότητα, το νόημα, το απροσδόκητο, η εξατομίκευση, η σύγκρουση και άλλα. Οι Galtung και Ruge αποκαλούν αυτά τα κριτήρια "συνθήκες για ειδήσεις", οι οποίες μετατρέπουν γεγονότα ή γεγονότα σε μηνύματα των μέσων ενημέρωσης. Οι κανόνες αυτοί διασταυρώνονται επίσης με τον δημοσιογραφικό κανόνα της ισορροπίας, δηλαδή την κοινή πρακτική να δίνεται στις δύο πλευρές κάθε διαμάχης περίπου η ίδια προσοχή (Boykoff & Boykoff, 2004). Πρόκειται για μια δραστηριότητα που συχνά φαίνεται να εκπληρώνει την επιδίωξη της αντικειμενικότητας (κυρίως διαδεδομένη στα

αμερικανικά μέσα ενημέρωσης). Στην κάλυψη πολύπλοκων θεμάτων όπως η έρευνα βλαστοκυττάρων, η πυρηνική ενέργεια ή η γενετική μηχανική, η ισορροπία μπορεί να παρέχει έναν έλεγχο εγκυρότητας για τους δημοσιογράφους που έχουν προθεσμία και δεν έχουν χρόνο ούτε επιστημονική κατανόηση για να επαληθεύσουν τη νομιμότητα των διαφόρων ισχυρισμών αλήθειας σχετικά με το θέμα (Dunwoody & Peters, 1992).

Η κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης ενημερώνεται επίσης από τη μεροληψία της τάξης εξουσίας, όπου οι δημοσιογράφοι τείνουν να βασίζονται περισσότερο σε έγκυρες, νόμιμες και επίσημες πηγές. Παρόλο που σε ορισμένες περιπτώσεις αυτές οι αρχές παρεμβαίνουν για να αποκαταστήσουν την τάξη, άλλες φορές χρησιμεύουν, για να αυξήσουν την πολιτική ανησυχία. Οι παρεμβάσεις των μέσων ενημέρωσης επιδιώκουν να ενισχύσουν την κατανόηση των πολύπλοκων και δυναμικών αλληλεπιδράσεων ανθρώπου-περιβάλλοντος, όπως η κλιματική αλλαγή. Ωστόσο, τα χαρακτηριστικά αυτών των αλληλεπιδράσεων συχνά έρχονται σε αντίθεση με δημοσιογραφικούς κανόνες και αξίες όπως η εξατομίκευση ή η καινοτομία. Ως αποτέλεσμα, η ασαφής και αποδιαρθρωμένη αναφορά προκαλεί σύγχυση αντί να αποσαφηνίζει την κατανόηση και τη δέσμευση σε περιβαλλοντικά ζητήματα. Ο δημοσιογράφος των New York Times, Andrew Revkin (2007:139–159) έχει αναφερθεί στα ρεπορτάζ χωρίς πλαίσιο ως "whiplash journalism". Το πλαίσιο βοηθάει να ξεχωρίσουν οι περιθωριοποιημένες απόψεις από τους αντίλογους ισχυρισμούς που αξίζει να εξεταστούν σε διάφορες πτυχές του περιβαλλοντικών ζητημάτων.

1.1 Σκοπός εργασίας

Σκοπός της έρευνας είναι να διερευνηθούν λεπτομερώς οι ισχυρισμοί για τα ΜΜΕ σε σχέση με τη συμβολή τους στις περιβαλλοντικές εκστρατείες, να εξεταστούν σε βάθος τα αποδεικτικά στοιχεία και να προσδιοριστεί συγκεκριμένα εάν υπάρχει κενό στην ενημέρωση που παρέχεται στους πολίτες. Η έρευνα θα καθορίσει επίσης εάν υπάρχουν πρόσθετες περιπτώσεις ενδεχόμενου ελέγχου των ΜΜΕ για τυχόν παρεμποδίσεις στην ενημέρωση όπως θα έπρεπε να διεξαχθεί. Τα πορίσματα της έρευνας θα βοηθήσουν, ώστε να διαμορφωθεί μια ευρύτερη εικόνα για τον ρόλο των ΜΜΕ στην περιβαλλοντική κρίση.

1.2 Στόχοι

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία για την ενθάρρυνση της γνώσης και της ανησυχίας σχετικά με τα περιβαλλοντικά προβλήματα.

Με στόχο να διαπιστωθεί πώς τα ΜΜΕ διαμορφώνουν την περιβαλλοντική συνείδηση των ανθρώπων, οι στόχοι της μελέτης είναι:

1. Εξέταση της σχέσης μεταξύ των μέσων ενημέρωσης και της δημόσιας ατζέντας χρησιμοποιώντας ως υπόβαθρο τη θεωρητική προσέγγιση,
2. Ανάλυση της κάλυψης των περιβαλλοντικών θεμάτων που σχετίζονται με το πλαίσιο των γενικών περιβαλλοντικών θεμάτων στα ΜΜΕ, λαμβάνοντας υπόψη ποσοτικές και ποιοτικές πτυχές,
3. Διερεύνηση της εξάρτησης διαφόρων θεμάτων από τα ΜΜΕ, κατηγοριοποιώντας τα σε διαφορετικούς τύπους,

4. Προσδιορισμός των αποτελεσμάτων διαφόρων σχετικών ερευνών ανά τον κόσμο, προκειμένου να προσδιοριστεί η κοινή γνώμη και να διερευνηθεί η συσχέτισή τους με την περιβαλλοντική αναφορά στα ΜΜΕ και τη δημόσια ατζέντα.

5. Διερεύνηση των δεσμών μεταξύ της χρήσης των μέσων ενημέρωσης από τους πολίτες και της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης.

1.3 Πεδίο εφαρμογής και περιορισμοί

Υπάρχουν δύο λόγοι, για τους οποίους επιλέχθηκε ως θέμα η συσχέτιση των περιβαλλοντικών προβλημάτων με τον ρόλο που επιτελούν τα ΜΜΕ. Πρώτον, παρουσιάζεται το ενδιαφέρον να αναλυθούν τέτοια περιβαλλοντικά προβλήματα που θα ήταν κοινά για τις διάφορες χώρες. Δεύτερον, η περιβαλλοντική κρίση έχει φτάσει σε ένα εξαιρετικά κρίσιμο επίπεδο, καθώς το οικοσύστημα της παγκόσμιας πανίδας απειλείται από την περιβαλλοντική ρύπανση λόγω το εμπόριο, τη μεταφορά και την απελευθέρωση λυμάτων και την επανάληψη πετρελαιοκηλίδων που θα μπορούσαν να προκαλέσουν μη αναστρέψιμες ζημιές στη θάλασσα. Οι μεγαλύτεροι υπαίτιοι είναι, φυσικά, οι άνθρωποι. Ωστόσο, η ιδέα της ευθύνης είναι αρκετά αδύναμη στην τρέχουσα συζήτηση- κανένα άτομο, ομάδα, κράτος ή επιχείρηση δεν επισημαίνεται ως υπεύθυνο. Ο Τύπος, ιδίως οι εθνικές και τα διεθνή πρακτορεία επιλέχθηκαν, γιατί μπορούν να συμβάλουν στη δημοσιότητα της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Επιπλέον, η μελέτη σκοπεύει να διερευνήσει τις διαφορές μεταξύ εθνικών και περιφερειακών μέσων μαζικής ενημέρωσης. Παρ' όλα αυτά, πρέπει να αναφερθεί ότι ο Τύπος έχει πλεονεκτήματα έναντι άλλων μέσων μαζικής ενημέρωσης. Ο Τύπος έχει ισχυρότερο ρόλο στη διαμόρφωση της ατζέντας λειτουργίας σε σχέση με άλλα μέσα ενημέρωσης. Επιπλέον, οι εφημερίδες

προσφέρουν μεγαλύτερη ικανότητα για την αντιμετώπιση βαρυσήμαντων θεμάτων και εξειδικευμένες γνώσεις σε σχέση με την τηλεόραση ή το ραδιόφωνο (Boler, 2008). Αντίθετα, ενώ μπορεί κανείς να ανατρέξει και να ξαναδιαβάσει πληροφορίες στις εφημερίδες, με την τηλεόραση πρέπει να προσλάβει εξειδικευμένες γνώσεις σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα (Kirillov, 2003; Kirillova, 2005).

Η κύρια εστίαση της εργασίας και της έρευνας είναι στην τηλεόραση, τον τύπο και την ατζέντα του κοινού, δηλαδή των πολιτών. Εντούτοις, ελάχιστα θα αναλυθούν οι σχέσεις μεταξύ της δημόσιας και της πολιτικής περιβαλλοντικής ατζέντας, καθώς θα δηλωθεί και η σημασία της υιοθέτησης μιας συγκεκριμένης περιβαλλοντικής συμπεριφοράς από τους πολίτες. Τέλος, θα επιχειρηθεί η αντιπαραβολή του ορθού ρόλου που πρέπει να τηρούν τα ΜΜΕ και θα διαφανεί αν υπάρχει περίπτωση αδιαφάνειας του ρόλου των μέσων ενημέρωσης και αν ευδοκιμούν περιστάσεις δωροδοκίας των συντελεστών της ενημέρωσης.

1.4 Υποθέσεις

Για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας διατυπώνεται η υπόθεση ότι:

1. Η ατζέντα των ΜΜΕ αντιστοιχεί στην ατζέντα των εμπειρογνομόνων σχετικά με τα περιβαλλοντικά προβλήματα της διεθνούς πανίδας και χλωρίδας.
2. Τα περιβαλλοντικά προβλήματα της γης παρουσιάζονται ως κρίσιμα σε διεθνές και εθνικό πλαίσιο ενημέρωσης.
3. Υπάρχουν σχέσεις μεταξύ της χρήσης των μέσων ενημέρωσης και της περιβαλλοντικής συνείδησης των πολιτών.

4. Εφόσον θεωρείται ότι οι νέοι είναι η πιο ενεργή ομάδα της κοινωνίας θα πρέπει να είναι περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένη ομάδα της κοινωνίας.

5. Ο Τύπος παίζει ρόλο στη διαμόρφωση της περιβαλλοντικής συνείδησης των ανθρώπων.

6. Η περιβαλλοντική συνείδηση και η ανησυχία οδηγούν τους ανθρώπους σε φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά.

7. Θα διαφανεί ποια μέσα ενημέρωσης είναι περισσότερο προτιμητέα από τους πολίτες και πώς κατανέμονται ανά χώρα.

1.5 Ερευνητικά ερωτήματα

1 Κατά πόσο επηρεάζουν τα ΜΜΕ την κοινή γνώμη σε θέματα περιβαλλοντικής πολιτικής;

2 Κατά πόσο και πώς επηρεάζονται οι παράγοντες των ΜΜΕ από εξωτερικούς συντελεστές για την προώθηση συγκεκριμένων πολιτικών σχετικά με το περιβάλλον;

3 Ποια μέσα ενημέρωσης προτιμούν οι πολίτες προκειμένου να ενημερωθούν για διάφορα ζητήματα σχετικά με τη μόλυνση του περιβάλλοντος;

4 Πώς επηρεάζουν τα ΜΜΕ των άλλων κρατών την φιλοπεριβαλλοντική πολιτική;

1.6 Υλικό μελέτης

Ως υλικό μελέτης χρησιμοποιούνται άρθρα και μελέτες που καλύπτουν περιβαλλοντικά προβλήματα και παρουσιάζονται και περιγράφουν τόσο εθνικό όσο και

διεθνές επίπεδο. Επιλέγεται χρονική περίοδος των τελευταίων 16 ετών από το 2006 έως 2022, επειδή είναι η βέλτιστη περίοδος, ειδικά για την κατανόηση της κάλυψης των περιβαλλοντικών θεμάτων, χωρίς να υπάρχει ανάλυση της τάσης των περιβαλλοντικών θεμάτων στην ατζέντα των μέσων ενημέρωσης.

Προκειμένου να κατασκευαστούν κυκλικές συνδέσεις και ανατροφοδότηση, το πρόβλημα της μελέτης εννοιολογείται και εκτός αυτού ορίζονται και άλλες έννοιες που χρησιμοποιούνται μέσα στο κείμενο. Σχεδιάζοντας ένα νοητικό μοντέλο με αυτόν τον τρόπο, επιχειρείται να γίνει κατανοητή και να αξιολογηθεί η σχέση μεταξύ των μέσων ενημέρωσης και της δημόσιας ατζέντας και να προβλεφθούν οι πιθανές επιδράσεις στην πολιτική ατζέντα.

Η διερεύνηση της ατζέντας των εμπειρογνομόνων σχετικά με τα περιβαλλοντικά προβλήματα που σχετίζονται με την κρίση και άλλα θέματα που ταλανίζουν το περιβάλλον βασίζεται σε συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες, αναλύσεις, καθώς και σε μελέτες επιστημονικών περιοδικών. Οι αναλύσεις του κοινωνικού και οργανωτικού πλαισίου της περιβαλλοντικής πληροφόρησης βασίζονται σε συνεντεύξεις με δημοσιογράφους ημερήσιων εφημερίδων, καθώς και σε μελέτες υλικού, αναλύσεις άρθρων, επιστημονικών περιοδικών και εκτεταμένη ανάλυση προηγούμενων ερευνών για τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, σχετικά με τα περιβαλλοντικά ζητήματα στην παγκόσμια κοινότητα των MME (Medvedeva & Merenkoc, 2015). Αξιοποιήθηκαν ακόμα, και στατιστικά στοιχεία σχετικά με το τοπίο των μέσων μαζικής ενημέρωσης και τη χρήση των μέσων ενημέρωσης στην Ελλάδα και την παγκόσμια κοινή γνώμη.

Η διερεύνηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης του κοινού βασίζεται σε άρθρα και μελέτες προηγούμενων ετών. Προκειμένου να προκύψουν τα αποτελέσματα από τις έρευνες που μελετώνται αξιοποιήθηκε το Excel για την επεξεργασία των δεδομένων και

την τμηματοποίησή τους. Για την κατανόηση και την αξιολόγηση της σχέσης μεταξύ των μέσων ενημέρωσης, της δημόσιας ατζέντας και της πιθανής επιρροής στην ατζέντα πολιτικής, χρησιμοποιείται η προσέγγιση της θεματικής ανάλυσης (Shesterina, 2013). Από την άλλη, οι δεσμοί μεταξύ διαφόρων θεμάτων, τα πιθανά προβλήματα που προκύπτουν από αυτά και οι λύσεις, οι πιθανές αλλαγές προς ένα πιο βιώσιμο περιβάλλον και οι σχέσεις τους αναλύονται με τη σχέση αιτίου και αποτελέσματος μεταξύ διαφόρων παραμέτρων.

Αναμένεται να αποδειχθεί ότι εάν οι συντάκτες και οι δημοσιογράφοι των ΜΜΕ ενδιαφέρονται για το περιβάλλον, είναι πιο πιθανό να παράγουν περιβαλλοντικές ειδήσεις που οδηγούν σε αύξηση των φιλοζωικών αισθημάτων και ενίσχυση του σεβασμού απέναντι στο περιβάλλον γενικότερα. Η διαδικασία παραγωγής ειδήσεων επηρεάζεται από διάφορους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες, όπως οι οργανωτικοί παράγοντες, τα καθορισμένα πλαίσια που δίνονται για το περιβάλλον, οι πολιτισμικοί και κ.λπ. Η αύξηση της κάλυψης του περιβαλλοντικού ζητήματος οδηγεί σε υπερβολική παρακολούθηση των μέσων ενημέρωσης ή της ποσότητας των αναγνώσεων (Leiserowitz, Carman, Buttermore, Neyens, Rosenthal, Marlon, Schneider & Mulcahy, 2022). Τέτοιοι παράγοντες όπως η ευημερία, το ιδιαίτερο ενδιαφέρον, το οποίο καθορίζεται από διαφορετικά υπόβαθρα, έχουν αντίκτυπο στην ποσότητα των αναγνώσεων που διεξάγουν οι πολίτες. Κατά πάσα πιθανότητα, όσο μεγαλύτερη είναι η ποσότητα που διαβάζουν οι άνθρωποι, τόσο μεγαλύτερη είναι η γνώση στο κοινό και τόσο μεγαλύτερη είναι η (βαθύτερη) ευαισθητοποίηση (Urazova, 2014). Το πόση γνώση θα αποκτήσουν εξαρτάται από την εκπαίδευση και την ικανότητα κατανόησης (δεκτικότητα). Αν ένα άτομο έχει βασικές πληροφορίες ή έχει βιώσει το ένα ή το άλλο περιβαλλοντικό πρόβλημα, προφανώς θα είναι πιο ικανό να αντιληφθεί. Αυτό οδηγεί σε

αύξηση της γνώσης, συνεπώς και της ευαισθητοποίησης. Η αύξηση της ευαισθητοποίησης οδηγεί σε αύξηση της ανησυχίας που οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης για περιβαλλοντικές καταστάσεις. Αυτό οδηγεί σε αύξηση του ενδιαφέροντος των συντακτών. Επομένως, πρόκειται για ένα σύστημα ενίσχυσης, όπου οι κύριοι παράγοντες ενδιαφέρον της σύνταξης και ενδιαφέρον του κοινού ενισχύουν το ένα το άλλο με ορισμένο τρόπο. Όσο περισσότεροι άνθρωποι ανησυχούν, τόσο πιο πιθανό είναι να επιμορφωθούν (Leiserowitz et al, 2022).

Ωστόσο, η αύξηση της αυτοεκπαίδευσης οδηγεί στην ευαισθητοποίηση. Πρόκειται για ένα άλλο ενισχυτικό σύστημα. Είναι πιθανό ότι όσο περισσότερο θα εκπαιδεύονται, τόσο περισσότερο θα συμμετέχουν σε περιβαλλοντικές εκστρατείες σχετικές με το περιβάλλον ή στη διαδικασία λήψης αποφάσεων γι' αυτό. Η αύξηση της συμμετοχής του κοινού θα αυξήσει την πίεση του κοινού στα θεσμικά όργανα κάνοντάς τα να ευαισθητοποιούνται και να ανησυχούν. Με αυτόν τον τρόπο, θα εξασφαλιστούν ιδιαίτερα μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος (Pramod, 2010).

Α Μέρος- Θεωρητικό Μέρος

Δεδομένων των πιέσεων που δέχονται ιδίως οι εκδότες εφημερίδων και ειδήσεων σε ένα μεταβαλλόμενο περιβάλλον μέσων ενημέρωσης και της αντίληψης ότι πολλοί άλλοι παράγοντες σε ένα περιβάλλον ψηφιακών μέσων ενημέρωσης επωφελούνται άμεσα και έμμεσα από το περιεχόμενο που παράγεται και δημοσιεύεται από εφημερίδες, οι εκδότες έχουν σε αρκετές περιπτώσεις ζητήσει τη μεταρρύθμιση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας για να ενισχύσουν τη θέση τους. Μεγάλο μέρος της συζήτησης έχει επικεντρωθεί στο κατά πόσον οι διοργανωτές, οι μηχανές αναζήτησης και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που παρουσιάζουν αποσπάσματα περιεχομένου που δημοσιεύονται αλλού θα πρέπει να αποζημιώνουν τον αρχικό εκδότη (Naroli, Stonbely, McCollough & Renninger, 2015). Ειδικά οι εφημερίδες έχουν συχνά υποστηρίξει ότι αυτές οι μεγάλες τεχνολογικές εταιρείες επωφελούνται αθέμιτα από ειδήσεις που παράγονται από άλλους. Με τη σειρά τους, οι τεχνολογικές εταιρείες έχουν υποστηρίξει ότι οι εκδότες είναι ελεύθεροι να μην παρουσιάζονται στις πλατφόρμες τους και ότι οι υπηρεσίες τους δημιουργούν αξία για τους εκδότες, προωθώντας την επισκεψιμότητα και τα έσοδά τους.

Η ακριβής φύση αυτής της συζήτησης ποικίλλει ανά χώρα, ανάλογα με την ισχύουσα νομοθεσία, την έκβαση των δικαστικών διαφορών και τη νέα νομοθετική παρέμβαση. Σκεφτείτε μόνο τρία διαφορετικά παραδείγματα (Newman, Fletcher, Levy & Rasmus, 2022).

1. Στη Δανία, οι εκδότες ενήργησαν από κοινού και χρησιμοποίησαν με επιτυχία δικαστικές διαδικασίες, για να αποτρέψουν την αντιγραφή ειδήσεων από τους εκδότες. Οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί δεν ζήτησαν νέα νομοθεσία ούτε ψηφίστηκε από τους

νομοθέτες. Εφαρμογές ειδήσεων όπως η Google News (και εγχώριοι ανταγωνιστές) δεν δραστηριοποιούνται στη Δανία, αλλά οι ειδησεογραφικές περιεχόμενο εξακολουθεί να είναι διαθέσιμο μέσω των μηχανών αναζήτησης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Nielsen & Linnebank, 2011).

2. Στην Ισπανία, αντιθέτως, οι εκδότες θεώρησαν ότι η υφιστάμενη νομοθεσία δεν προστατεύει επαρκώς τα δικαιώματά τους και μια ομάδα εκδοτών πίεσε με επιτυχία για τη θέσπιση νόμου που απαιτεί από τις υπηρεσίες που αναρτούν συνδέσμους και αποσπάσματα ειδησεογραφικών άρθρων να καταβάλλουν τέλος στην ένωση του κλάδου των εφημερίδων AEDE. Οι εκδότες δεν μπορούν να εξαιρεθούν ή να προσφέρουν το περιεχόμενό τους δωρεάν (το δικαίωμα είναι αναφαίρετο). Ο νόμος τέθηκε σε ισχύ το 2015. Σε απάντηση, ένας αριθμός συσσωρευτών αποσύρθηκε από την ισπανική αγορά, συμπεριλαμβανομένων τόσο διεθνών παικτών, όπως η Google News όσο και εγχώριων παικτών (ΕΑΟ, 2016). Το ειδησεογραφικό περιεχόμενο εξακολουθεί να είναι διαθέσιμο μέσω των μηχανών αναζήτησης και των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης.

3. Στη Γερμανία, οι εκδότες, δυσαρεστημένοι με την ισχύουσα νομοθεσία και την έκβαση των προσπαθειών να χρησιμοποιηθούν δικαστικές διαδικασίες για την προστασία του ειδησεογραφικού περιεχομένου, πίεσαν για την εισαγωγή ενός συγγενικού δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας για τους εκδότες εφημερίδων (παρόμοιο με τα συγγενικά δικαιώματα που ήδη κατέχουν, για παράδειγμα, οι παραγωγοί ταινιών και οι δημιουργοί βάσεων δεδομένων). Καταρχάς, οι κανόνες θα απαιτούσαν από τους συσσωρευτές, τις μηχανές αναζήτησης και άλλους να καταβάλλουν στους εκδότες ένα τέλος άδειας χρήσης σε αντάλλαγμα για το δικαίωμα δημοσίευσης αποσπασμάτων άρθρων. Μετά από πολλές συζητήσεις, τα συγγενικά πνευματικά δικαιώματα εισήχθησαν το 2013. Στην πράξη, οι μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας έχουν προχωρήσει σε ένα

σύστημα opt-in, όπου οι εκδότες επιλέγουν να εμφανίζονται αποσπάσματα και να παραιτούνται από το τέλος άδειας χρήσης (Nielsen & Sambrook, 2016). Έτσι, το περιεχόμενο ειδήσεων εξακολουθεί να είναι διαθέσιμο μέσω συσσωρευτών, μηχανών αναζήτησης και μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη Γερμανία.

Από τις 14 Σεπτεμβρίου 2016, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρουσίασε μια πρόταση οδηγίας για τα πνευματικά δικαιώματα στην ενιαία αγορά, η οποία ενσωματώνει στοιχεία της γερμανικής προσέγγισης των συγγενικών δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας (Nielsen, Alessio & Kalogeropoulos, 2016). Η πρόταση έχει επαινεθεί από ενώσεις εκδοτών, όπως η EMMA, η ENPA, η EPC και η NME, αλλά έχει επικριθεί τόσο από εταιρείες τεχνολογίας όσο και από μέλη του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου.

Γενικότερα, τόσο οι καθιερωμένοι οργανισμοί μέσω ενημέρωσης όσο και διάφοροι ψηφιακά γεννημένοι φορείς, συμπεριλαμβανομένων εγχώριων και διεθνών φορέων, έχουν εκφράσει σε διάφορες χώρες και σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης την ανησυχία τους (Newman, 2018). Αυτή έγκεινται στο γεγονός ότι ορισμένες μεγάλες τεχνολογικές εταιρείες έχουν εμπλακεί σε αντιανταγωνιστικές πρακτικές, εκμεταλλευόμενες τη δεσπόζουσα θέση τους σε ορισμένους τομείς για να ευνοήσουν τις δικές τους υπηρεσίες έναντι εκείνων των δυνητικών ανταγωνιστών.

2. Ορισμοί

2.1 MME- τύποι

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.) αναφέρονται σε μια ποικιλία τεχνολογικών πολυμέσων που προσεγγίζουν ένα μεγάλο κοινό μέσω μαζικής επικοινωνίας. Οι τεχνολογίες μέσω των οποίων πραγματοποιείται αυτή η επικοινωνία είναι πολυποίκιλες. Τα μέσα μετάδοσης μεταδίδουν ηλεκτρονικά πληροφορίες μέσω μέσων όπως οι ταινίες, το ραδιόφωνο, η ηχογραφημένη μουσική ή η τηλεόραση (UNESCO, 2022: 202). Τα ψηφιακά μέσα περιλαμβάνουν τόσο τη διαδικτυακή όσο και την κινητή μαζική επικοινωνία. Τα μέσα του διαδικτύου περιλαμβάνουν υπηρεσίες όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τους ιστοτόπους, τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ραδιόφωνο και τηλεόραση με βάση το Διαδίκτυο. Πολλά άλλα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν μια πρόσθετη παρουσία στο διαδίκτυο, όπως η σύνδεση ή η εκτέλεση τηλεοπτικών διαφημίσεων σε απευθείας σύνδεση ή την διανομή Κώδικα QR σε υπαίθρια ή έντυπα μέσα, για να κατευθύνουν τους χρήστες μέσω κινητών στον ιστότοπο.

Το ραδιόφωνο τυχάνει να είναι το φθηνότερο και εύκολα προσβάσιμο μέσο ενημέρωσης. Τα σήματα και οι συχνότητες του ραδιοφώνου καλύπτουν σχεδόν κάθε χώρα. Έτσι, μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως σημαντικό μέσο για τη δημιουργία περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης.

Η τηλεόραση είναι ένας άλλος πολύ καλός τρόπος επικοινωνίας περιβαλλοντικών θεμάτων στην κοινωνία. Ορισμένα τηλεοπτικά κανάλια όπως το Discovery Channel, το National Geographic Channel, το Animal Planet Channel μεταδίδουν αποκλειστικά εκπομπές για τα απειλούμενα είδη, την άγρια και θαλάσσια ζωή. Προσφέρουν

πληροφορίες σχετικά με τις πηγές, εξηγούν τις συνέπειες του εξεταζόμενου προβλήματος και προτείνουν λύσεις με αλλαγή της ατομικής συμπεριφοράς.

Τα έντυπα μέσα ενημέρωσης είναι ένας ισχυρός σύμμαχος στην εκπαίδευση του κοινού σε περιβαλλοντικά θέματα. Οι εφημερίδες, τα περιοδικά, οι εφημερίδες, τα περιοδικά κ.λπ. παίζουν καθοριστικό ρόλο στην παροχή σχετικών πληροφοριών με τα απαιτούμενα στοιχεία και εικόνες στην κοινότητα. Τα άρθρα και οι αναλύσεις διερευνούν την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του απλού ανθρώπου σχετικά με τα περιβαλλοντικά προβλήματα. Μερικές φορές υπάρχει ξεχωριστή στήλη για περιβαλλοντικά θέματα (Potter, 2009:32).

Ωστόσο, η σημερινή νέα γενιά χρησιμοποιεί κατά κόρον τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις διαδικτυακές πλατφόρμες. Έχουν αναδειχθεί συνολικά ως μια νέα μορφή μέσων ενημέρωσης. Το Facebook, το Twitter, το WhatsApp συνδέουν τη σημερινή γενιά. Ορισμένα παγκόσμια περιβαλλοντικά ζητήματα ενδέχεται να συζητούνται συνεχώς σε αυτές τις πλατφόρμες. Οι κυβερνητικές υπηρεσίες και οι βιομηχανίες χρησιμοποιούν επίσης τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως προτιμώμενο εργαλείο επικοινωνίας με τις μάζες. Τα τελευταία χρόνια έχουν δημιουργηθεί πολλές παγκόσμιες εκστρατείες για το περιβάλλον μέσα από τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης.

2. 2 Φυσικό περιβάλλον

Το φυσικό περιβάλλον ή ο φυσικός κόσμος περιλαμβάνει όλα τα έμβια όντα και άβια πράγματα που εμφανίζονται με φυσικό τρόπο, δηλαδή στην προκειμένη περίπτωση δεν είναι τεχνητά. Ο όρος εφαρμόζεται συχνότερα στη Γη ή σε ορισμένα μέρη της Γης εμπεριέχοντας την αλληλεπίδραση όλων των έμβιων ειδών, το κλίμα, τον καιρό και τους φυσικούς πόρους που επηρεάζουν την ανθρώπινη επιβίωση και την οικονομική

δραστηριότητα (Merriam-Webster, 2022). Με άλλα λόγια περιβάλλον αποκαλούνται πλήρεις οικολογικές μονάδες που λειτουργούν ως φυσικά συστήματα χωρίς μαζική πολιτισμένη ανθρώπινη παρέμβαση, συμπεριλαμβανομένων όλων των φυτών, των μικροοργανισμών, του εδάφους, των πετρωμάτων, της ατμόσφαιρας και των φυσικών φαινομένων που εμφανίζονται εντός των ορίων τους και της φύσης τους. Κοντά σε αυτόν τον ορισμό θα μπορούσαν εννοηθούν και καθολικοί φυσικοί πόροι και φυσικά φαινόμενα που δεν έχουν σαφή όρια, όπως ο αέρας, το νερό και το κλίμα, καθώς και η ενέργεια, η ακτινοβολία, το ηλεκτρικό φορτίο και ο μαγνητισμός, που δεν προέρχονται από πολιτισμένες ανθρώπινες ενέργειες (OECD, 1997).

2.3 Περιβαλλοντική ανάπτυξη

Η περιβαλλοντική ή βιώσιμη ανάπτυξη είναι η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες. Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης μπορεί να ερμηνευθεί με πολλούς διαφορετικούς τρόπους, αλλά στον πυρήνα της είναι μια προσέγγιση της ανάπτυξης που επιδιώκει την εξισορρόπηση διαφορετικών, και συχνά ανταγωνιστικών, αναγκών σε συνάρτηση με την επίγνωση των περιβαλλοντικών, κοινωνικών και οικονομικών περιορισμών που αντιμετωπίζουμε ως κοινωνία (Report World Commission on the Environment and Development report, 1987). Πολύ συχνά, η ανάπτυξη καθοδηγείται από μια συγκεκριμένη ανάγκη, χωρίς να λαμβάνονται πλήρως υπόψη οι ευρύτερες ή μελλοντικές επιπτώσεις. Όμως, όσο περισσότερο επιδιώκεται η μη βιώσιμη ανάπτυξη, τόσο πιο συχνές και σοβαρές είναι οι συνέπειές της (OECD, 2017).

Υπάρχουν 3 πυλώνες της βιώσιμης ανάπτυξης:

α) Οικονομική βιωσιμότητα: που στοχεύει στη μείωση της ακραίας φτώχειας και στην εξασφάλιση δίκαιης αμειβόμενης απασχόλησης για όλους.

β) Περιβαλλοντική βιωσιμότητα: η οποία στοχεύει στην προστασία της φυσικής ισορροπίας του πλανήτη, περιορίζοντας παράλληλα τις επιπτώσεις των ανθρώπινων δραστηριοτήτων στο περιβάλλον.

γ) Κοινωνική βιωσιμότητα: η οποία αποσκοπεί στην εξασφάλιση της πρόσβασης σε βασικούς πόρους και υπηρεσίες για όλους.

Ο ορισμός της βιώσιμης ανάπτυξης είναι, επομένως, μια ανάπτυξη που είναι οικονομικά αποδοτική, οικολογικά βιώσιμη και κοινωνικά δίκαιη (World Bank, 2003).

2. 4 Περιβαλλοντική συνείδηση

Περιβαλλοντική συνείδηση σημαίνει την επίγνωση του ατόμου για την αξία του φυσικού περιβάλλοντος κάνοντας επιλογές που ωφελούν τη γη, αντί να την βλάπτουν. Μερικοί από τους τρόπους άσκησης περιβαλλοντικής συνείδησης περιλαμβάνουν: χρήση ασφαλών και μη τοξικών οικοδομικών υλικών, εξοικονόμηση ενέργειας και νερού, ανακύκλωση, ακτιβισμός και άλλα. Με άλλα λόγια, περιβαλλοντική συνείδηση είναι η κατανόηση της ευθραυστότητας του περιβάλλοντός μας και της σημασίας της προστασίας του (Foltz, 2002:620). Η προώθηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης είναι ένας εύκολος τρόπος να συμμετέχει ένας πολίτης στη δημιουργία ενός λαμπρότερου μέλλοντος. Αν δεν υπάρχει ευαισθητοποίηση, δεν υπάρχει δράση ή τουλάχιστον δεν υπάρχει σωστή δράση. Οποιαδήποτε δράση πρέπει να ξεκινήσει από ατομικό επίπεδο και να εξαπλωθεί μέσω των ανθρώπων και των οργανώσεων που είναι διαθέσιμοι να συμβάλλουν γι' αυτόν τον σκοπό. Επομένως, κάθε μια από τις ενέργειες των πολιτών θα πηγάζει από το ενδιαφέρον για το περιβάλλον, από την αγάπη για τη μητέρα φύση, από

τη θέληση να συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη και να διαμορφώσει μια θετική αλλαγή στον κόσμο (Παπανικολάου, 2012).

2. 5 Περιβαλλοντική τεχνολογία

Η περιβαλλοντική τεχνολογία, γνωστή και ως "πράσινη" ή "καθαρή" τεχνολογία, αναφέρεται στην εφαρμογή των περιβαλλοντικών επιστημών στην ανάπτυξη νέων τεχνολογιών που αποσκοπούν στη διατήρηση, την παρακολούθηση ή τη μείωση της βλάβης που προκαλούν τακτικά οι άνθρωποι στο περιβάλλον καταναλώνοντας τους πόρους του. Η βιώσιμη ανάπτυξη βρίσκεται στον πυρήνα της περιβαλλοντικής τεχνολογίας - υιοθετούμενες πρακτικές που τροφοδοτούν την οικονομική ανάπτυξη αποφεύγοντας την εξάντληση των φυσικών πόρων και την περαιτέρω ρύπανση.

Με απλά λόγια, οι περιβαλλοντικές τεχνολογίες αποσκοπούν στην προστασία του περιβάλλοντος. Προσφέρουν τρόπους κατανάλωσης που είναι λιγότερο ρυπογόνοι ή το κάνουν με βιώσιμο τρόπο, και συχνά παρέχουν νέους τρόπους για την αποφυγή της εξάντλησης των φυσικών πόρων συνολικά. Σημαντικά παραδείγματα είναι η ηλιακή και η αιολική ενέργεια, η αφαλάτωση νερού (η αφαίρεση αλατιού ή άλλων μετάλλων από αλατούχο νερό), τα ηλεκτρικά οχήματα και η πυρόλυση (θερμοχημική αποσύνθεση οργανικών υλικών) (Bonds & Downey, 2012).

2.5.1 Καινοτόμες αναδυόμενες περιβαλλοντικές τεχνολογίες

Δεκάδες νέες και καινοτόμες περιβαλλοντικές τεχνολογίες αναδύονται κάθε χρόνο, ορισμένες έτοιμες για μαζική κατανάλωση και πολλές περισσότερες σε πρωτότυπα και στάδια απόδειξης της έννοιας - όλες τελικά συνδέονται με την επιθυμία να παρέχουν βιώσιμα εργαλεία για τη συλλογική μας χρήση. Ακολουθούν μερικά παραδείγματα

πρόσφατων καινοτομιών που έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν και να διαμορφώσουν τις μελλοντικές περιβαλλοντικές μας διαδικασίες (UNEP -United Nations Environment Programme & International Resource Panel, 2009).

Μια πρόσφατη επαναστατική ανακάλυψη στην κατασκευή πλαστικών από την εταιρεία LightManufacturing χρησιμοποιεί ηλιοστάτες (συσκευές με οδηγούμενα κάτοπτρα για την ανάκλαση του φωτός) για να συγκεντρώνει και να αντανακλά τις ακτίνες του ήλιου προκειμένου να λιώσει το πλαστικό και να το καταστήσει χυτεύσιμο. Η παραδοσιακή κατασκευή πλαστικών χρησιμοποιεί ορυκτά καύσιμα ως πρώτη ύλη του προϊόντος και για την παροχή ενέργειας για τη διαδικασία κατασκευής, αλλά η καινοτόμος νέα διαδικασία της LightManufacturing δε χρησιμοποιεί καθόλου ορυκτά καύσιμα (Salleh, 2012). Η διαδικασία δεν περιορίζεται σε νέα πλαστικά και μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για τη μορφοποίηση ανακυκλωμένων πλαστικών. Στον τομέα της ανακύκλωσης και της επεξεργασίας υγρών αποβλήτων, ένας φυσικός από το Εθνικό Πανεπιστήμιο της Ταϊβάν, ο Din Ping Tsai, ανέπτυξε μια μέθοδο χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας για την επεξεργασία υγρών αποβλήτων με τη χρήση υπεριώδους φωτός και οξειδίου του ψευδαργύρου που εφαρμόζεται σε CD-ROM. Τα CD που υπάρχουν σε αφθονία κατά εκατομμύρια, χρησιμοποιούνται πλέον σπάνια και προσφέρουν μια φθηνή και άμεσα διαθέσιμη πηγή για την επεξεργασία των υγρών αποβλήτων. Κατά τη διάρκεια πρόσφατων δοκιμών στις οποίες οι περιστρεφόμενοι δίσκοι καταναλώνουν πολύ λίγη ενέργεια, η συσκευή διέλυσε πάνω από το 95% των ρύπων του νερού μετά από μία ώρα επεξεργασίας (York & Rosa, 2003).

B Μέρος- Βιβλιογραφική ανασκόπηση

3. Ο ρόλος των ΜΜΕ στην περιβαλλοντική ενημέρωση

3.1 Αμερική

3.1.1 ΗΠΑ

Η σχέση των Αμερικανών με τις ειδήσεις αλλάζει με δραματικό και μη αναστρέψιμο τρόπο λόγω των αλλαγών στο περιβάλλον όσον αφορά τον τρόπο με τον οποίο είναι διαθέσιμες οι ειδήσεις. Οι παραδοσιακοί ειδησεογραφικοί οργανισμοί εξακολουθούν να είναι πολύ σημαντικοί για τους καταναλωτές τους, αλλά η τεχνολογία έχει ανακατέψει κάθε πτυχή της σχέσης μεταξύ των παραγωγών ειδήσεων και των ανθρώπων που καταναλώνουν ειδήσεις (Luedecke & Boykoff, 2017). Η αλλαγή αυτή ξεκινά από το γεγονός ότι οι σύγχρονοι καταναλωτές διαθέτουν πλέον τα εργαλεία, για να συμμετέχουν ενεργά στη δημιουργία, τη διάδοση, ακόμη και τη διαδικασία επεξεργασίας των ειδήσεων.

Λίγο περισσότεροι από τους μισούς Αμερικανούς ενήλικες (56%) δηλώνουν ότι παρακολουθούν τις ειδήσεις "όλες ή τις περισσότερες φορές". Ένα άλλο 25% λέει ότι παρακολουθεί τις ειδήσεις "μερικές φορές"- το 12% λέει ότι το κάνει "πού και πού" και το 7% λέει ότι παρακολουθεί τις ειδήσεις "σχεδόν ποτέ" ή "ποτέ". Τα ευρήματα αυτά συμφωνούν με προηγούμενη εργασία του Pew Research Center for The People & The Press (2022), η οποία διαπίστωσε ότι μόνο το ένα πέμπτο περίπου των Αμερικανών δεν παρακολουθούσε ειδήσεις "χθες"- δηλαδή την προηγούμενη ημέρα από τη διεξαγωγή της έρευνας. Όσοι είναι μορφωμένοι, σχετικά εύποροι οικονομικά και μεγαλύτεροι σε ηλικία

είναι πιο πιθανό από τους άλλους να δηλώσουν ότι παρακολουθούν τις ειδήσεις όλες ή τις περισσότερες φορές. Η ιστορία των γενεών είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακή. Οι νεότεροι ενήλικες έχουν τις λιγότερες πιθανότητες να πουν ότι παρακολουθούν τις ειδήσεις μανιωδώς και τις περισσότερες πιθανότητες να πουν ότι δεν παίρνουν σχεδόν ποτέ ή ποτέ ειδήσεις (Luedecke & Boykoff, 2017).

Επομένως, στις Ηνωμένες Πολιτείες, το Fox News (που ανήκει στην News Corporation του Rupert Murdoch) θεωρήθηκε ότι είχε υπερβολική δύναμη στις προκριματικές εκλογές των Ρεπουμπλικανών που οδήγησαν στις προεδρικές εκλογές του 2016 για τη διαδοχή του Μπαράκ Ομπάμα. Αν και περισσότεροι από 17 υποψήφιοι δήλωσαν ότι διεκδικούσαν το χρίσμα των Ρεπουμπλικάνων κατά τη στιγμή της πρώτης τηλεοπτικής συζήτησης, το Fox News δήλωσε ότι μόνο 10 υποψήφιοι θα μπορούσαν να συμμετάσχουν στην πρώτη συζήτηση που θα μεταδιόταν από το Fox. Κατά συνέπεια, οι υποψήφιοι ήταν όμηροι της εξουσίας του Fox να καθορίζει τους κανόνες επιλογής των υποψηφίων που θα συμμετείχαν σε αυτό το υψηλού προφίλ γεγονός. Εν τω μεταξύ, οι δισεκατομμυριούχοι αδελφοί Τσαρλς και Ντέιβιντ Κοχ - οι οποίοι είναι ιδιοκτήτες της Koch Industries, ενός ομίλου συμφερόντων πετρελαίου και φυσικού αερίου- είχαν προϋπολογίσει να συνεισφέρουν σχεδόν 900 εκατομμύρια δολάρια στα ταμεία των υποψηφίων και να επηρεάσουν αποτελεσματικά τις συνολικές εκλογές του 2016, στις οποίες έλαβε χώρα αυτό το επεισόδιο (Luedecke & Boykoff, 2017). Στο πλαίσιο αυτό, οι αδελφοί Κοχ υπήρξαν εξέχοντες αντιφρονούντες για το κλίμα, αμφισβητώντας τη σοφία των ρυθμιστικών παρεμβάσεων για την αντιμετώπιση των κλιματικών αλλαγών του 21ου αιώνα, καθώς και το κατά πόσον ο άνθρωπος συμβάλλει καθόλου στην κλιματική αλλαγή και η χρηματική τους επιρροή έχει γείρει ιδιαίτερα το Ρεπουμπλικανικό Κόμμα των ΗΠΑ μακριά από τα ευρεία επιστημονικά στοιχεία, καθώς και από την κοινή γνώμη για το θέμα

της κλιματικής αλλαγής. Μαζί, η επιρροή της Fox News και των αδελφών Koch σήμαινε ότι οι υποψήφιοι που διεκδικούν το χρίσμα των Ρεπουμπλικανών και τελικά την προεδρία των ΗΠΑ μπορούν να ενεργούν στην υπηρεσία της εξουσίας των εταιρειών και των μέσων ενημέρωσης που ελέγχονται από τις εταιρίες, προκειμένου να επιτύχουν τους στόχους τους. Ως εκ τούτου, ο παραγωγικός δημόσιος διάλογος για την κλιματική αλλαγή - μέσω των μέσων ενημέρωσης και αλλού- υποφέρει (Luedecke & Boykoff, 2017).

Με την πάροδο του χρόνου, πολυάριθμοι ερευνητές έχουν διερευνήσει πώς οι οικονομικές πιέσεις και οι δομές ιδιοκτησίας επηρεάζουν την παραγωγή ειδήσεων (Carvalho, 2005). Η περιβαλλοντική δημοσιογραφία σε όλο τον κόσμο είναι γεμάτη με προκλήσεις χωρητικότητας (όσον αφορά τον χρόνο, το προσωπικό και τους οικονομικούς πόρους) για τη συλλογική κάλυψη πολύπλοκων και δυναμικών ιστοριών στη διεπαφή ανθρώπου-περιβάλλοντος. Οι δημοσιογράφοι, οι παραγωγοί και οι συντάκτες που προσπαθούν για δίκαιη και ακριβή ενημέρωση κατακλύζονται από αυτές τις μεγάλης κλίμακας πολιτικές και οικονομικές πιέσεις. Οι μειωμένοι προϋπολογισμοί των μέσων μαζικής ενημέρωσης για την ερευνητική δημοσιογραφία έχουν επηρεάσει αρνητικά την επικοινωνία των επιστημονικών πληροφοριών, δεδομένου ότι το πολύπλοκο επιστημονικό υλικό συχνά υπεραπλουστεύεται στις αναφορές των μέσων ενημέρωσης. Επιπλέον, κρίσιμα περιβαλλοντικά θέματα δεν έχουν συγκεντρώσει καθόλου κάλυψη. Στο όνομα της αποτελεσματικότητας, πολλοί δημοσιογράφοι καλύπτουν όλο και περισσότερο ένα ευρύ φάσμα θεμάτων υπό αυστηρότερες προθεσμίες, καθιστώντας όσο ποτέ άλλοτε δύσκολη την ικανοποιητική απεικόνιση της πολυπλοκότητας των περιβαλλοντικών θεμάτων εν μέσω πολυάριθμων απαιτήσεων (Luedecke & Boykoff, 2017). Επιπλέον, οι παραγωγοί περιεχομένου σε εκδοτικούς οργανισμούς που έχουν αντέξει τις περικοπές και τις ελλείψεις στις αίθουσες σύνταξης έχουν αντιμετωπίσει

αυξημένο ανταγωνισμό από άλλες πλατφόρμες πληροφόρησης, ιδίως από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (βίντεο, ήχος και κείμενο, μαζί με τα ιστολόγια, το Twitter, το Facebook, το Instagram, τις αναρτήσεις στο YouTube κ.λπ.) Αυτές οι πολυάριθμες πολιτικοοικονομικές προκλήσεις έχουν βλάψει την επικοινωνία των περιβαλλοντικών θεμάτων. Για παράδειγμα, σε πολλά μέρη του Παγκόσμιου Νότου, οι δημοσιογράφοι συχνά δεν έχουν την ικανότητα και κατάρτιση για να καλύψουν τις περιπλοκές της περιβαλλοντικής επιστήμης, της πολιτικής και της διακυβέρνησης, καθώς και την πρόσβαση σε σαφείς, έγκαιρες και κατανοητές πηγές που σχετίζονται με το περιβάλλον (Luedecke & Boykoff, 2017).

Άλλοι παράγοντες ατομικής κλίμακας περιλαμβάνουν την κινητοποίηση και την ανάπτυξη δημοσιογραφικών κανόνων. Η τάση εξατομίκευσης υποδεικνύει ότι η κάλυψη επικεντρώνεται σε μεμονωμένους φορείς διεκδίκησης και σε εντυπωσιακές ιστορίες, υποσκελίζοντας συχνά βαθύτερες διαρθρωτικές ή θεσμικές αναλύσεις. Αυτό συνδέεται με τη δραματοποίηση, όπου η κάλυψη δραματικών γεγονότων τείνει να υποβαθμίζει την πιο ολοκληρωμένη ανάλυση των διαρκών προβλημάτων προς όφελος της κάλυψης των κινήσεων επιφανειακού επιπέδου. Συνήθως, οι δημοσιογράφοι αναφέρουν την ανάγκη για ένα καινοτόμο “ειδησεογραφικό δόλωμα” προκειμένου να μεταφράσουν ένα γεγονός σε ιστορία. Αυτά τα νέα μέσα είναι στην πραγματικότητα νέοι τρόποι απεικόνισης ή απεικόνισης ήδη υπάρχοντων πραγμάτων, στο πλαίσιο των συνεχιζόμενων ιστοριών και των ιστοριοποιημένων ή προϋπαρχόντων κανόνων και πιέσεων (Luedecke & Boykoff, 2017). Παράλληλα, οι δημοσιογραφικές αποτιμήσεις του δράματος, των προσωπικοτήτων και της καινοτομίας μπορούν να χρησιμεύσουν για τον ευτελισμό του ειδησεογραφικού περιεχομένου, καθώς μπορεί επίσης να οδηγήσει στον αποκλεισμό

ειδήσεων που δεν προκαλούν άμεση αίσθηση ενθουσιασμού ή αντιπαράθεση. Ωστόσο, η επιδίωξη αυτών των κανόνων δεν συνδέεται απαραίτητα με μειωμένη κάλυψη.

Ένα παράδειγμα δραματικού, εξατομικευμένου και καινοτόμου γεγονότος που προκάλεσε τεράστια ειδησεογραφική κάλυψη είναι ο τυφώνας Σάντι, ο οποίος έπληξε την ανατολική ακτή των Ηνωμένων Πολιτειών στα τέλη Οκτωβρίου 2012. Παρά την επιστημονική αβεβαιότητα σχετικά με την ένταση των τυφώνων και της ανθρωπογενούς κλιματικής αλλαγής, το γεγονός παρόλα αυτά προκάλεσε κάλυψη επικεντρωμένη σε συγκρούσεις και συζητήσεις, και οι πολιτικοί παράγοντες, καθώς και οι δημοσιογράφοι επεσήμαναν ότι πρέπει να γίνουν περισσότερα όσον αφορά τη μείωση του κινδύνου καταστροφών, τον μετριασμό του κλίματος και την προσαρμογή (Eilperin, 2005).

Συνοψίζοντας, οι πρακτικές των μέσων ενημέρωσης διαμορφώνουν και διαπραγματεύονται δυναμικά το νόημα, επηρεάζοντας τον τρόπο με τον οποίο οι πολίτες κατανοούν και αξιολογούν τον κόσμο. Οι αναπαραστάσεις των μέσων ενημέρωσης γεφυρώνουν έτσι διαφορετικούς τρόπους γνώσης για το περιβάλλον και συχνά μεσολαβούν στις αντιλήψεις, τις στάσεις, τις προοπτικές και τις συμπεριφορές του κοινού που σχετίζονται με τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Αυτό μπορεί να έχει εκτεταμένες συνέπειες όσον αφορά τη συνεχιζόμενη περιβαλλοντική επιστημονική έρευνα, καθώς και τις αντιλήψεις, την κατανόηση και την πιθανή λήψη αποφάσεων από τους φορείς χάραξης πολιτικής. Οι αναπαραστάσεις των μέσων ενημέρωσης είναι ταυτόχρονα διαμορφώνονται από τα πλαίσια, τις δημοσιογραφικές νόρμες και τις πολιτιστικές πολιτικές της οικονομίας των μέσων ενημέρωσης που είναι άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους (Weiner et al., 2021:1-19). Προχωρώντας προς τα εμπρός, η ισχυρότερη σύγκλιση των παραδοσιακών και νέων μέσων σημαίνει ότι θα πρέπει να επανεξετάσουμε το πώς ή αν τα μέσα ενημέρωσης μπορούν ακόμη να θεωρηθούν ως ο

φύλακας της δημοκρατίας σε καιρούς ψηφιακών αναταραχής. Η κλιματική αλλαγή ως θέμα των μέσων ενημέρωσης έχει τόσο μέχρι στιγμής καταδεικνύει με γλαφυρό τρόπο πώς οι πολωτικές απόψεις από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, και όλο και περισσότερο από νέα μέσα ενημέρωσης πέραν της επαγγελματικής δημοσιογραφίας, επηρεάζουν την αντίληψη του κοινού και την ατζέντα το θέμα. Ως εκ τούτου, θα καταστεί πιο κρίσιμο για τη γεωγραφική έρευνα να εξετάζει και να αναλύει τους μελλοντικούς ρόλους που έχουν οι διάφοροι φορείς ισχυρισμών στη δημιουργία, τη διατήρηση ή την αποσιώπηση των συζητήσεων για περιβαλλοντικά ζητήματα (Luedecke & Boykoff, 2017).

3.2 Ασία

3.2.1 Κίνα

Η οικονομική έκρηξη της Ανατολικής Ασίας τη δεκαετία του 1980 δημιούργησε μεγαλύτερο πλούτο και ευημερία, αλλά με κόστος τη δημιουργία σοβαρών περιβαλλοντικών προβλημάτων. Η υποβάθμιση του αέρα, του νερού και του εδάφους δεν αποτέλεσε μόνο καταλύτη για τη δράση της κυβέρνησης και των πολιτών, αλλά και για τον ακτιβισμό των μέσων ενημέρωσης στην περιοχή. Στη δεκαετία του 1980 και στη δεκαετία του 1990, η περιβαλλοντική δημοσιογραφία άρχισε να ριζώνει σε όλη την Ανατολική Ασία - στη Νότια Κορέα εμφανίστηκε μεγάλος αριθμός εβδομαδιαίων εφημερίδων αφιερωμένων αποκλειστικά σε περιβαλλοντικά θέματα- "πράσινα" τηλεοπτικά προγράμματα έκαναν την εμφάνισή τους στους τηλεοπτικούς δέκτες του Χονγκ Κονγκ- στην Ταϊβάν ορισμένοι δημοσιογράφοι προσπάθησαν να συμβάλουν στη διάδοση των παραπόνων των πολιτών και των πράσινων ομάδων κατά των τοξικών

βιομηχανιών. Σήμερα, οι δημοσιογράφοι στην ηπειρωτική Κίνα αρχίζουν να ακολουθούν ένα παρόμοιο μονοπάτι, χρησιμοποιώντας τα μέσα ενημέρωσης για την αντιμετώπιση περιβαλλοντικών προβλημάτων (Leiserowitz et al., 2022). Οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί στην Κίνα αντιμετωπίζουν περιορισμούς στο εύρος και το βάθος των ρεπορτάζ τους, ενώ οι περιβαλλοντικοί δημοσιογράφοι απολαμβάνουν μεγάλη ελευθερία (Economy, 2004).

Συνεχίζοντας το έργο που ξεκίνησε το 2001 στο Φόρουμ Πράσινων ΜΚΟ και Περιβαλλοντικών Δημοσιογράφων που πραγματοποιήθηκε στο Χονγκ Κονγκ, το Φόρουμ Περιβάλλοντος της Κίνας του Κέντρου Ουίλσον φιλοξένησε στις 18 Οκτωβρίου 2002 μια συνάντηση που εξέτασε την κατάσταση της περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας στην Κίνα σήμερα. Ο Sun Yanjun προσέφερε μια μοναδική οπτική γωνία για το θέμα ως δημιουργός της πρώτης ραδιοφωνικής εκπομπής αφιερωμένης αποκλειστικά σε περιβαλλοντικά θέματα (Yong & Gang, 2008) στο Tianjin Public Radio. Ο Jim Detjen, ένας διακεκριμένος Αμερικανός περιβαλλοντικός δημοσιογράφος στο Knight Center for Environmental Journalism, μοιράστηκε απόψεις από την εμπειρία του να δίνει διαλέξεις σε φοιτητές δημοσιογραφίας και να συναντάται με ΜΜΕ στην Κίνα ως υπότροφος του Fulbright το 2002. Και οι δύο ομιλητές αναγνώρισαν τη δυνατότητα της περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας να αποκτήσει ακόμη πιο σημαντικό ρόλο στα κινεζικά μέσα ενημέρωσης και τη θετική επίδραση που θα μπορούσαν να έχουν οι δημοσιογράφοι αυτοί στην προώθηση της προστασίας του περιβάλλοντος. Παρόλα αυτά, οι άπειροι δημοσιογράφοι, η περιορισμένη πρόσβαση σε αξιόπιστες επιστημονικές πληροφορίες και η έλλειψη διαφήμισης αποτελούν ορισμένα εμπόδια για μια ευρύτερη επανάσταση των περιβαλλοντικών μέσων ενημέρωσης στην Κίνα (Yong & Gang, 2008).

3.2.1a Ανακαλύπτοντας δυνατότητες και αποκαλύπτοντας προκλήσεις

Η καριέρα του Sun Yanjun ως δημοσιογράφου που ασχολείται με το περιβάλλον είναι ίσως αποτέλεσμα της πολιτικής της κινεζικής κυβέρνησης. Ενόσω, οι οικονομικές μεταρρυθμίσεις στην Κίνα έχουν αυξήσει την ανεξάρτητη δημοσιογραφία, η κινεζική κυβέρνηση προτιμά να χρησιμοποιεί τα μέσα ενημέρωσης για την προώθηση των πολιτικών οδηγιών. Δεδομένου ότι η κινεζική ηγεσία έχει θέσει τις περιβαλλοντικές ανησυχίες ψηλά στην ατζέντα της εθνικής πολιτικής τα τελευταία χρόνια (καθώς και την υπόσχεση να διοργανώσει "πράσινους Ολυμπιακούς Αγώνες" το 2008), τα μέσα ενημέρωσης έχουν μεγαλύτερη ελευθερία από ό,τι συνήθως για να αναφέρουν περιβαλλοντικά θέματα (Leiserowitz et al., 2022). Βέβαια, η κυβέρνηση έχει λάβει τα δικά της μέτρα για την προώθηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης- η Κρατική Υπηρεσία Προστασίας του Περιβάλλοντος (SEPA) και το Κρατικό Γραφείο Δασών εκδίδουν περιβαλλοντικές εφημερίδες εδώ και 17 και 15 χρόνια, αντίστοιχα. Οι εφημερίδες αυτές, ωστόσο, κυκλοφορούν κυρίως εντός των κυβερνητικών υπηρεσιών και όχι στο ευρύ κοινό. Δημοσιογράφοι και ρεπόρτερ, όπως ο Sun Yanjun, έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούν την τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τις δημοφιλείς εφημερίδες και το διαδίκτυο για να βοηθήσουν στην προώθηση μιας πράσινης ηθικής και να αυξήσουν την πράσινη συνείδηση εν μέσω μιας ταχέως αναπτυσσόμενης οικονομίας και ενός περιβάλλοντος σε κρίση (Alexander, 2009).

Παρά τον ενθουσιασμό της κυβέρνησης για την προώθηση μιας πιο πράσινης εθνικής ατζέντας, η περιβαλλοντική δημοσιογραφία στην Κίνα δεν είναι χωρίς εμπόδια. Ο Sun Yanjun περιέγραψε πολλά εμπόδια για την ενίσχυση της περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας στην Κίνα: (1) οι ανενημέρωτοι και άπειροι δημοσιογράφοι συχνά παρέχουν στο κοινό ανακριβείς πληροφορίες- (2) η κάλυψη των περιβαλλοντικών

θεμάτων από τον Τύπο είναι αποσπασματική, προσφέροντας μεγάλη προσοχή στο περιβάλλον σε περιόδους μεγάλων κρίσεων (π.χ., πλημμύρες του ποταμού Yangtze το 1998, ανοιξιάτικες καταιγίδες σκόνης) και γεγονότων (π.χ., Εθνικό Συνέδριο του Κόμματος, Ολυμπιακή υποψηφιότητα του 2008), αλλά πολύ μικρό ενδιαφέρον όταν τα γεγονότα αυτά έχουν λήξει- (3) οι δημοσιεύσεις που σχετίζονται με το περιβάλλον είναι συχνά είτε πολύ τεχνικές, με αποτέλεσμα δυσπρόσιτες πληροφορίες, είτε πολύ ευρείες, με λίγες ουσιαστικές πληροφορίες από τις οποίες μπορεί να αντλήσει κανείς γνώση- (4) οι συγκεντρωτικές προσπάθειες από πάνω προς τα κάτω που κινητοποιούν πολλούς δημοσιογράφους, για να συζητήσουν ένα συγκεκριμένο περιβαλλοντικό θέμα έχουν ως αποτέλεσμα την περιττή αναφορά- και ίσως το πιο προβληματικό, (5) οι συντάκτες και οι παραγωγοί θεωρούν την περιβαλλοντική αναφορά ως μέρος του "φιλανθρωπικού τομέα" (Leiserowitz et al., 2022). Με άλλα λόγια, αυτές οι πράσινες ιστορίες προσελκύουν ελάχιστες διαφημίσεις, οπότε οι οργανισμοί των ειδησεογραφικών μέσων ενημέρωσης θεωρούν την εν λόγω αναφορά ως προσπάθεια που χάνει χρήματα.

Αυτές οι ελλείψεις αποτέλεσαν μια πραγματική πρόκληση για τον Sun Yanjun, καθώς ξεκίνησε τη μοναδική της περιβαλλοντική εκπαίδευση. Όταν έμαθε ότι κανένας από τους ραδιοφωνικούς σταθμούς της Τιαντζίν δεν κάλυπτε περιβαλλοντικά θέματα, ο Sun θυμήθηκε ότι αισθάνθηκε "σαν να ήταν ο Κολόμβος που ανακάλυπτε την Αμερική". Παρόλο που αναγνώρισε ότι δεν είχε περιβαλλοντικό υπόβαθρο και ότι αντιμετώπισε μη ενθουσιώδεις παραγωγούς, η έντονη πίστη της στη δύναμη επιρροής των μέσων ενημέρωσης την οδήγησε να ξεκινήσει το πρώτο ραδιοφωνικό πρόγραμμα της Τιαντζίν με περιβαλλοντικό θέμα (Leiserowitz et al., 2022)- ο Sun πίστευε ότι "αν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι τα πρώτα που αναλαμβάνουν δράση, το κοινό θα ακολουθήσει τα βήματά του". Το "Green Global Village" ξεκίνησε με τη φιλόδοξη αποστολή της

προώθησης της ευαισθητοποίησης και της συμμετοχής του κοινού στην προστασία του περιβάλλοντος, καθώς και της παρακολούθησης των περιβαλλοντικών προβλημάτων και της αποκάλυψης παράνομων δραστηριοτήτων. Όσο ο Sun ταλαιπωρείται από ανησυχίες για τη συνέχιση της χρηματοδότησης του έργου της, το κοινό πράγματι ακολούθησε με ενθουσιασμό τον προγραμματισμό της (Alexander, 2009).

Ως απόδειξη της δύναμης που μπορούν να ασκήσουν οι περιβαλλοντικοί δημοσιογράφοι, ο Sun θυμήθηκε ένα περιστατικό που αναφέρθηκε στην "τηλεφωνική γραμμή περιβαλλοντικής παρακολούθησης" του ραδιοφωνικού της προγράμματος. Κάτοικοι σε μια γειτονιά της Τιαντζίν, αναστατωμένοι από την ηχορύπανση από έναν κοντινό λέβητα και τα σχέδια του ιδιοκτήτη για επέκταση, επικοινωνήσαν με το ραδιοφωνικό της πρόγραμμα Global Green Village για βοήθεια. Επί τρεις μήνες, ο Sun αφιέρωσε χρόνο τόσο εντός όσο και εκτός αέρα, για να διερευνήσει τα παράπονα και να βοηθήσει τους διαφωνούντες να επιλύσουν τη διαμάχη. Ο Sun χρησιμοποίησε το πρόγραμμά της για να δημιουργήσει ένα μοναδικό φόρουμ συζήτησης και κάλεσε αξιωματούχους και εμπειρογνώμονες από όλους τους σχετικούς τομείς: Αξιωματούχοι της SEPA άκουσαν τις ανησυχίες και των δύο μερών, δικηγόροι συμβουλευτήκαν σχετικά με το ενδεχόμενο αστικής δίκης και περιβαλλοντολόγοι συζήτησαν την υλικοτεχνική υποστήριξη των εκτιμήσεων περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Το θέμα άνοιξε και στο κοινό, γεγονός που οδήγησε σε ζωνρές συζητήσεις για συναφή θέματα, από τα ατομικά περιβαλλοντικά δικαιώματα έως την εταιρική ευθύνη. Ως αποτέλεσμα των "λόγων σε συνδυασμό με την πράξη" του Global Green Village, η εταιρεία λεβήτων πραγματοποίησε περιβαλλοντική αξιολόγηση, εγκατέλειψε τα σχέδια επέκτασής της και κατέβαλε αποζημίωση για ζημίες στους κατοίκους (NPC & CPPCC Annual Sessions, 2013).

Ενώσω η εμπειρία του Sun αποτελεί παράδειγμα του ιδιαίτερα αποτελεσματικού ρόλου που μπορούν να διαδραματίσουν τα κινεζικά μέσα ενημέρωσης στην προώθηση περιβαλλοντικών σκοπών, ο Sun θεώρησε ότι η εκπαίδευση των διαφωνούντων μερών και της ευρύτερης κοινότητας ακροατών ήταν μια νίκη μεγαλύτερη από την πραγματική επίλυση της σύγκρουσης. Εκτός από την προώθηση περιβαλλοντικών διαλόγων στο ραδιόφωνο, η Sun ενώθηκε με ορισμένα άτομα της κοινότητας ακροατών της για να σχηματίσουν την πρώτη περιβαλλοντική μη κυβερνητική οργάνωση (ΜΚΟ) της Tianjin-τους "Φίλους του Πράσινου". Αυτή η ΜΚΟ περιβαλλοντικής εκπαίδευσης είναι ίσως το καλύτερο σημάδι, σύμφωνα με τη Sun, ότι η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση έχει αυξηθεί στο Tianjin. Είναι όλο και πιο συνηθισμένο για τους περιβαλλοντικούς δημοσιογράφους στην Κίνα να συμμετέχουν σε δραστηριότητες πράσινων ΜΚΟ.

Παρόλο που είχε επιτυχία, η Sun έχει μάθει τα περιβαλλοντικά ρεπορτάζ λίγο πολύ μόνη της και διψάει να βελτιώσει τα ρεπορτάζ της. Η Sun δήλωσε ότι η ίδια και άλλοι Κινέζοι δημοσιογράφοι πρέπει να ενημερωθούν καλύτερα και θα μπορούσαν να επωφεληθούν από τη βοήθεια και την καθοδήγηση διεθνών συναδέλφων. Η βοήθεια αυτή θα είναι ζωτικής σημασίας για την Κίνα προκειμένου να εργαλειοποιήσει την περιβαλλοντική δημοσιογραφία, η οποία θα μπορούσε στη συνέχεια να εκπαιδεύσει αποτελεσματικότερα το κοινό και να παρακολουθεί την εφαρμογή της κυβερνητικής πολιτικής (Alexander, 2009).

3.2.1β Η παρουσία της περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας

Το όραμα του Sun Yanjun για διεθνείς ανταλλαγές και συνεργασία με τους περιβαλλοντικούς δημοσιογράφους έχει, εν μέρει, ήδη αρχίσει στην Κίνα. Κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους 2001-2002, ο Jim Detjen μετέφερε την εκτεταμένη

δημοσιογραφική του εμπειρία στο Πανεπιστήμιο Nankai του Tianjin ως υπότροφος Fulbright. Μεταξύ των δραστηριοτήτων του, ο Detjen δίδαξε ένα μάθημα περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας, ένα από τα πρώτα στην ηπειρωτική Κίνα. Βασιζόμενος στην εμπειρία του από τη διδασκαλία της περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας σε πανεπιστήμια και τη διεξαγωγή εργαστηρίων με ειδησεογραφικά πρακτορεία σε όλη την Κίνα, ο Detjen επανέλαβε την ανάλυση της Sun: αν και η παρουσία της είναι ακόμη μικρή και αντιμετωπίζει πολλές προκλήσεις, η περιβαλλοντική δημοσιογραφία αναπτύσσεται ραγδαία σε όλη την Κίνα. Αυτή η ανάπτυξη της περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας συνδέεται εν μέρει με την αύξηση των προγραμμάτων δημοσιογραφίας στα κινεζικά πανεπιστήμια. Ο Detjen παρατήρησε ότι στο πλαίσιο αυτών των νεοσύστατων πανεπιστημιακών προγραμμάτων οι καθηγητές και οι φοιτητές έχουν ενθουσιαστεί με τα δυτικά στυλ ειδησεογραφικού ρεπορτάζ και τις ειδικότητες όπως η περιβαλλοντική δημοσιογραφία. Τα τελευταία πέντε χρόνια, τα Περιβαλλοντικά Βραβεία Dupont του Πανεπιστημίου Qinghua απονέμουν βραβεία 400 δολαρίων για την αριστεία στην περιβαλλοντική δημοσιογραφία. Τα βραβεία αυτά καταδεικνύουν τη δέσμευση της ακαδημαϊκής κοινότητας στην περιβαλλοντική δημοσιογραφία.

Ο Detjen πρότεινε ότι η περιβαλλοντική δημοσιογραφία αποτελεί μέρος μιας "αθόρυβης επανάστασης" στα κινεζικά μέσα ενημέρωσης. Η αναπτυσσόμενη οικονομία της Κίνας έχει δημιουργήσει ένα περιβάλλον που είναι πολύ φιλόξενο για κάποια μη παραδοσιακά ειδησεογραφικά ρεπορτάζ. Η ανερχόμενη μεσαία τάξη της Κίνας έχει πράγματι αρχίσει να απαιτεί μεγαλύτερη ποικιλία στις ειδήσεις- π.χ., οι μεγαλύτεροι μισθοί έχουν καταστήσει τα δορυφορικά πιάτα, αν και παράνομα, κοινό θέαμα τόσο στις αστικές όσο και στις αγροτικές περιοχές- η ευρεία χρήση του Διαδικτύου υποδηλώνει επίσης μια αυξημένη δίψα για πληροφόρηση. Αν και ο Detjen αναγνώρισε τη δυσκολία

προσέλκυσης διαφημιστικών δολαρίων για περιβαλλοντικά θέματα, διατύπωσε τη θεωρία ότι τα ολοένα και περισσότερο καθοδηγούμενα από την αγορά μέσα ενημέρωσης, έχοντας μετατοπιστεί από τη "γραμμή του κόμματος στη γραμμή του αποτελέσματος", θα χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο τις "πράσινες ειδήσεις" για να προσελκύσουν το νεανικό και γυναικείο κοινό.

Κατά τη διάρκεια της υποτροφίας του στην Κίνα, ο Detjen εξέτασε την κατάσταση της περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας σε μερικούς από τους μεγαλύτερους ειδησεογραφικούς οργανισμούς της χώρας. Η κυβερνητική εφημερίδα China Daily, η μεγαλύτερη αγγλόφωνη εφημερίδα της Κίνας, διαθέτει προσωπικό που περιλαμβάνει πολλούς δημοσιογράφους με αμερικανική εκπαίδευση. Η εφημερίδα μοιάζει πολύ με κυβερνητικό δελτίο Τύπου, βασιζόμενη τις περισσότερες φορές σε μία πηγή, το επίσημο πρακτορείο ειδήσεων Xinhua. Παρ' όλα αυτά, ο Detjen εξήγησε ότι το προσωπικό ήταν πρόθυμο να μάθει περισσότερα για το περιβαλλοντικό ρεπορτάζ- η China Daily αφιερώνει ήδη σημαντικό χώρο σε θέματα όπως η ατμοσφαιρική ρύπανση, η έλλειψη νερού και η ερημοποίηση. Προς έκπληξή του, το ταμπλόιντ τύπου Shanghai Star επέδειξε μεγάλο ενδιαφέρον για το ευαίσθητο θέμα του έργου του φράγματος των Τριών Φαραγγιών στον ποταμό Γιανγκτσέ - αν και, όπως ήταν αναμενόμενο, η κάλυψη απέφυγε τις πιο αμφιλεγόμενες περιβαλλοντικές συζητήσεις γύρω από το φράγμα. Επιπλέον, η εφημερίδα Southern Weekend με έδρα τη Γκουανγκζού, γνωστή για τα τολμηρά ερευνητικά ρεπορτάζ της, επεκτείνει την επιστημονική και περιβαλλοντική της κάλυψη.

3.2.1γ Η επίδραση της λογοκρισίας στην περιβαλλοντική ενημέρωση

Η πιο επιδραστική δύναμη των μέσων ενημέρωσης της Κίνας είναι, χωρίς αμφιβολία, η Κεντρική Τηλεόραση της Κίνας (CCTV). Με ακροατήριο σχεδόν 300 εκατομμυρίων

εντός της Κίνας, το πρόγραμμα της CCTV έχει τεράστιο αντίκτυπο στη χώρα. Μια σειρά από περιβαλλοντικά προγράμματα παρουσιάζονται τακτικά στους διάφορους τηλεοπτικούς σταθμούς της αυτοκρατορίας των μέσων ενημέρωσης, από σχετικά τετριμμένες αναφορές για είδη που απειλούνται με εξαφάνιση έως πιο αμφιλεγόμενα προφίλ για τις σχέσεις μεταξύ της διαφθοράς και της εκτεταμένης ρύπανσης των υδάτων. Οι δημοσιογράφοι του CCTV υπόκεινται σε σοβαρό έλεγχο για τις ιστορίες που παράγουν, ενώ τα ερευνητικά ρεπορτάζ μεταδίδονται, εκείνα που θεωρούνται πολύ επικριτικά ή ενοχλητικά για άτομα, εταιρείες ή την κυβέρνηση συνήθως απορρίπτονται. Κατά τη διάρκεια της επίσκεψής του με αξιωματούχους του CCTV, ο Ντέτζεν ενημερώθηκε ότι η επίσημη λογοκρισία είχε μπλοκάρει δύο από τις τέσσερις πρόσφατες ερευνητικές εκθέσεις που αφορούσαν το περιβάλλον.

Αν και η λογοκρισία αποτελεί μέρος της εργασίας κάθε Κινέζου δημοσιογράφου, στην πραγματικότητα δεν υπόκεινται τακτικά στην κόκκινη πένα του λογοκριτή. Αντίθετα, οι δημοσιογράφοι ασκούν τεράστια αυτολογοκρισία- ο Sun Yanjun σημείωσε ειλικρινά: "Εφόσον δεν ξεπερνάμε τα όρια και τα όρια που θέτει η κυβέρνηση, έχουμε την ελευθερία να αναφέρουμε ό,τι θέλουμε". Αν και τα όρια αυτά δεν είναι σαφώς καθορισμένα, ο Jim Detjen εξήγησε ότι οι Κινέζοι δημοσιογράφοι, σε γενικές γραμμές, έχουν μια καλή αίσθηση για το ποια θέματα είναι πιο ευαίσθητα και πιθανόν να περιοριστούν. Το σιωπηλό μήνυμά της είναι "εσείς οι ίδιοι αποφασίζετε", μετά από το οποίο ο καθένας από κάτω κάνει τις μικρές και μεγάλες προσαρμογές του -όλα αρκετά "φυσικά" (Tsang & Kolk, 2010).

Πράγματι, η αυτολογοκρισία είναι ένας αποδεκτός τρόπος ζωής για τους περιβαλλοντικούς δημοσιογράφους. Ο Detjen αναφέρθηκε σε μια συζήτηση με έναν από τους επικεφαλής περιβαλλοντικούς συντάκτες του CCTV, ο οποίος έχει μια ρεαλιστική

άποψη για τη λογοκρισία. Ο συγγραφέας εξήγησε ότι ενώ η ελευθερία των μέσων ενημέρωσης είναι μεγαλύτερη σήμερα από ό,τι πριν από πέντε χρόνια, το να είσαι δημοσιογράφος στην Κίνα είναι σαν να "χορεύεις με αλυσίδες". Αυτό δεν σημαίνει ότι οι Κινέζοι δημοσιογράφοι δεν δοκιμάζουν τα επίσημα όρια (Tsang & Kolk, 2010). Οι αγορές ειδησεογραφικών μέσων ενημέρωσης που βρίσκονται μακριά από το Πεκίνο είναι πιο τολμηρές στο να ξεπερνούν τα όρια στο ρεπορτάζ - π.χ., το Southern Weekly στην Γκουανγκζού συχνά γίνεται η ίδια είδηση για τη δημοσίευση ιστοριών που ξεπερνούν την αόρατη γραμμή. Περιστασιακά, μεμονωμένοι δημοσιογράφοι νιώθουν πιο ελεύθεροι στο να εκφραστούν, αφού ακόμα και η Sun ήξερε να περιορίσει για λίγο τα ρεπορτάζ της (Tsang & Kolk, 2010).

Όπως και οι άλλοι ασιατικοί γείτονές της, τα μέσα ενημέρωσης στην Κίνα έχουν υποστεί σταδιακές αλλαγές ως απάντηση στις δυνάμεις της αγοράς. Οι Κινέζοι δημοσιογράφοι είναι πράγματι αισιόδοξοι ότι η μεγαλύτερη οικονομική επιτυχία θα μεταφραστεί σε μεγαλύτερη ελευθερία του Τύπου. Ο Jim Detjen ανέφερε δύο δημοσιογράφους από το Πανεπιστήμιο Qinghua οι οποίοι υποστηρίζουν ότι "η αγοραιοποίηση των ειδήσεων στην Κίνα έχει μετατρέψει τον ρόλο της ειδησεογραφίας ως εργαλείο πολιτικής προπαγάνδας σε εκείνον της εκβιομηχάνισης και της εκλαΐκευσης. Οι οικονομολόγοι και οι δημοσιογράφοι είναι της ίδιας άποψης ότι κάθε ειδησεογραφικός οργανισμός θα ξεπλυθεί αν η ειδησεογραφική του κάλυψη δεν ανταποκρίνεται στο γούστο του κοινού". Με άλλα λόγια, αν δημοσιογράφοι όπως ο Sun Yanjun μπορούν να κρατήσουν το ενδιαφέρον του κινεζικού κοινού για περιβαλλοντικά θέματα, η πράσινη δημοσιογραφία στην Κίνα είναι πιθανό να αναπτυχθεί (Tsang & Kolk, 2010).

3.2.2 Μαλαισία

Τα ΜΜΕ της Μαλαισίας ενδιαφέρονται περισσότερο για θέματα περιβαλλοντικών προβλημάτων, ενώ οι ΜΚΟ επικεντρώνονταν περισσότερο σε θέματα περιβαλλοντικών προσπαθειών. Επιπλέον, η μελέτη διαπίστωσε επίσης ότι τα μέσα ενημέρωσης χρησιμοποιούσαν την επικαιρότητα, την εγγύτητα και τον αντίκτυπο ως βασικά κριτήρια για την επιλογή των περιβαλλοντικών πληροφοριών προς δημοσίευση. Άλλοι σχετικοί παράγοντες που επηρέαζαν την επιλογή περιβαλλοντικών πληροφοριών για δημοσίευση, όπως το υπόβαθρο των εκδοτών, έχουν ήδη συζητηθεί από προηγούμενους ερευνητές. Η μελέτη δείχνει ότι τα ΜΜΕ της Μαλαισίας είχαν σημειώσει μικρή πρόοδο στην αναφορά περιβαλλοντικών ειδήσεων και, κατά τη στιγμή της έρευνας, εξακολουθούσαν να είναι δέσμια της παράδοσης των κακών ειδήσεων ως καλών ειδήσεων. Λιγότερο από το 10 τοις εκατό όλων των περιβαλλοντικών άρθρων αυτής της μελέτης έλαβαν κάλυψη στην πρώτη σελίδα (Audit Bureau of Circulation Malaysia) (ABCM, 2012). Η μελέτη περιορίστηκε στις περιβαλλοντικές πληροφορίες που ήταν διαθέσιμες στην έντυπη έκδοση των μαλαισιανών εφημερίδων και των ενημερωτικών δελτίων. Λαμβάνοντας υπόψη τη δύναμη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των δικτυακών τόπων στην ταχεία παράδοση περιβαλλοντικών πληροφοριών χωρίς γεωγραφικά όρια, προτείνεται στους μελλοντικούς ερευνητές να αναλύσουν τις περιβαλλοντικές πληροφορίες στους δικτυακούς τόπους κοινωνικής δικτύωσης των μαλαισιανών μέσων ενημέρωσης, όπως οι λογαριασμοί τους στο Facebook ή στο Twitter, καθώς και στους δικτυακούς τόπους τους. Οι Jauhariatul και Jamilah (2011), για παράδειγμα, διαπίστωσαν ότι οργανισμοί, όπως το Ινστιτούτο Κοινωνικοοικονομικών και Περιβαλλοντικών Ερευνών προτιμούσαν επίσης να επικοινωνούν περιβαλλοντικά μηνύματα που σχετίζονται με την αποστολή και το όραμα του οργανισμού τους μέσω του Facebook. Αν και οι λειτουργίες των κοινωνικών

μέσων, των ιστοτόπων και των παραδοσιακών μέσων είναι σαφώς διαφορετικές, θα ήταν χρήσιμο να συγκρίνουμε και να εξηγήσουμε τις λειτουργικές διαφορές και ομοιότητές τους.

3.2.3 Ινδονησία

Στη μελέτη του Parahita (2017) αποδεικνύεται ότι οι προκλήσεις των περιβαλλοντικών δημοσιογράφων φαίνεται να προέρχονται κυρίως από πολλές κατευθύνσεις, όπως ατομικές, ουσιαστικές, εξωτερικές και εσωτερικές προκλήσεις. Υπάρχουν ορισμένες αντιλήψεις που προέρχονται από τους δημοσιογράφους που συμμετείχαν στην έρευνα και πρέπει να υπογραμμιστούν. Οι περισσότεροι περιβαλλοντικοί δημοσιογράφοι συμφωνούν ότι οι δεξιότητες των περιβαλλοντικών δημοσιογράφων της Ινδονησίας είναι χαμηλές. Ταυτόχρονα, αντιλαμβάνονται επίσης ότι οι περιβαλλοντικές ειδήσεις είναι πολύπλοκες. Ο συνδυασμός και των δύο προκλήσεων κάνει φυσικά τη δημοσιογραφική εργασία να φαίνεται πιο περίπλοκη. Ο IGG Maha Adi (Equatorial.com) παραδέχτηκε ότι χωρίς επαρκείς δεξιότητες, τα περιβαλλοντικά θέματα που είναι εγγενώς πολύπλοκα θα γίνουν πιο δύσκολα για τους δημοσιογράφους (Ambardi, Parahita, Lindawati, Sukarno & Aprillia, 2014). Διαφορετικά από ορισμένες ακαδημαϊκές απόψεις που διαμορφώνονται σχετικά με το ότι η αντικειμενικότητα δεν μπορεί να εφαρμοστεί στην περιβαλλοντική δημοσιογραφία, όλοι οι δημοσιογράφοι που συμμετείχαν στην έρευνα πιστεύουν ότι η αντικειμενικότητα πρέπει να κατανοηθεί στην περιβαλλοντική δημοσιογραφία.

Οι εξωτερικές προκλήσεις που διερευνήθηκαν αποτελούνται από κυβερνητικούς φορείς, μη κυβερνητικές οργανώσεις, βιομηχανίες, κοινότητες/κοινωνίες και ομάδες εμπειρογνομόνων. Σε γενικές γραμμές, οι δημοσιογράφοι που συμμετείχαν στην έρευνα

συμφωνούν ότι οι βιομηχανικοί τομείς συμβάλλουν περισσότερο στον αριθμό των προκλήσεων, όπως κι ότι η βιομηχανία δεν ανοίγει στους δημοσιογράφους την πρόσβαση στα δεδομένα των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Οι δημοσιογράφοι θεωρούν επίσης ως άλλη πρόκληση την απροθυμία της βιομηχανίας να δώσει πρόσβαση στους δημοσιογράφους στις περιοχές που επηρεάζονται από τις επιπτώσεις της. Οι δημοσιογράφοι θεωρούν επίσης ότι η βιομηχανία μπορεί να απειλήσει τα μέσα ενημέρωσης σχετικά με το περιεχόμενο της έκθεσής της. Οι αμοιβαίες σχέσεις μεταξύ των μέσων ενημέρωσης και της βιομηχανίας αποτελούν επίσης πρόκληση για τους δημοσιογράφους. Παρόλο που υπάρχει τείχος προστασίας μεταξύ της σύνταξης και της διαφήμισης στα μέσα ενημέρωσης, στην πραγματικότητα, οι επικρίσεις των μέσων ενημέρωσης προς τη βιομηχανία δεν μπορούν να ληφθούν εύκολα από τη βιομηχανία σύμφωνα με τον IGG Maha Adi (Surjadi, 2008).

Από την άλλη πλευρά, η ομάδα εμπειρογνομόνων, οι κυβερνητικοί φορείς, οι μη κυβερνητικές οργανώσεις και θεωρούνται από τους δημοσιογράφους πιο συνεργάσιμοι στην ανταλλαγή πληροφοριών από ό,τι η βιομηχανία. Ωστόσο, αυτό συνοδεύεται και από ορισμένες επισημάνσεις. Οι μισοί από τους δημοσιογράφους που συμμετείχαν στην έρευνα θεωρούν ότι ο αριθμός των εμπειρογνομόνων σε περιβαλλοντικά θέματα είναι περιορισμένος. Σχετικά με το θέμα αυτό, ο Marwan Azis δήλωσε ότι στην πραγματικότητα υπάρχουν πολλοί τοπικοί ακαδημαϊκοί και ερευνητές που είναι διαθέσιμοι να δώσουν τις δηλώσεις στους δημοσιογράφους. Ωστόσο, οι δημοσιογράφοι δεν αφιερώνουν πάντα περισσότερο χρόνο για να εντοπίσουν τον υπάρχοντα εμπειρογνώμονα στα πανεπιστήμια ή στους ερευνητικούς φορείς (McCluskey, 2008). Οι ΜΚΟ θεωρούνται ότι παρέχουν στους δημοσιογράφους πιο ανοικτή πρόσβαση στα δεδομένα της. Αυτό φαίνεται κατανοητό, αφού οι ΜΚΟ στον τομέα της προστασίας του

περιβάλλοντος χρειάζονται τους δημοσιογράφους για να επικοινωνούν τα μηνύματά τους. Δεδομένου ότι υπάρχουν στενές αμοιβαίες ανάγκες μεταξύ ΜΚΟ και περιβαλλοντικών δημοσιογράφων, φαίνεται πολύ λογικό και φυσικό για τους δημοσιογράφους να ζητούν από τις ΜΚΟ να εμπλέξουν τους δημοσιογράφους στον περιβαλλοντικό επικοινωνιακό σχεδιασμό τους. Η πρώην επικεφαλής της SIEJ IGG Maha Adi ανέφερε την ιδέα στη συνέντευξη. Είπε ότι οι ΜΚΟ θα πρέπει να τους εμπλέκουν στον περιβαλλοντικό επικοινωνιακό σχεδιασμό τους, καθώς η συνεργασία μπορεί να εξυπηρετήσει την αποστολή των ΜΚΟ καλύτερα απ' ό,τι χωρίς αυτήν. Αν και ο κυβερνητικός φορέας μπορεί να μην έχει γίνει πρόκληση, οι ερωτηθέντες περιβαλλοντικοί δημοσιογράφοι συμφωνούν ως επί το πλείστον ότι η επιβολή του νόμου και η ρύθμιση εξακολουθούν να είναι αδύναμες.

3.3 Ωκεανία

3.3.1 Αυστραλία

Υπάρχει πλέον ένας μεγάλος, και ακόμη αυξανόμενος, διεθνής όγκος εργασίας που διερευνά την κάλυψη της κλιματικής αλλαγής από τα μέσα ενημέρωσης (Boykoff & Boykoff, 2004; Oreskes & Conway, 2010; Bacon, 2011; Boykoff, 2011; Chubb & Bacon, 2012; Lester & Hutchins, 2013; Chubb, 2014; Hackett et al., 2017). Ο Boykoff εντόπισε και χαρακτήρισε την "ισορροπία ως προκατάληψη" (2004) δείχνοντας ότι πολλοί δημοσιογράφοι, ενώ προσπαθούσαν για τον επαγγελματικό στόχο της αντικειμενικότητας, διαμόρφωναν την ανθρωπογενή κλιματική αλλαγή ως ένα θέμα που εξακολουθεί να αποτελεί αντικείμενο επιστημονικού διαλόγου και συχνά έπαιρναν συνεντεύξεις από έναν επιστήμονα που υποστήριζε την επιστήμη και από έναν που ήταν

αντίθετος, παρουσιάζοντας το ως ένα επιχείρημα 50/50, ενώ στην πραγματικότητα για περισσότερο από μια δεκαετία υπήρχε συναίνεση 97% μεταξύ των επιστημόνων του κλίματος ότι η ανθρωπογενής κλιματική αλλαγή όντως συμβαίνει (Oreskes & Conway, 2010).

Οι μελέτες περιπτώσεων περιβαλλοντικών συγκρούσεων στα μέσα ενημέρωσης των Lester και Hutchins (2013) τοποθέτησαν τη σύγκρουση και την επικοινωνία της κλιματικής αλλαγής στην τοπική και την παγκόσμια προοπτική με ιδιαίτερη έμφαση στο ρόλο που διαδραματίζουν τα νέα δικτυακά μέσα ενημέρωσης και ο ακτιβισμός. Ο Chubb (2014) κατέγραψε και σκιαγράφησε με καταστροφικές λεπτομέρειες τις ελπίδες για ουσιαστική δράση για την στην Αυστραλία μετά τις ομοσπονδιακές εκλογές του 2007 και πώς οι παρεμβάσεις των ομάδων λόμπι ορυκτών καυσίμων εκτροχίασαν τη διαδικασία χάραξης πολιτικής, οδηγώντας στην τελική μερική κατάρρευση της αυστραλιανής πολιτικής για την κλιματική αλλαγή το 2014. Μετά το πρωτοποριακό έργο των Boykoff και Oreskes, μελέτες σε όλο τον κόσμο (για παράδειγμα, Eide et al, 2010; 2012, Kunelius et al, 2017) διαπίστωσαν ότι το κύριο ζήτημα δεν ήταν η ποσότητα των ιστοριών που αναφέρονταν στην κλιματική αλλαγή, το ζήτημα ήταν ο τρόπος με τον οποίο αναφερόταν η κλιματική αλλαγή, του οποίου το παραπάνω παράδειγμα της ισορροπίας ως προκατάληψης αποτελεί ισχυρό παράδειγμα. Στην περίπτωση της Αυστραλίας (η οποία ισχύει επίσης σε παγκόσμιο επίπεδο). Οι Hackett κ.ά. (2017) εντόπισαν μεγαλύτερη ανάγκη για τη δημοσιογραφία να αναφερθεί στην προσαρμογή στην κλιματική κρίση και να λειτουργήσει ως γεφυροποιός μεταξύ των διαφόρων παρατάξεων στους πολέμους για την κλιματική αλλαγή που αναφέρθηκαν στην εισαγωγή. Όπως θα δούμε στο μέρος των συμπερασμάτων και της συζήτησης του παρόντος άρθρου, αν και η αναφορά στην κλιματική αλλαγή έχει αλλάξει με την πάροδο

του χρόνου στην Αυστραλία, το ζήτημα του τρόπου παραγωγής του ρεπορτάζ εξακολουθεί να αποτελεί εξέχον ζήτημα.

Το πλαίσιο στο οποίο συζητούνται τα ευρήματα του παρόντος άρθρου εντάσσεται στις μελέτες πολιτικής σε μια συγκεκριμένη υποενότητα που χαρακτηρίστηκε στη δεκαετία του 1970 ως "κακά προβλήματα πολιτικής". Η έννοια των "κακών προβλημάτων πολιτικής" παρέχει ένα ενδιαφέρον πρίσμα με το οποίο μπορεί να εξεταστεί η κάλυψη της κλιματικής αλλαγής από τα μέσα ενημέρωσης, καθώς η δημοσιοποίηση επηρεάζει την κοινή γνώμη και η πολιτική για την κλιματική αλλαγή εξαρτάται από την κατανόηση από το κοινό του επείγοντος χαρακτήρα και της έκτασης της απαιτούμενης αλλαγής, ώστε να είναι σε θέση να σχεδιάσει αποτελεσματικές πολιτικές που θα γίνουν αποδεκτές και θα αγκαλιαστούν από το κοινό (Kunelius et al, 2017). Στο παρόν άρθρο θα χρησιμοποιηθεί το πλαίσιο του κακού προβλήματος πολιτικής, για να εκτιμηθεί σε ποιο βαθμό η κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης που αναλύθηκε συμβάλλει στην αποκλιμάκωση του κακού προβλήματος πολιτικής ή αν τα μέσα ενημέρωσης συμβάλλουν στο να γίνει ακόμη πιο δύσκολη η επίλυση των ζητημάτων πολιτικής για την κλιματική αλλαγή.

Ένας σημαντικός περιορισμός της παρούσας μελέτης είναι ότι τα ευρήματα δεν μπορούν να γενικευτούν σε όλο το φάσμα των μέσων ενημέρωσης στην Αυστραλία, καθώς αναλύθηκαν μόνο δύο μέσα ενημέρωσης. Τούτου λεχθέντος, τα δύο δημοσιεύματα απέχουν πολύ μεταξύ τους στη συνέχεια της αναφοράς για την κλιματική αλλαγή στην Αυστραλία και ως εκ τούτου είναι αντιπροσωπευτικά του τρόπου με τον οποίο έχει γίνει αναφορά στην κλιματική αλλαγή στην Αυστραλία κατά τα τελευταία δέκα χρόνια στα κύρια μέσα ενημέρωσης (Kunelius et al, 2017). Τα ευρήματα δεν έχουν εφαρμογή σε εξειδικευμένα μέσα ενημέρωσης που εστιάζουν, για παράδειγμα, στην οικονομία της

κλιματικής αλλαγής ή στην περιβαλλοντική ενημέρωση γενικότερα. Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι η DT ανήκει στην News Corp Australia, η οποία την τελευταία δεκαετία εστίασε τα ρεπορτάζ της σε μεγάλο βαθμό στον σκεπτικισμό της κλιματικής αλλαγής. Η εταιρεία ελέγχει το 60% της αυστραλιανής αγοράς εφημερίδων. Η SMH ανήκει στον δεύτερο μεγαλύτερο, αλλά πολύ μικρότερο ιδιοκτήτη μέσων ενημέρωσης, την Fairfax Media Limited. Μελέτες δείχνουν ότι οι εκδόσεις της News Corp διεθνώς αφιερώνουν επίσης μεγάλο εκδοτικό χώρο στον σκεπτικισμό για την κλιματική αλλαγή (McKnight, 2012).

Η παρακμή του λόμπι των σκεπτικιστών της κλιματικής αλλαγής επιβεβαιώθηκε έντονα στις συνεντεύξεις των δημοσιογράφων. Ωστόσο, το σημαντικότερο εύρημα ήταν ότι οι νέες και αυξανόμενες συμμαχίες μεταξύ περιβαλλοντικών ομάδων, ΜΚΟ και επιχειρήσεων και κεφαλαιούχων επιχειρηματικών συμμετοχών αποτελούν πλέον τις πιο ισχυρές δυνάμεις για ταχεία αλλαγή και δράση για την κλιματική αλλαγή (McKnight, 2012). Ήταν επίσης ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι οι συνεντευξιαζόμενοι έδωσαν υψηλούς βαθμούς στους Αυστραλούς διπλωμάτες και δημόσιους υπαλλήλους, ενώ εντυπωσιάστηκαν λιγότερο από τους Αυστραλούς υπουργούς. Ένα τρίτο σημαντικό συμπέρασμα από τις συνεντεύξεις ήταν η σημασία που έδιναν οι δημοσιογράφοι στην ποικιλομορφία των πηγών, με ιδιαίτερη έμφαση στην εξεύρεση και καλλιέργεια μη αυστραλιανών πηγών. Ίσως είχαν διδαχθεί από την κάλυψη της Κοπεγχάγης, όπου τα ρεπορτάζ κυριαρχούνταν από εγχώριες αυστραλιανές πολιτικές πηγές.

Μια πιθανή οδός για την αντιμετώπιση των κακών προβλημάτων είναι μια ολιστική προσέγγιση, όπου ο διάλογος μεταξύ των ενδιαφερομένων είναι ζωτικής σημασίας. Ένας ζωτικός ενδιαφερόμενος στην πολιτική για την κλιματική αλλαγή είναι το κοινό/οι πολίτες. Η κύρια πρόκληση σε κάθε διάλογο με το κοινό είναι ότι δεν υπάρχει ένα άτομο

ή μια οντότητα που να εκπροσωπεί το κοινό. Δεδομένης αυτής της πρόκλησης, ο ρόλος των μέσων ενημέρωσης και της δημοσιογραφίας που ενημερώνουν τους πολίτες με τεκμηριωμένο τρόπο καθίσταται κρίσιμος. Όσο πιο διχασμένο ή συγκεχυμένο είναι το κοινό σχετικά με το θέμα, τόσο πιο δύσκολη γίνεται η διαδικασία του διαλόγου. Με βάση αυτή την ανάλυση, σε αυτό το σημείο η αναφορά των σκεπτικιστών της κλιματικής αλλαγής έχει προκαλέσει τη μεγαλύτερη ζημιά, διακινώντας αμφιβολίες και αμφισβητώντας την επιστήμη του κλίματος με ελάχιστη ή καθόλου έγκυρη βάση για την αμφισβήτηση. Αυτή η διαδικασία έχει διερευνηθεί με εύγλωττο τρόπο σε βάθος και μερικοί από τους παγκόσμιους ισχυρούς παράγοντες που διαδίδουν παραπληροφόρηση έχουν εκτεθεί στο θεμελιώδες έργο των Oreskes και Conway (2010) "Merchants of Doubt". Η παραπληροφόρηση και ενίοτε τα αποκάλυπτα ψέματα σχετικά με την επιστήμη του κλίματος δυσκόλεψαν ακόμη περισσότερο τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής να ασχοληθούν με έναν ήδη βαθιά περίπλοκο τομέα. Εν κατακλείδι, το SMH αύξησε το βάθος της πληροφόρησης και τους πόρους που δαπανήθηκαν για την περιγραφή και την εξήγηση της κλιματικής αλλαγής και συνέβαλε στην εκτόνωση και ενδεχομένως στο να καταστήσει την κλιματική αλλαγή ένα λιγότερο κακό πολιτικό πρόβλημα. Σε σύγκριση με την COP15, η κάλυψη της COP21 από το DT ήταν πιο ουδέτερη (εκτός από τη στήλη και τα άρθρα γνώμης). Αυτό εξηγείται εν μέρει από το γεγονός ότι η πλειονότητα των άρθρων που δημοσίευσε η DT παρήχθησαν από διεθνή ειδησεογραφικά πρακτορεία. Συνολικά, όμως, η κάλυψη της DT δεν βοήθησε πολύ στην εκτόνωση της κακίας του πολιτικού προβλήματος της κλιματικής αλλαγής (Tsang & Kolk, 2010).

Υπάρχει λόγος να είμαστε συγκρατημένα αισιόδοξοι ότι η συμφωνία του Παρισιού αποτέλεσε το σημείο καμπής για ουσιαστική δράση για την κλιματική αλλαγή σε

παγκόσμιο επίπεδο. Το ερώτημα είναι βέβαια αν είναι πολύ λίγο και πολύ αργά. Οι δημοσκοπήσεις στην Αυστραλία μετά τη συμφωνία του Παρισιού του 2015 δείχνουν σταθερή αύξηση της υποστήριξης για βαθιές περικοπές στις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου. Μια δημοσκόπηση του Ινστιτούτου Lowy το 2017 έδειξε ότι το 57% των Αυστραλών θεωρεί την κλιματική αλλαγή ως σοβαρή απειλή για τα ζωτικά συμφέροντα της Αυστραλίας τα επόμενα δέκα χρόνια. Επιπλέον, το 27% θεωρεί την κλιματική αλλαγή ως ζωτική αλλά όχι κρίσιμη απειλή, ενώ μόνο το 13% των Αυστραλών παίρνει τη θέση ότι δεν αποτελεί καθόλου σημαντική απειλή. Αυτό τοποθετεί την κλιματική αλλαγή ως την τρίτη κατά την αντίληψη μεγαλύτερη απειλή για την Αυστραλία μετά τη διεθνή τρομοκρατία και το πυρηνικό πρόγραμμα της Βόρειας Κορέας (Oliver, 2017). Αυτό αποτελεί ένδειξη ότι η πολιτική για την κλιματική αλλαγή στην Αυστραλία μπορεί να γίνει λιγότερο κακό πρόβλημα τα επόμενα χρόνια. Τούτου λεχθέντος, η σημερινή συντηρητική κυβέρνηση συνασπισμού εξακολουθεί να είναι βαθιά διχασμένη ως προς τις λεπτομέρειες της πολιτικής για το πώς η Αυστραλία θα ανταποκριθεί στις δεσμεύσεις της στο πλαίσιο της συμφωνίας του Παρισιού. Η πρόκληση τώρα είναι η εφαρμογή της συμφωνίας και η παρακολούθηση ότι οι χώρες τηρούν τις υποσχέσεις τους. Το να λογοδοτήσουν οι χώρες και οι κυβερνήσεις τους σε σχέση με τη συμφωνία του Παρισιού και να αφηγηθούν αυτές τις ιστορίες είναι ένας τομέας όπου τα μέσα ενημέρωσης και η δημοσιογραφία θα διαδραματίσουν κρίσιμο ρόλο ως σημαντικό συμπλήρωμα του συστήματος λογοδοσίας για την κλιματική αλλαγή που βασίζεται στον ΟΗΕ.

3.3.2 Νέα Ζηλανδία

Η μελέτη των Chetty, Devadas & Fleming (2015) υπογραμμίζει αρχικά την αντίθεση της κάλυψης από τα ΜΜΕ της Νέας Ζηλανδίας με την εντυπωσιοθηρική έμφαση στις δυνητικά καταστροφικές "συνέπειες" (π.χ. μέσω της παράλειψης ή της υποβάθμισης των

αβεβαιοτήτων που περιβάλλουν ιδιαίτερα ακραίους ισχυρισμούς και προβλέψεις), η οποία έχει κυριαρχήσει στην κάλυψη της κλιματικής αλλαγής στον βρετανικό και γερμανικό Τύπο (Ereaut & Segnit, 2006; Grundmann, 2007; Kenix, 2008). Η πολυπλοκότητα των επιδράσεων πλαισίωσης σημαίνει ότι δεν είναι δυνατόν να συναχθεί με βεβαιότητα πώς οι κυρίαρχες αναπαραστάσεις των μέσων ενημέρωσης που εντοπίστηκαν στην παρούσα μελέτη θα μπορούσαν να έχουν διαμορφώσει τις στάσεις και τις αντιλήψεις του κοινού της Νέας Ζηλανδίας για την κλιματική αλλαγή. Παρ' όλα αυτά, η αβεβαιότητα και η διαμάχη που είναι πιθανό να υπονομεύσουν τη δέσμευση του κοινού και τη δράση για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, σπάνια καλύπτονται από τις εφημερίδες της Νέας Ζηλανδίας (Corbett, 2005; Lorenzoni κ.ά., 2007; Morton κ.ά., 2011). Με άλλα λόγια, δεδομένου του ρόλου που τα ειδησεογραφικά μέσα ενημέρωσης θεωρείται ότι διαδραματίζουν στη διαμόρφωση της κατανόησης και της στάσης του κοινού απέναντι σε επιστημονικά θέματα, θα μπορούσαμε να περιμένουμε ότι οι αναπαραστάσεις της κλιματικής αλλαγής που είναι εμφανείς στις εφημερίδες της Νέας Ζηλανδίας θα διευκόλυναν την κατανόηση και τη δέσμευση του κοινού για το θέμα (Bell, 1994; Nelkin, 1995; Wilson, 1995). Ορισμένες δημοσκοπήσεις και έρευνες υποδηλώνουν ότι αυτό ισχύει για ένα μέρος του πληθυσμού (π.χ. TNS Conversa, 2008; Stuart, 2009).

Παρά τη διαπίστωση αυτή, δεν υπάρχει σύνδεση μεταξύ των πτυχών της διαμόρφωσης και της παρουσίασης της κλιματικής αλλαγής στις εφημερίδες της Νέας Ζηλανδίας και των προφανώς μικτών και αμφίσημων στάσεων και αντιλήψεων του κοινού (ShapeNZ, 2007). Μια ερμηνεία αυτού του γεγονότος θα μπορούσε να είναι ότι τα κυρίαρχα πλαίσια στην κάλυψη της κλιματικής αλλαγής από τις νεοζηλανδικές εφημερίδες έχουν πολύ διαφορετική απήχηση στους διάφορους Νεοζηλανδούς. Πράγματι, τα ακροατήρια δεν

απορροφούν ή υιοθετούν απλώς τα πλαίσια που τους παρουσιάζονται, και μακριά από ένα υποδόριο μοντέλο των επιδράσεων των μέσων ενημέρωσης, ο τρόπος με τον οποίο τα πλαίσια ερμηνεύονται από τα άτομα μέσα σε διαφορετικά πολιτικά, οικονομικά ή κοινωνικά πλαίσια μπορεί να διαφέρει σημαντικά (Gamson & Modigliani, 1989; Entman, 1993; Takahashi, 2011). Οι ερμηνείες των πλαισίων Πολιτικής και Οικονομικής Ανταγωνιστικότητας, για παράδειγμα, θα μπορούσαν να διαφέρουν σημαντικά ανάλογα με την εμπιστοσύνη του αναγνώστη στην οικονομική νοημοσύνη της τρέχουσας κυβέρνησης ή τον κλάδο στον οποίο ανήκει, αντανακλώντας με τη σειρά του την προτεραιότητα που δίνεται στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής.

Υπάρχει επίσης η πιθανότητα η διαμόρφωση των επικοινωνιών για την κλιματική αλλαγή σε άλλα κανάλια των μέσων ενημέρωσης να έχει συμβάλει σε αυτές τις αμφιλεγόμενες πεποιθήσεις και στάσεις. Καθώς οι ειδήσεις σήμερα καταναλώνονται όλο και περισσότερο σε μια σειρά από μορφές και κανάλια, οι αναλύσεις που καλύπτουν αυτές τις μορφές θα μπορούσαν να συμβάλουν στην πληρέστερη κατανόηση του συνόλου των πλαισίων με τα οποία το κοινό ασχολείται σχετικά με την κλιματική αλλαγή και άλλα θέματα (Rosenstiel et al., 2014).

Σε συνδυασμό με ευαίσθητες αναλύσεις των στάσεων και των αξιών του κοινού, σε συνδυασμό με μια λεπτή κατανόηση της χρήσης των μέσων ενημέρωσης μεταξύ συγκεκριμένων τμημάτων του κοινού, οι γνώσεις αυτές θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη βελτιωμένων, στοχευμένων στρατηγικών επικοινωνίας για την εμπλοκή του κοινού στην κλιματική αλλαγή και σε παρόμοια επιστημονικά θέματα. Με τον τρόπο αυτό, οι στρατηγικές αυτές θα μπορούσαν ίσως να βοηθήσουν στη διευκόλυνση των προσπαθειών για την τόνωση της πίεσης από κάτω προς τα πάνω για την υιοθέτηση

ουσιαστικών εθνικών και διεθνών μέτρων για τον μετριασμό της απειλής της κλιματικής αλλαγής (Lacy, Riffe & Varouhakis, 2007).

Η τοπική οργανωτική εστίαση αντικατοπτρίστηκε σε σχετικά καλή κάλυψη από τα τοπικά ειδησεογραφικά μέσα ενημέρωσης, ενώ το επίπεδο κάλυψης από τα μητροπολιτικά ή εθνικά μέσα ενημέρωσης και για τις δύο εκστρατείες ήταν σχετικά περιορισμένο. Οι καμπάνιες εξέφρασαν μερικές φορές την απογοήτευσή τους για τον κυνισμό των μητροπολιτικών και εθνικών δημοσιογράφων και συντακτών, οι οποίοι έδιναν προτεραιότητα στις συγκρούσεις και στην παρουσία διασημοτήτων κατά την κρίση τους σχετικά με την επικαιρότητα. Η κάλυψη των εκστρατειών από τα τοπικά ειδησεογραφικά μέσα ενημέρωσης έγινε κυρίως ως ρεπορτάζ στα έντυπα μέσα ενημέρωσης, υποστηρίζοντας πρόσφατες έρευνες σχετικά με τις γεωγραφικές εστίες των περιβαλλοντικών ειδήσεων από τα διάφορα είδη μέσων ενημέρωσης, με τις εφημερίδες να αποτελούν την προτιμώμενη πηγή για τις τοπικές περιβαλλοντικές ειδήσεις (Riffe & Reimold, 2008). Η εκστρατεία 350.org χαρακτηρίστηκε από μεταβλητότητα στην τηλεοπτική ειδησεογραφία σε εθνικό επίπεδο, και οι απαντήσεις των διοργανωτών της εκστρατείας καθώς και των δημοσιογράφων υποδηλώνουν ότι η ανταπόκριση των μεμονωμένων δημοσιογράφων μπορεί να αποτελέσει παράγοντα στην κάλυψη των γεγονότων. Θα πρέπει να δοθεί προσοχή σε μια τέτοια κρίση: η εκστρατεία 350.org ήταν μια ενιαία εκστρατεία, και υπήρξε ομοιομορφία στην εθνική τηλεοπτική ανταπόκριση στην εκστρατεία Wild Rivers, και ομοιομορφία επίσης στο ρεπορτάζ των τοπικών εφημερίδων και για τις δύο εκστρατείες. Παρ' όλα αυτά, η ανάλυση και των δύο εκστρατειών υποδηλώνει ότι οι ισχυρισμοί σχετικά με την τυποποίηση των ειδήσεων πρέπει να εξισορροπηθούν με την εκτίμηση των προσωπικών σχέσεων με μεμονωμένους δημοσιογράφους ως παράγοντα προσέλκυσης της προσοχής των ειδησεογραφικών

μέσων, ιδίως στο επίπεδο των τοπικών ειδησεογραφικών μέσων. Οι γενικά αρμονικές και παραγωγικές σχέσεις μεταξύ των αγωνιστών και των δημοσιογράφων που παρουσιάστηκαν στις εκστρατείες 350.org και Wild Rivers διευκολύνθηκαν εν μέρει από την έλλειψη άμεσων πολιτικών ή κοινοτικών συγκρούσεων και στις δύο εκστρατείες. Μεγάλο μέρος της ιστορίας του περιβαλλοντικού ρεπορτάζ έχει επικεντρωθεί σε δραστηριότητες διαμαρτυρίας ή στις δυσκολίες μετάφρασης της επιστημονικής διαδικασίας και της γνώσης, όπως και οι προσεγγίσεις αυτές έχουν ενσωματώσει εκτιμήσεις σχετικά με τον ρόλο του πρωτογενούς ορισμού και την ιεράρχηση των πηγών (Allan, Adam & Carter, 2000; Manning et al, 2014; Smith & Rodger, 2009).

Οι εκστρατείες που αναλύθηκαν εδώ οργανώθηκαν κυρίως ως εκδηλώσεις κινητοποίησης και εκπαίδευσης της κοινότητας και, ως εκ τούτου, το περιβάλλον παρουσιάστηκε όχι τόσο ως τόπος πολιτικού αγώνα αλλά περισσότερο ως τόπος γιορτής, διασκέδασης και σχηματισμού κοινότητας, καθώς και σχηματισμού συνασπισμού περιβαλλοντικών ομάδων. Φυσικά, και οι δύο εκστρατείες προκύπτουν βασικά από πολιτικές συγκρούσεις και αγώνες - η παγκόσμια κλιματική αλλαγή και οι συνομιλίες της Κοπεγχάγης, καθώς και οι πιθανές απειλές της υδρογονανθράκων - αλλά και οι δύο εκστρατείες δεν αντιμετώπισαν άμεση πολιτική αντιπαράθεση. Ως εκ τούτου, και οι δύο εκστρατείες, που επιδιώκουν να κινητοποιήσουν τη συμμετοχή και τη γνώμη του κοινού, θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως πρώιμα στάδια σε μια αφήγηση εκστρατειών που τελικά θα εμπλακούν σε σύγκρουση: διαμαρτυρία πιο άμεσα κατά της ασθενέστερης νομοθεσίας για την κλιματική αλλαγή ή κατά του φράγματος ενός ποταμού από μια εταιρεία ηλεκτρικής ενέργειας. Υπό αυτή την έννοια, θα ήταν ίσως σκόπιμο να σημειωθούν οι διαφορετικοί ρόλοι των περιβαλλοντικών ομάδων όσον αφορά το ρόλο τους σε σχέση με

την κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης στα διάφορα στάδια μιας περιβαλλοντικής εκστρατείας (Hansen, 2007).

Πιο συγκεκριμένα, η παρούσα μελέτη κατέδειξε τη σημασία μιας αναδυόμενης τάσης που πιστεύω ότι είναι η διαμόρφωση του περιβάλλοντος μέσα από την προοπτική του τρόπου ζωής της τοπικής κοινότητας και, ως εκ τούτου, υπάρχει ανάγκη να δοθεί μεγαλύτερη προσοχή στη δημοσιογραφική παρουσίαση του περιβάλλοντος μέσα από "μαλακά" ειδησεογραφικά θέματα. Σε αυτές τις δύο εκστρατείες, η παρουσίαση του περιβάλλοντος ως τόπων όπου η κοινότητα μπορεί να συγκεντρωθεί και να γιορτάσει ήταν μια σημαντική διαμόρφωση του περιβάλλοντος. Η διαμόρφωση αυτή προήλθε αρχικά από τον πρωταρχικό στόχο της συμμετοχής του κοινού, υπογραμμίζοντας τη σημασία της ενσάρκωσης στον περιβαλλοντισμό (Carolan, 2009). Η κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης ήταν ένας σημαντικός αλλά δευτερεύων στόχος και στις δύο αυτές εκστρατείες, και υπό αυτή την έννοια εξηγεί εν μέρει τη δυσκολία που είχαν μερικές φορές οι εκστρατείες να προσελκύσουν το δημοσιογραφικό ενδιαφέρον. Είναι σημαντικό, ωστόσο, όταν υπήρξε κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης, η θετική παρουσίαση του περιβάλλοντος από τα μέσα ενημέρωσης ως τόπου γιορτής, διασκέδασης και σχηματισμού κοινότητας παρείχε μια ισχυρή και ελκυστική εικόνα που ήταν επωφελής και για τις δύο εκστρατείες.

3.4 Ευρώπη

Η τρέχουσα έκτακτη κλιματική ανάγκη ωθεί τους φορείς που σχετίζονται με το περιβάλλον να αναπτύξουν καινοτόμους τρόπους ενεργού εμπλοκής της κοινωνίας των πολιτών με την κλιματική αλλαγή (Anaafu, 2019) και, ως εκ τούτου, να προκαλέσουν μια

βιώσιμη μεταβολή της συμπεριφοράς των ατόμων. Αναμφίβολα, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης συμβάλλουν καθοριστικά στη διαμόρφωση των αντιλήψεων, των στάσεων και της δράσης του κοινού όσον αφορά τα περιβαλλοντικά ζητήματα (Fox & Rau, 2017; Spence & Pidgeon, 2010). Πράγματι, τα μέσα ενημέρωσης θεωρούνται διαμεσολαβητής μεταξύ της παραγόμενης κλιματικής επιστήμης και της λαϊκής γνώσης και, ως εκ τούτου, καλούνται πλέον να βελτιώσουν την επικοινωνία τους για την κλιματική αλλαγή, προκειμένου να προωθήσουν τη δράση των ατόμων για το κλίμα (Areia, Intrigliolo, Tavares, Mendes & Sequeira, 2019: 291–300). Ωστόσο, μέχρι σήμερα, τα μέσα ενημέρωσης φαίνεται να μην καταφέρνουν να εκπαιδεύσουν σωστά και να εμπλέξουν τους πολίτες με την κλιματική αλλαγή (Romps & Retzinger, 2019), συμβάλλοντας έτσι στην κλιματική αδράνεια της κοινωνίας.

Ως εκ τούτου, υπάρχουν σημαντικές αδυναμίες στην επικοινωνία των μέσων ενημέρωσης για την κλιματική αλλαγή σε πέντε ευρωπαϊκές χώρες, για να συζητήσει περαιτέρω πιθανές στρατηγικές για την αντιμετώπιση της πραγματικής αναποτελεσματικής επικοινωνιακής πρακτικής. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης εξακολουθούν να τείνουν να προκρίνουν μια αφήγηση περιβαλλοντικής υπερμετρωπίας (Uzzell, 2000: 307–318; García-Mira, 2005: 5–10), αναφέροντας την κλιματική αλλαγή ως ένα χωρικά και χρονικά μακρινό ζήτημα, το οποίο είναι πιθανότερο να συμβεί στο απώτερο μέλλον (π.χ. σε 10 έως 50 χρόνια) και στις πιο ευάλωτες χώρες ή/και κοινότητες (π.χ. αφρικανικές χώρες, νησιά του Ειρηνικού). Ορισμένα παραδείγματα που βρέθηκαν στα άρθρα των ειδήσεων που αναλύθηκαν αφορούν την παγκόσμια έλλειψη νερού που αναμένεται μέχρι το 2050, η οποία είναι πιθανότερο να επηρεάσει τη Νότια Αμερική, την Αφρική και την Αυστραλία (UN, 2018)- την αναμενόμενη προσφυγική κρίση λόγω του κλίματος που αναμένεται για την επόμενη δεκαετία, η οποία είναι πιθανότερο να

επηρεάσει τη Μέση Ανατολή και τη Βόρεια Αφρική (EJF., 2017)- ή την προειδοποίηση των παγκόσμιων επιστημόνων του 2017 προς την ανθρωπότητα (Ripple, Wolf, Newsome, Galetti, Alamgir, Crist, Mahmoud, & Laurance, 2017: 1026–1028), στην οποία επισημαίνονται ορισμένα από τα παγκόσμια αποτελέσματα της κλιματικής αλλαγής (π.χ. αύξηση του αριθμού των νεκρών ζωνών των ωκεανών, απώλεια εκατομμυρίων στρεμμάτων δασών). Αυτές οι μορφές αναφοράς περιβαλλοντικών ζητημάτων είναι γνωστό ότι αυξάνουν την ψυχολογική απόσταση των ατόμων από την κλιματική αλλαγή (Van der Linden, Maibach & Leiserowitz, 2015: 758–763), δηλαδή την απόσταση στην οποία γίνονται αντιληπτές οι συνέπειες της κλιματικής αλλαγής, στις τέσσερις διαστάσεις της (Schuldt, Rickard & Yang, 2018: 147–153): χωρική (πιθανό να συμβεί σε μακρινές χώρες), χρονική (πιθανό να συμβεί σε μακρινό μέλλον), κοινωνική (πιθανό να συμβεί σε ανόμιους άλλους) και αβεβαιότητα (απίθανο να συμβεί στη χώρα προέλευσης των ειδήσεων). Όπως έχει καθιερωθεί στη βιβλιογραφία (Gifford, 2011: 290–302; Wang, Hurlstone, Leviston, Walker & Lawrence, 2019) η ψυχολογική απόσταση αποτελεί εμπόδιο υψίστης σημασίας για την εμπλοκή του κοινού με την κλιματική αλλαγή, υπονομεύοντας την υιοθέτηση από τα άτομα φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών και δράσεων τόσο για τον μετριασμό όσο και για την προσαρμογή στην πραγματική κλιματική κρίση (Wang, Hurlstone, Leviston, Walker & Lawrence, 2019). Από την άλλη πλευρά, σε αντίθεση με την επικοινωνιακή πρακτική των μέσων ενημέρωσης, μια αποτελεσματική μορφή επικοινωνίας της κλιματικής αλλαγής θα ήταν η ανάληψη του προβλήματος εδώ και τώρα (Chu & Yang, 2018: 174–181), διευκολύνοντας την ψυχολογική εγγύτητα με τα περιβαλλοντικά ζητήματα στα λαϊκά ακροατήρια. Όπως διαπίστωσαν πρόσφατα οι Wang κ.ά. (2019) (Wang, Hurlstone, Leviston, Walker & Lawrence, 2019), η ψυχολογική εγγύτητα στην κλιματική αλλαγή σχετίζεται στενά με

μεγαλύτερη εμπλοκή σε περιβαλλοντικά ζητήματα και, συνεπώς, με την υιοθέτηση φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών από τα άτομα. Λαμβάνοντας υπόψη αυτά τα στοιχεία, η διαμόρφωση της κλιματικής αλλαγής με τρόπους που φαίνονται σχετικοί και ψυχολογικά κοντά στα ακροατήρια θα ενίσχυε την ανάπτυξη συγκεκριμένων συναισθημάτων στο κοινό (π.χ. ανησυχία, ενοχή), τα οποία έχει αποδειχθεί ότι σχετίζονται με μεγαλύτερη εμπλοκή με την κλιματική αλλαγή, την υιοθέτηση πρακτικών μετριασμού και την υποστήριξη της περιβαλλοντικής πολιτικής (Wang, Hurlstone, Leviston, Walker & Lawrence, 2019; Chu, Yang, 2019, 41, 761–789).

Στα άρθρα των ευρωπαϊκών ειδήσεων διαπιστώθηκε ότι δόθηκε σημαντική έμφαση στα αυξημένα ποσοστά αυτοκτονιών που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή στην Ινδία (Carleton, 2017: 8746–8751)- στην πρόβλεψη για αύξηση περίπου 48% των ανθρώπινων θανάτων λόγω καύσωνα το 2100 (Mora, Dousset, Caldwell, Powell, Geronimo, Bielecki, Counsell, 2017: 501–506)- ή στην πιθανότητα μόνο 5% να επιτευχθεί η αύξηση κατά 2 °C σε σχέση με τα προβιομηχανικά επίπεδα έως το 2100, όπως ορίζεται στη συμφωνία του Παρισιού (Raftery, Zimmer, Frierson, Startz & Liu, 2017: 637–641). Αυτού του είδους τα απειλητικά μηνύματα για την κλιματική αλλαγή μπορεί να είναι επιτυχημένα στο να προκαλούν φόβο στο κοινό, ο οποίος θεωρήθηκε χρήσιμο εργαλείο παρακίνησης, καθώς ο φόβος προβλέπει δράση κινητοποίησης για την προστασία του εαυτού από τη ζημία (Lazarus, 2006). Ωστόσο, η επίδραση του φόβου, χωρίς μια συνιστώσα αποτελεσματικότητας, στην ενεργοποίηση της δράσης για το κλίμα έχει αμφισβητηθεί ευρέως από τους μελετητές (Spence & Pidgeon, 2010: 656–667). Πράγματι, οι έρευνες στον τομέα αυτό δείχνουν συνεχώς ότι τα μηνύματα που πλαισιώνουν την απώλεια/απειλή τείνουν να οδηγούν σε δυσπροσαρμοστικές αντιδράσεις του μηνύματος, όπως η ψυχολογική αντίδραση, η υποτίμηση της πηγής και

η ελαχιστοποίηση του προβλήματος (Spence & Pidgeon, 2010: 656–667; Nabi, Gustafson & Jensen, 2018: 442–468; Cho & Sands, 2011: 308–317; Morton, Rabinovich, Marshall & Bretschneider, 2011: 103–109; Quick, Kam, Morgan, 2014: 40–61). Με τη σειρά τους, αυτές οι δυσπροσαρμοστικές αντιδράσεις υπονομεύουν τη δέσμευση των ατόμων στο κλίμα (Nabi, Gustafson & Jensen, 2018: 442–468). Εναλλακτικά, οι εφημερίδες Nabi κ.ά. (2018) (Nabi, Gustafson & Jensen, 2018: 442–468) προτείνουν ότι μια μορφή επικοινωνίας που στοχεύει στην παραγωγή μιας μετατόπισης των συναισθηματικών αντιδράσεων, συγκεκριμένα μέσω του συνδυασμού αρνητικών και θετικών συναισθημάτων, θα ήταν πιο αποτελεσματική στην παρακίνηση της δράσης των ατόμων για το κλίμα. Για παράδειγμα, οι συγγραφείς ειδήσεων υποστηρίζουν ότι ο ταυτόχρονος συνδυασμός μηνυμάτων που προκαλούν φόβο και ελπίδα ενισχύει την αποτελεσματικότητα των μηνυμάτων για την κλιματική αλλαγή, θεωρώντας ότι ο φόβος (π.χ. απειλητικό αποτέλεσμα) μπορεί να είναι χρήσιμος για την ενίσχυση της ευαισθητοποίησης, ενώ η ελπίδα (π.χ. πληροφορίες για την αυτοαποτελεσματικότητα) μπορεί να είναι κατάλληλη για τη δημιουργία προληπτικών συμπεριφορών. Άλλοι συγγραφείς προτείνουν ότι τα μηνύματα που είναι επικεντρωμένα στο κέρδος και/ή στη λύση έχουν αποδειχθεί αποτελεσματικά στην ανάπτυξη θετικών στάσεων απέναντι στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και, συνεπώς, στην προώθηση της ενεργού ενασχόλησης με το πρόβλημα (Stecula, Merkley, 2019; Spence & Pidgeon, 2010: 656–667). Παρά τα στοιχεία αυτά, η αναλυθείσα κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης εξακολουθεί να προκρίνει μη ανθεκτικούς λόγους, καθώς δεν δίνει σχεδόν καθόλου έμφαση σε μηνύματα που δημιουργούν ελπίδα, σε ιστορίες επιτυχίας για το κλίμα ή εστιάζει σε συγκεκριμένες λύσεις, ιδίως σε δράσεις διαχείρισης κινδύνων και μέτρα προσαρμογής.

Όσον αφορά τους λόγους των φορέων, επαληθεύτηκε ότι στο πλαίσιο της συζήτησης για την κλιματική αλλαγή, μεγαλύτερη σημασία δίνεται κατά πολύ στους ερευνητές ($\approx 40\%$), οι οποίοι, ακολουθώντας την προαναφερθείσα τάση, είναι γενικά απόμακροι και μη ενεργητικοί. Ακολουθώντας τους λόγους των μελετητών, περισσότερα από το ένα τέταρτο των ειδησεογραφικών άρθρων που αναλύθηκαν προτάσσουν τις αφηγήσεις των φορέων χάραξης πολιτικής που, σύμφωνα με μια περαιτέρω λεπτομερή ανάλυση, κατέδειξαν συσχέτιση με τα βορειοαμερικανικά γεγονότα, ιδίως την περιβαλλοντική πολιτική του Donald Trump και την αποχώρηση των ΗΠΑ από τη Συμφωνία του Παρισιού για το κλίμα (Betsill, 2017: 189–191). Η δυσανάλογη προσοχή που δίνεται στους αντιφρονούντες ή τους σκεπτικιστές, αφήνει το κοινό ευάλωτο σε μια αυξημένη σύγχυση σχετικά με την κλιματική αλλαγή και, ως εκ τούτου, στην εκτεταμένη περιβαλλοντική αποξένωση του κοινού. Ως εκ τούτου, υποστηρίζεται ότι οι συντάκτες θα πρέπει να προσαρμόσουν τη δυσανάλογη προσοχή που δίνεται σε αυτά τα στοιχεία και στις αντικρουόμενες συζητήσεις (Petersen, Vincent & Westerling, 2019: 3502). Ωστόσο, όσον αφορά τους λόγους των φορέων και παρόμοια με τα ευρήματα προηγούμενων μελετών (Areia, Intrigliolo, Tavares, Mendes & Sequeira, 2019: 291–300), ο λόγος του γενικού κοινού/χρηστών ελάχιστα αναφέρεται στα ευρωπαϊκά μέσα ενημέρωσης. Το αποτέλεσμα αυτό ήταν, κατά κάποιο τρόπο, απροσδόκητο, δεδομένου ότι ο αντίκτυπος και η προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή πρέπει να υπερβαίνουν το επιστημονικό και πολιτικό πεδίο, καθώς μετατρέπει πραγματικότητες που προηγουμένως θεωρούνταν ιδιωτικές και απολιτικές (...) σε αμφιλεγόμενες επιλογές συλλογικής σημασίας (Carvalho, 2010: 173). Παρά τη συλλογική σημασία της κλιματικής αλλαγής, το πραγματικό πανόραμα της επικοινωνίας του προβλήματος καταδεικνύει ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης τείνουν να απορρίπτουν τους απλούς πολίτες από την πρόκληση της

κλιματικής αλλαγής, καθιστώντας την ένα αποκλειστικά θεσμοθετημένο πρόβλημα στο οποίο οι επιστημονικές, πολιτικές και τεχνολογικές αφηγήσεις έχουν σημαντικά προνομιακή θέση. Αξίζει επίσης να αναφερθεί ότι, όπως αναφέρεται στα ευρωπαϊκά μέσα ενημέρωσης, ο συν-προσδιορισμός των κοινωνικά σχετικών προβλημάτων, η συμπαραγωγή ή η συν-δημιουργία σχετικής γνώσης και η από κοινού μάθηση από τις εμπειρίες διαφορετικών φορέων (Swart, Biesbroek & Lourenço, 2014: 1–8) τείνουν να μην λαμβάνουν χώρα. Πράγματι, η κατανόηση και η αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής φαίνεται να αναπτύσσεται εντός του πεδίου γνώσης των φορέων, το οποίο μεταφράστηκε από μια μονοθεματική μορφή επικοινωνίας του κλίματος (Swart, Biesbroek & Lourenço, 2014: 1–8)- αυτό γίνεται χωρίς έμφαση στο διάλογο μεταξύ των επιμέρους τομέων εμπειρογνωμοσύνης. Για παράδειγμα, η χάραξη περιβαλλοντικής πολιτικής αναφέρθηκε ελάχιστα ως βασισμένη σε εμπειρικές γνώσεις και αντίστροφα.

Συνοψίζοντας, όσον αφορά την κλιματική αλλαγή, ο ευρωπαϊκός Τύπος χρησιμοποιεί σε μεγάλο βαθμό το πλαίσιο των απομακρυσμένων και των αποτελεσμάτων, εστιάζοντας ιδιαίτερα στις απώλειες, χωρίς να δίνει ανάλογη σημασία στις δράσεις ανθεκτικότητας, όπως η διαχείριση των κινδύνων και/ή τα μέτρα προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή. Ο ευρωπαϊκός Τύπος προκρίνει την ακαδημαϊκή συζήτηση που είναι θεμελιωδώς μελλοντικά πλαισιωμένη και μη ενεργητική. Μια λεπτομερής ανάλυση των λόγων κάθε φορέα καταδεικνύει ότι δεν υπάρχει ανταλλαγή γνώσεων μεταξύ των φορέων, αλλά προνομιακές πηγές εντός του δικού τους τομέα εμπειρογνωμοσύνης. Τέλος, ο απλός πολίτης είναι σε μεγάλο βαθμό αθέατος στην κάλυψη των ευρωπαϊκών μέσων ενημέρωσης για την κλιματική αλλαγή, αφήνοντας τη γενική κοινωνία αποκλεισμένη από τη συζήτηση για την κλιματική αλλαγή. Σε αντίθεση με την προφανή επικοινωνιακή πρακτική, υποστηρίζεται ότι η επικοινωνία των μέσων ενημέρωσης για την κλιματική

αλλαγή μπορεί να είναι πιο αποτελεσματική στην εμπλοκή των ατόμων σε περιβαλλοντικά θέματα, εάν περιορίσει την πρόκληση της κλιματικής πρόκλησης στο πλαίσιο του ακροατηρίου, καθιστώντας την κλιματική αλλαγή ένα παρόν και προσωπικά σχετικό ζήτημα. Επιπλέον, η μεγαλύτερη έμφαση σε μηνύματα που εστιάζουν στη λύση και σε ιστορίες επιτυχίας για το κλίμα μπορεί να αυξήσει την αυτοαποτελεσματικότητα των ατόμων και, συνεπώς, την προθυμία τους να δράσουν. Τέλος, η επικοινωνία μέσω των μέσων ενημέρωσης θα πρέπει να αποφεύγει τις αμφιλεγόμενες συζητήσεις, δίνοντας παράλληλα μεγαλύτερη έμφαση στον θεμελιώδη ρόλο της κοινωνίας στην προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή.

Η κάλυψη των ευρωπαϊκών μέσων ενημέρωσης για την κλιματική αλλαγή δίνει δυσανάλογα μεγάλη έμφαση σε μακρινά γεγονότα που σχετίζονται με το κλίμα, με βάση απειλητικές αφηγήσεις, χωρίς ανάλογη προσοχή στις λύσεις για την κλιματική αλλαγή. Αυτές οι μορφές αναφοράς της κλιματικής αλλαγής μπορεί να συμβάλλουν στην αποξένωση ή την αντίδραση των ατόμων όσον αφορά την κλιματική κρίση, εμποδίζοντας στην πραγματικότητα τους πολίτες να υιοθετήσουν νέες, βιώσιμες πρακτικές και να υποστηρίξουν περιβαλλοντικές πολιτικές.

3.4.1 Σκανδιναβικές χώρες

Η παγκόσμια κλιματική αλλαγή έχει αναγνωριστεί ευρέως ως η βασική περιβαλλοντική ανησυχία της αρχές του 21ου αιώνα. Σε σημαντικό βαθμό, αυτό οφείλεται στον μεγάλο όγκο της κάλυψης από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης που διαμορφώνουν το ζήτημα ως κοινωνική προτεραιότητα. Σε πολλές χώρες, η ειδησεογραφική κάλυψη της κλιματικής αλλαγής έχει αυξηθεί από το 2005, με έντονες

διακυμάνσεις (Schmidt et al., 2013). Οι σκανδιναβικές χώρες γενικά ακολούθησαν αυτό το μοτίβο, εν μέρει επειδή η ενημέρωση για το κλίμα επηρεάζεται έντονα από τις διεθνείς ειδήσεις πηγές, όπως οι διαπραγματεύσεις για την κλιματική πολιτική και οι δημοσιεύσεις σημαντικών διεθνών επιστημονικών αξιολογήσεων και άλλων ερευνών. Εστιάζοντας στη σουηδική συζήτηση για το κλίμα, οι Anshelm και Hultman (2017: 4) φτάνουν στο σημείο να υποστηρίζουν ότι: «Το έτος 2006 θα μείνει για πάντα στην ιστορία ως το έτος όταν το φαινόμενο του θερμοκηπίου αναγνωρίστηκε σε όλο τον κόσμο ως μια σημαντική κρίση στην ανθρώπινη ιστορία της ανθρωπότητας». Τονίζουν τρεις συγκεκριμένους λόγους, μεταξύ των οποίων η έκθεση Stern που παρέχει μια οικονομική εκτίμηση του κόστους της κλιματικής αλλαγής, η ταινία ντοκιμαντέρ Μια άβολη αλήθεια και η δημοσίευση της τέταρτης έκθεσης για την επιστημονική κλιματική αλλαγή από τη Διεθνή Επιτροπή για το Κλίμα Αλλαγής (IPCC).

Στις σκανδιναβικές χώρες, οι διεθνείς ειδήσεις προσαρμόζονται ή εξημερώνονται ώστε να ανταποκρίνονται με ορισμένες εθνικές αφηγήσεις και πλαισιώσεις. Για παράδειγμα, σε σύγκριση με τη Φινλανδία και τη Νορβηγία (Φιλίππου, 2020), οι ειδήσεις στον Τύπο που επικεντρώνονται στις διεθνείς συνόδους κορυφής για το κλίμα στη Δανία και τη Σουηδία έχουν έδωσαν πολύ περισσότερο χώρο στους φορείς της κοινωνίας των πολιτών (Kunelius et al, 2017). Εκτός από τις διεθνείς συνόδους κορυφής για το κλίμα και άλλα κοσμοπολίτικα θέματα ειδήσεων, υπάρχουν διάφορες εσωτερικά ζητήματα που διαμορφώνουν την ατζέντα για το κλίμα στις σκανδιναβικές χώρες. Οι καιρικές ανωμαλίες είναι ένα παράδειγμα. Η βόρεια θέση των σκανδιναβικών χωρών σημαίνει ότι αντί για ζεστό καλοκαίρι καιρού, ο ήπιος χειμώνας είναι πιο πιθανό να συνδεθεί με την κλιματική αλλαγή. Στη Φινλανδία τα υψηλότερα ποσοστά κάλυψης της κλιματικής αλλαγής από τις εφημερίδες εξηγούνται εν μέρει από τον ασυνήθιστα ήπιο και χωρίς χιόνι

χειμώνα. Τέτοιες καιρικές συνθήκες επικρατούσαν κατά τη διάρκεια μιας από τις αιχμές της φινλανδικής κάλυψης του κλίματος τον Ιανουάριο του 2007. Ο άγριος καιρός ευαισθητοποίησε τους δημοσιογράφους να αναφέρουν τους κινδύνους από την αύξηση της θερμοκρασίας του κλίματος, μαζί με άλλους παράγοντες, όπως οι διεθνείς επιστημονικές εκτιμήσεις και η εγχώρια συζήτηση σχετικά με τις πολιτικές για την ενέργεια και το κλίμα (Lyytimäki & Tarjo, 2009). Η φινλανδική κάλυψη του κλίματος άρχισε να φθίνει κατά τη διάρκεια του 2008. Μετά τους δύο ήπιες χειμώνες, υπήρξε πιο φυσιολογικός καιρός κατά τη διάρκεια του χειμώνα 2008-2009. Επιπλέον, η παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση και η οικονομική επιβράδυνση άρχισαν να επηρεάζουν σοβαρά τη φινλανδική οικονομία, μειώνοντας το ενδιαφέρον του κοινού για περιβαλλοντικά θέματα. Μια άλλη εξήγηση για τη μείωση της κάλυψης ήταν η κόπωση από το κλίμα μετά την περίοδο της έντονης συζήτησης.

Ίσως η πιο χαρακτηριστική κορύφωση της κάλυψης της κλιματικής αλλαγής σημειώθηκε ταυτόχρονα σε διάφορες χώρες τον Νοέμβριο και τον Δεκέμβριο του 2009. Το υψηλό επίπεδο κάλυψης σχετίζεται κυρίως με τη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για την κλιματική αλλαγή (COP15) στην Κοπεγχάγη το 2009. Η αποτυχία της συνόδου κορυφής είχε μακροχρόνιες επιπτώσεις στην επικοινωνία για την κλιματική αλλαγή στη χώρα υποδοχής, τη Δανία. Τα δανικά μέσα ενημέρωσης είχαν δημιουργήσει ιδιαίτερα υψηλές προσδοκίες για τη σύνοδο κορυφής, συχνά δραματοποιημένες με ένα λεξιλόγιο κινδυνολογίας, και η κυβέρνηση περίμενε ότι η σύνοδος κορυφής θα γινόταν αιτία εθνικής υπερηφάνειας. Όπως σημειώνει ο Eskjær (2017), η σύνοδος κορυφής τελικά πήρε το παρατσούκλι "Florenhagen" αντί για "Hopenhagen". Ως πιο σοβαρό αποτέλεσμα, η ένταση των ρεπορτάζ για το κλίμα από τα δανικά μέσα ενημέρωσης δεν αυξήθηκε μετά την απότομη πτώση μετά τη διάσκεψη, ενδεχομένως λόγω της απογοήτευσης που

δημιουργήθηκε από την αποτυχία της συνόδου κορυφής και της κόπωσης μετά την εντατική κάλυψη (Eskjær, 2017).

Στη Φινλανδία, τη σύνοδο κορυφής COP15 ακολούθησε δραματική μείωση της κάλυψης του κλίματος μεταξύ Δεκεμβρίου 2009 και Ιανουαρίου 2010, αλλά η κάλυψη αυξήθηκε πιο πρόσφατα (Lyytimäki, 2015). Οι εξηγήσεις για τη βαθιά πτώση μπορούν να βρεθούν στην ανεπιτυχή COP15, στη συνεχιζόμενη οικονομική ύφεση και στον κρύο και χιονισμένο χειμώνα στη Νότια Φινλανδία. Ωστόσο, παρά τον κρύο καιρό στην Ευρώπη και τα ανατολικά τμήματα της Βόρειας Αμερικής, ο καιρός παγκοσμίως ήταν εξαιρετικά ζεστός τον Ιανουάριο του 2010. Αυτό δεν επισημάνθηκε από τον εγχώριο Τύπο.

Το υψηλό επίπεδο κάλυψης του κλίματος κατά τη διάρκεια της συνόδου κορυφής COP15 για τη Βιοποικιλότητα του ΟΗΕ τον Δεκέμβριο του 2002 οφειλόταν εν μέρει στην αντιμετώπιση από τα μέσα ενημέρωσης του λεγόμενου επεισοδίου "Climategate". Η διαρροή της ιδιωτικής αλληλογραφίας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ορισμένων βασικών ερευνητών του κλίματος έθεσε υπό αμφισβήτηση την αξιοπιστία της επιστήμης του κλίματος και τη νομιμότητα των διαπραγματεύσεων για το κλίμα. Σε αντίθεση με χώρες όπως οι ΗΠΑ ή το Ηνωμένο Βασίλειο, η κάλυψη των σκανδιναβικών χωρών για το κλίμα συνέχισε να κυριαρχείται από απόψεις που ήταν ευνοϊκές για την κυρίαρχη κλιματική επιστήμη. Στη Φινλανδία, τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης έδωσαν πολύ λίγο χώρο στους λεγόμενους σκεπτικιστές του κλίματος. Υπήρξαν μόνο μια χούφτα δημοσιογράφων και επιστημόνων που αμφισβήτησαν δημοσίως τη συναίνεση για το κλίμα, όπως εκπροσωπείται από την IPCC. Η πιο αξιοσημείωτη εξαίρεση ήταν η τηλεοπτική σειρά ρεπορτάζ με τίτλο "MOT" της εθνικής ραδιοτηλεοπτικής εταιρείας YLE. Η σειρά πρόβαλε αρκετά επεισόδια που βασίζονταν κυρίως στις απόψεις επιλεγμένων ξένων

σκεπτικιστών του κλίματος. Αντί να επικρίνει τα θεμέλια της κλιματικής επιστήμης, η συζήτηση στα μέσα ενημέρωσης στη Φινλανδία ασχολήθηκε κριτικά με το πιθανό οικονομικό κόστος και τις επιπτώσεις των κλιματικών πολιτικών στην απασχόληση.

Στη Δανία, ο κλιματικός σκεπτικισμός που αμφισβητεί τα επιστημονικά θεμέλια της κλιματικής έρευνας ήταν οριακός. Οι αντιπαραθέσεις προέκυψαν εξαιτίας των απόψεων του Bjørn Lomborg, συγγραφέα του βιβλίου *Skeptical Environmentalist* (Lomborg, 2001). Έχει αμφισβητήσει την αποτελεσματικότητα των κλιματικών πολιτικών και τη σημασία της κλιματικής πολιτικής σε σχέση με άλλα κοινωνικά προβλήματα, αλλά δεν έχει αμφισβητήσει τα βασικά αποτελέσματα της κλιματικής επιστήμης.

Στη Σουηδία, οι σκεπτικιστές του κλίματος ήταν μια μικρή ομάδα που αποτελούνταν κυρίως από ηλικιωμένους άνδρες με σχετικά σημαίνουσες θέσεις στον ακαδημαϊκό χώρο ή σε μεγάλες ιδιωτικές εταιρείες. Τρεις ιδιωτικές φιλελεύθερες-συντηρητικές δεξαμενές σκέψης υποστήριξαν τις απόψεις των σκεπτικιστών του κλίματος και βασικοί παράγοντες οργανώθηκαν στο πλαίσιο της λεγόμενης Πρωτοβουλίας της Στοκχόλμης το 2008. Αυτοί οι σκεπτικιστές του κλίματος έχουν αποκτήσει κάποια επιρροή στις μεγάλες εφημερίδες μέσω των σελίδων γνώμης (Anshelm & Hultman, 2017: 104). Τα τυπικά επιχειρήματα έχουν κατηγορήσει τα μέσα ενημέρωσης ότι υπερβάλλουν για τους κλιματικούς κινδύνους, αναδεικνύουν την κερδοσκοπική κινδυνολογία, χρησιμοποιούν αποκαλυπτικές και θρησκευτικές πλαισιώσεις, καταστέλλουν τους "έντιμους" επιστήμονες και φιμώνουν τις αντίθετες φωνές. Σύμφωνα με αυτές τις απόψεις, η κυρίαρχη κλιματική επιστήμη και πολιτική καταστρέφουν την οικονομία και η κλιματική επιστήμη επηρεάζεται έντονα από την πολιτική. Οι σκεπτικιστές έχουν περιγράψει τους εαυτούς τους ως μια καταπιεσμένη, περιθωριοποιημένη και καταπιεσμένη ομάδα. Στις σκανδιναβικές χώρες, οι φορείς που εκφράζουν σκεπτικιστικές απόψεις έναντι της

συναίνεσης για το κλίμα, όπως εκπροσωπείται από την IPCC, έχουν υπόβαθρο σε κλάδους άλλους από τις κλιματικές επιστήμες. Αυτό έχει υπονομεύσει σοβαρά την επιστημονική τους αξιοπιστία.

Στη Νορβηγία, οι σκεπτικιστικές απόψεις έλαβαν περισσότερο χώρο στις αρχές της δεκαετίας του 2000, ακολουθώντας τον δημοσιογραφικό κανόνα της ισορροπημένης αναφοράς (Rygghaug & Skjølsvold, 2016). Τελικά, αυτό προκάλεσε δημόσια συζήτηση σχετικά με τη δεοντολογία των μέσων ενημέρωσης, οδηγώντας σε μείωση της διαμόρφωσης που τοποθετούσε τους mainstream επιστήμονες έναντι των σκεπτικιστών αντιφρονούντων. Γενικά, η νορβηγική συζήτηση έχει περιγραφεί ως αμφίσημη λόγω της σημασίας της πετροχημικής βιομηχανίας για την εθνική οικονομία και της αυτοαντίληψης της Νορβηγίας ως φιλικού προς το περιβάλλον έθνους. Η εξάρτηση της Νορβηγίας από τα έσοδα των εξαγωγών από τη βιομηχανία πετρελαίου και φυσικού αερίου δημιούργησε μια αμφιλεγόμενη κατάσταση. Για παράδειγμα, τα έσοδα από τη βιομηχανία ορυκτών καυσίμων επέτρεψαν εκτεταμένα κρατικά προγράμματα επιδότησης των ηλεκτρικών αυτοκινήτων. Αντί για την απόλυτη άρνηση της ύπαρξης της ανθρωπογενούς κλιματικής αλλαγής, η βασική μορφή της του κλιματικού σκεπτικισμού ήταν η αμφισβήτηση του επείγοντος χαρακτήρα των κλιματικών κινδύνων.

Η σημασία των μεμονωμένων ηγετών της κοινής γνώμης μπορεί να είναι μεγάλη σε μικρές χώρες, όπως δείχνει η περίπτωση Lomborg στη Δανία (Eskjær, 2017). Στη Φινλανδία, σημείο καμπής στη συζήτηση για το κλίμα αποτέλεσε η συνέντευξη του Jorma Ollila, προέδρου της Nokia Corporation και της Royal Dutch Shell. Στη συνέντευξη αυτή, εξέφρασε σαφώς την ανησυχία του για την κλιματική αλλαγή και προέτρεψε για ισχυρές πολιτικές για το κλίμα. Η συνέντευξη, που δημοσιεύθηκε στα τέλη Ιανουαρίου 2007, ενέτεινε τη συζήτηση για το κλίμα, η οποία είχε ήδη κορυφωθεί λόγω

των ασυνήθιστων καιρικών συνθηκών (Lyytimäki & Tarjo, 2009). Αυτή η απροσδόκητα έντονη έκφραση ανησυχίας από έναν σημαίνοντα και γνωστό ηγέτη επιχειρήσεων που προηγουμένως δεν είχε ασχοληθεί με περιβαλλοντικά θέματα, έλαβε ευρεία δημοσιότητα και έδωσε περαιτέρω ώθηση στους υποστηρικτές μιας πιο φιλόδοξης πολιτικής για το κλίμα και την ενέργεια. Ομοίως, στη Σουηδία η συζήτηση για το κλίμα επηρεάστηκε έντονα από μια επιχειρηματική διασημότητα το 2008, όταν ο πρώην πρόεδρος της Volvo, Pehr G. Gyllenhammar, αμφισβήτησε έντονα την πίστη στην ικανότητα των νέων φιλικών προς το περιβάλλον τεχνολογιών να επιλύσουν τα κλιματικά προβλήματα και ζήτησε από την κυβέρνηση να θέσει πολύ πιο αυστηρές απαιτήσεις για τη βιομηχανία (Anshelm & Hultman, 2017: 54). Συνολικά, τα ζητήματα της κλιματικής αλλαγής και της ενέργειας αναφέρθηκαν κυρίως σε σχέση με την πολιτική και παρουσιάστηκαν σε πλαίσια προσανατολισμένα στη λύση στις σκανδιναβικές χώρες.

Τα αποτελέσματα της κλιματικής επιστήμης έχουν κερδίσει λιγότερη προσοχή και οι απόψεις των σκεπτικιστών του κλίματος έχουν περιθωριοποιηθεί στα εθνικά μέσα ενημέρωσης. Υπάρχουν εθνικές διαφορές (Eskjær, 2017; Lyytimäki & Tarjo, 2009). Στη Δανία, τα μέσα ενημέρωσης αντιμετώπισαν αρχικά τα ζητήματα του κλίματος στο πλαίσιο της ευρύτερης ομπρέλας της αειφορίας, ενώ στη Φινλανδία, τα μέσα ενημέρωσης αντιμετώπισαν αρχικά την κλιματική αλλαγή ή την υπερθέρμανση του πλανήτη ως μεμονωμένο περιβαλλοντικό ζήτημα και αργότερα ως ευρύ ζήτημα που συνδέεται με μια σειρά άλλων θεμάτων.

3.4.1a Περιβαλλοντικές ειδήσεις για τη Βαλτική Θάλασσα

Η κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης σχετικά με την οικολογική κατάσταση της Βαλτικής Θάλασσας αποτελεί ενδεικτικό παράδειγμα περιβαλλοντικής αναφοράς που εστιάζει σε μια γεωγραφική περιοχή που επηρεάζεται από τις δραστηριότητες πολλών εθνών. Η Βαλτική Θάλασσα είναι μια ημίκλειστη θάλασσα που γειτνιάζει με τον βορειοανατολικό Ατλαντικό Ωκεανό. Η λεκάνη απορροής της φιλοξενεί περίπου 85 εκατομμύρια ανθρώπους σε 14 χώρες. Τα παράκτια κράτη περιλαμβάνουν τις σκανδιναβικές χώρες Δανία, Φινλανδία και Σουηδία, καθώς και την Πολωνία και τα κράτη της Βαλτικής, τη Ρωσία και τη Γερμανία. Η οικολογική κατάσταση της θάλασσας έχει προκαλέσει σημαντική προσοχή στη Φινλανδία και τη Σουηδία, τις χώρες με τις μεγαλύτερες ακτογραμμές. Ο όγκος της προσοχής των μέσων ενημέρωσης και η ευαισθητοποίηση του κοινού και της πολιτικής ήταν σε χαμηλότερο επίπεδο στη Ρωσία και την Πολωνία, οι οποίες υπήρξαν σημαντικές πηγές ρύπανσης. Νωρίτερα, κατά την περίοδο που προηγήθηκε της κατάρρευσης της Σοβιετικής Ένωσης, τα περιβαλλοντικά προβλήματα απέκτησαν κάποια προβολή, καθώς παρείχαν μια φαινομενικά ουδέτερη οδό για την άσκηση κριτικής στην κομμουνιστικό καθεστώς.

Η επιδείνωση της κατάστασης των παράκτιων υδάτων κοντά σε μεγάλες πόλεις και βιομηχανικές εγκαταστάσεις έγινε αντιληπτή από τον Τύπο πριν από έναν αιώνα (Laakkonen et al, 2001). Τα προβλήματα θεωρούνταν τότε ότι ήταν τοπικά. Η γενική περιβαλλοντική ανησυχία για την κατάσταση ολόκληρης της θάλασσας δεν εμφανίστηκε πριν από τη δεκαετία του 1960. Έκτοτε, η Βαλτική Θάλασσα περιγράφεται συχνά ως η πιο μολυσμένη θάλασσα στον κόσμο (Tynkkynen, 2017).

3.4.2 Γαλλία

Σε έρευνα των Deroux et al. (2017) που πραγματοποιήθηκε και σχετιζόταν με ανασκόπηση των άρθρων της εφημερίδας Le Monde που αναφέρονται στην κλιματική αλλαγή και την υγεία από τη χρονική περίοδο από τη δημοσίευση της πρώτης έκθεσης της Διακυβερνητικής Επιτροπής για την Κλιματική Αλλαγή (IPCC) το 1990 έως το τέλος των διαπραγματεύσεων για το κλίμα της 21ης Διάσκεψης των Μερών (COP21) που διεξήχθησαν στο Παρίσι τον Δεκέμβριο του 2015 αναλύθηκαν διεξοδικά κάποια άρθρα της. Η Le Monde κατέδειξε μια εξέλιξη στην επικοινωνία γύρω από την κλιματική αλλαγή και στη διαμόρφωσή της. Μεταξύ 1990 και 2015, 4465 άρθρα ανέφεραν την "κλιματική αλλαγή"- ωστόσο, μόνο 599 από αυτά τα άρθρα ανέφεραν επίσης την "υγεία" (13,4%) και μόλις 189 από αυτά συνέδεσαν την κλιματική αλλαγή με τα αποτελέσματα για την υγεία (4,2%). Παρά τον χαμηλό αριθμό δημοσιευμένων άρθρων εφημερίδων που εμφανίζουν τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής στην υγεία, το θέμα έχει αποκτήσει όλο και μεγαλύτερη σημασία στη Le Monde από το 2000, γεγονός που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι το πλαίσιο της δημόσιας υγείας γίνεται όλο και πιο σημαντικό στην αναφορά της κλιματικής αλλαγής. Ωστόσο, οι ενότητες στις οποίες εμφανίζονται καταδεικνύουν την τάση των μέσων ενημέρωσης να πλαισιώνουν την κλιματική αλλαγή ως περιβαλλοντικό ζήτημα (Myers, Nisbet, Maibach & Leiserowitz, 2012). Από τα άρθρα, το 59,4% δημοσιεύεται στην ενότητα "Πλανήτης", ακολουθούμενη από τις "Ιδέες", την "Οικονομία" και τη "Διεθνή".

Μια μελέτη του 2015 από τους Maibach et al. υπογραμμίζει τη "σαφή ανάγκη για καλύτερη ενημέρωση σχετικά με τις απειλές για την υγεία που συνδέονται με την κλιματική αλλαγή". Η συχνότητα των μελετών που αφορούν τις επιπτώσεις στην υγεία λόγω της κλιματικής αλλαγής σε επιστημονικές δημοσιεύσεις με κριτές έχει επίσης

αυξηθεί τα τελευταία 25 χρόνια (Verner, Schütte, Knop, Sankoh & Sauerborn, 2016). Η αυξανόμενη έρευνα στον τομέα αυτό μπορεί να υποδηλώνει τη μετάδοση της επιστημονικής γνώσης στο ευρύ κοινό μέσω των διαύλων των μέσων ενημέρωσης. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τα γαλλικά μέσα ενημέρωσης που ενδεχομένως προκύπτουν από την αναφορά τόσο πριν όσο και κατά τη διάρκεια των διαπραγματεύσεων COP 21 για το κλίμα που πραγματοποιήθηκαν στο Παρίσι τον Δεκέμβριο του 2015. Τα περισσότερα άρθρα που συνδέουν την κλιματική αλλαγή και την υγεία στην εφημερίδα Le Monde αναφέρονταν σε ακραία φαινόμενα κλιματικής αλλαγής (31%), ακολουθούμενα από μολυσματικές ασθένειες (23%) και επιπτώσεις που σχετίζονται με την περιβαλλοντική μετανάστευση (18%). Ο υποσιτισμός (10%) και οι αναπνευστικές παθήσεις (8%) και άλλες (10%) παραμένουν λιγότερο αντιπροσωπευμένες. Ωστόσο, η επισήμανση των κινδύνων για την υγεία που συνδέονται με την κλιματική αλλαγή αποτελεί αναποτελεσματική μέθοδο επικοινωνίας σύμφωνα με τους Maibach et al. (2008), εάν δεν συνοδεύεται από σχετικές πληροφορίες σχετικά με τις πιθανές λύσεις. Επιπλέον, "οι πληροφορίες σχετικά με τα δυνητικά οφέλη για την υγεία από συγκεκριμένες δράσεις πολιτικής που σχετίζονται με τον μετριασμό φαίνεται να είναι ιδιαίτερα επιτακτικές" (Maibach, Nisbet, Baldwin, Akerlof & Diao, 2010). Παρόλο που είναι αισθητή η αύξηση των αναφορών στα συν-οφέλη για την υγεία από το 2000 και μετά, παρατηρήσαμε ότι μόνο πολύ λίγα από τα άρθρα που αναλύθηκαν (16%) παρέχουν πληροφορίες για τα οφέλη για την υγεία τα οποία σχετίζονται με πολιτικές ρύθμισης υπέρ της κλιματικής αλλαγής.

Από την άλλη, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ο αριθμός των tweets που υποδεικνύουν τη σχέση μεταξύ της κλιματικής αλλαγής και της υγείας, όσον αφορά τις επιπτώσεις ή τα συν-οφέλη, αυξήθηκε κατά τη διάρκεια της COP21. Πραγματοποιήθηκε

μελέτη με βάση δεδομένα που εξήχθησαν με τη χρήση του Radarly, ενός εργαλείου εξαγωγής περιεχομένου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Linkfluence), για την ανάλυση των αναρτήσεων που περιείχαν το hashtag "#COP21" από τις 15 Ιουνίου 2015, ημερομηνία δημοσίευσης της έκθεσης της Επιτροπής Lancet για την Υγεία και την Κλιματική Αλλαγή, (Woodward, Smith, Campbell-Lendrum, Chadee, Honda, Liu & Haines, 2014) έως το τέλος της COP21. Κατά την προετοιμασία της διάσκεψης, παρακολούθηθηκε ένας αυξημένος αριθμός αναρτήσεων σχετικών με την υγεία. Ενώ κατά τους πρώτους μήνες, οι θεσμικοί φορείς εξέφρασαν αυξανόμενο ενδιαφέρον για τα ζητήματα που σχετίζονται με την υγεία και την κλιματική αλλαγή, το θέμα αυτό υποστηρίχθηκε από ένα ευρύ φάσμα φορέων, από τον τομέα της υγείας (όπως οι Γιατροί για το Κλίμα ή το Ordre des Médecins στη Γαλλία) έως τον βιομηχανικό τομέα και την κοινωνία των πολιτών. Η εκστρατεία για την υγεία του κλίματος που ξεκίνησε από την Παγκόσμια Συμμαχία για την Υγεία του Κλίματος, η οποία αναφέρθηκε πολύ συχνά, καθώς και η έκκληση του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας για επείγουσα δράση για την προστασία της υγείας από τις περιβαλλοντικές αλλαγές, έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην αύξηση της προσοχής που δόθηκε στο θέμα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η έρευνα καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η έλλειψη συνεχούς προσοχής που δίνεται στην κλιματική αλλαγή, (Lorenzoni, Nicholson-Cole & Whitmarsh, 2007), καθώς και η έλλειψη αποτελεσματικότητας του μηνύματος εμποδίζουν τα αναλυθέντα μέσα ενημέρωσης να εκπληρώσουν τον ρόλο τους, δηλαδή να προκαλέσουν συλλογική αντίδραση και αλλαγή συμπεριφοράς. Επιπλέον, οι πληροφορίες σχετικά με τους κινδύνους για την υγεία που συνδέονται με την κλιματική αλλαγή θα πρέπει να διαμορφώνονται ως απειλή για τη δημόσια υγεία και να συμπληρώνονται με συστάσεις και στοιχεία δράσης που παρέχονται από εμπειρογνώμονες.

3.4.3 Πορτογαλία

Τα προγράμματα για περιβαλλοντικά θέματα στην πορτογαλική τηλεόραση απευθύνονταν κυρίως σε ενήλικες και η διαλεκτική προσέγγισή τους δεν ήταν η πιο αποτελεσματική. Η Πορτογαλία είναι μία από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης με ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά ανακύκλωσης των αστικών στερεών αποβλήτων. Ένα βασικό και σημαντικό χαρακτηριστικό της ενημέρωσης είναι ότι η πορτογαλική δημόσια τηλεόραση έχει τα περισσότερα περιβαλλοντικά προγράμματα με κοινό-στόχο τους ενήλικες. Επιπλέον, η Πορτογαλία δεν έχει περιβαλλοντική εκπαίδευση στα σχολικά προγράμματα και οι περισσότεροι ενήλικες έχουν ένα κενό στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, το οποίο αντικατοπτρίζεται στην έλλειψη περιβαλλοντικών γνώσεων των παιδιών.

Σύμφωνα με τον Bennett που αναφέρεται στους Boykoff και Rajan (2007), λίγα πράγματα αποτελούν τόσο πολύ μέρος της ζωής των Πορτογάλων όσο οι ειδήσεις ... [έχουν γίνει] ένα είδος στιγμιαίας ιστορικής καταγραφής του ρυθμού, της προόδου, των προβλημάτων και των ελπίδων της κοινωνίας αντανακλώντας την επιρροή των μέσων μαζικής ενημέρωσης στα άτομα. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι υπεύθυνα για τη διάδοση και την παραπληροφόρηση, όντας ισχυρή επιρροή στην κοινή γνώμη και την πολιτική. Οι Holt και Barkemeyer (2012) σημείωσαν ότι η αύξηση της κάλυψης από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης των ανησυχιών που σχετίζονται με την αειφορία και τα αυξανόμενα επίπεδα ευαισθητοποίησης του κοινού δεν έχουν αναπτυχθεί ομοιογενώς τις τελευταίες δύο δεκαετίες συμπεραίνοντας ότι τόσο στα μοντέλα του κύκλου προσοχής των θεμάτων όσο και στα μοντέλα της ισορροπίας.

Το μοντέλο ισορροπίας υποδηλώνει, από βιολογική άποψη, ότι οι εξελικτικές αλλαγές συμβαίνουν σε σπάνιες μετασχηματιστικές διαλείψεις προς ένα νέο είδος και στο πλαίσιο της έρευνας για τη διαχείριση υποδηλώνει ότι τα συστήματα παραμένουν σχετικά σταθερά για μεγάλα χρονικά διαστήματα, αλλά διακόπτονται από σύντομες περιόδους ταχείας αλλαγής με τη μορφή διακεκομμένης ισορροπίας. Το πλαίσιο αυτό έχει ήδη εφαρμοστεί στην εξέλιξη της περιβαλλοντικής πολιτικής. Το μοντέλο κύκλου προσοχής για το ζήτημα εξηγεί τη διακύμανση της αναφοράς περιβαλλοντικών ζητημάτων στα ακόλουθα στάδια: πριν από το πρόβλημα, ανησυχητική ανακάλυψη, ευφορία ενθουσιασμού, συνειδητοποίηση του κόστους, σταδιακή μείωση του ενδιαφέροντος και μετά το πρόβλημα (Holt & Barkemeyer, 2012).

Οι Holt και Barkemeyer (2012) προτείνουν ότι η μετάβαση από το ένα στάδιο στο άλλο στον κύκλο του θέματος-προσοχής μπορεί να συνδέεται με το χρόνο μιας διακεκομμένης αλλαγής, με άλλα λόγια, θεωρούν ότι πρόκειται για μια συμβιωτική διαδικασία, δεδομένου ότι ο κύκλος του θέματος-προσοχής φαίνεται να παίζει βασικό ρόλο στη μετακίνηση ενός θέματος προς μια διακεκομμένη αλλαγή. Οι ίδιοι συγγραφείς λένε ότι η εφαρμογή αυτών των μοντέλων για τη μελέτη της επικοινωνίας και της ευαισθητοποίησης αποτελεί σημαντική συμβολή στην κατανόηση του ρόλου των μέσων ενημέρωσης και ότι μπορούμε ίσως να δούμε πώς μπορούμε να διατηρήσουμε τη διαρκή προσοχή στην εμπλοκή του κοινού και να προωθήσουμε αυξημένα επίπεδα ευαισθητοποίησης και γνώσης των περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων στις κοινωνίες μας (Holt & Barkemeyer, 2012). Αν και δεν μπόρεσαν να εξηγήσουν πλήρως τον κύκλο των πορτογαλικών μέσων ενημέρωσης για την κλιματική αλλαγή με το πλαίσιο Downs (κύκλος θέματος-προσοχής), προτείνουν ότι η κάλυψη των πορτογαλικών μέσων ενημέρωσης για την κλιματική αλλαγή ακολουθεί έναν κύκλο,

έχοντας ήδη εντοπίσει τα στάδια "ανησυχητική ανακάλυψη" και "συνειδητοποίηση του κόστους", όπως αναφέρεται στη μελέτη τους (Dessai et al., 2001). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι στη μελέτη των Dessai κ.ά. (2001) υπάρχουν αναφορές που δείχνουν ότι η εστίαση των πορτογαλικών μέσων ενημέρωσης στην κλιματική αλλαγή επικεντρώνεται κυρίως σε διεθνή κλιματικά γεγονότα, ενώ τα εθνικά άρθρα παραμένουν, ωστόσο, ως επί το πλείστον άσχετα. Τα τηλεοπτικά περιβαλλοντικά προγράμματα μπορούν να ρίξουν φως σε πολλά αναπάντητα ερωτήματα γνώσης, αλλά δεν αρκούν, για να αλλάξουν την αντίληψη του πορτογαλικού κοινού σχετικά με αυτό το παγκόσμιο περιβαλλοντικό πρόβλημα. Τα μέσα ενημέρωσης πρέπει να ενισχύσουν την επικοινωνία της περιβαλλοντικής επιστήμης, δεδομένου ότι στην πλειοψηφία της πορτογαλικής δημόσιας σφαίρας αυτός είναι ο μόνος τρόπος περιβαλλοντικής γνώσης. Τέτοιες σκέψεις μπορούν να μας οδηγήσουν να εξετάσουμε τη χρησιμότητα της δημόσιας τηλεόρασης ως εργαλείο περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, όπως παρατήρησαν οι Boykoff και Rajan (2007). Παρατήρησαν επίσης μείωση της συμμετοχής στις δια ζώσης εκπαιδευτικές εκδηλώσεις και θεώρησαν ότι το υλικό που βασίζεται σε βίντεο μπορεί να είναι πιο αποτελεσματικό. Υπό αυτή την έννοια, οι ίδιοι συγγραφείς απολογούνται να εστιάσουν στον τρόπο δημιουργίας ενδιαφέροντος, ιδίως για τους πολίτες που δεν έχουν το αρχικό ενδιαφέρον ή που μπορεί να αισθάνονται ότι δεν διαθέτουν το κατάλληλο εκπαιδευτικό υπόβαθρο.

Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να στοχεύσουμε στο σωστό πληθυσμό και να διοχετεύσουμε επαρκή ποιότητα και ποσότητα πληροφοριών- είναι σημαντικό να εξετάσουμε τη βασική κατανόηση των πολιτών για τα περιβαλλοντικά ζητήματα, την ποιότητα και την ποσότητα των γνώσεών τους και την ευαισθητοποίησή τους για το περιβάλλον- είναι σημαντικό να συνειδητοποιήσουμε ότι η κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης σχετίζεται με (και μπορεί να επηρεάσει) το επίπεδο ευαισθητοποίησης για

συγκεκριμένα ζητήματα και την προσοχή του κοινού σε περιβαλλοντικά ζητήματα (Holt & Barkemeyer, 2012; Sampei & Aoyagi-Usui, 2009; Boykoff & Rajan, 2007). Τέτοιου είδους εκτιμήσεις μπορούν να παράσχουν πληροφορίες για πολλά άλλα σημαντικά θέματα και έτσι να καθοδηγήσουν πολύτιμες πληροφορίες περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης σε κάθε ένα από αυτά τα προγράμματα.

3.4.4 Ισπανία

Η συμπερίληψη ορισμών που περιέχουν απλές λέξεις και σύντομες φράσεις (Rowan, 2003: 408) είναι πρακτικά ανύπαρκτη (1,37%) σε κείμενα που ασχολούνται με την υπερθέρμανση του πλανήτη στις ισπανικές εφημερίδες. Δεδομένου ότι πρόκειται για ένα επαναλαμβανόμενο θέμα, θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι οι δημοσιογράφοι είναι βέβαιοι ότι οι αναγνώστες τους γνωρίζουν περί τίνος πρόκειται και δε θεωρούν απαραίτητη την ανάγκη να ορίσουν ή να εξηγήσουν με απλό τρόπο το νόημα της έννοιας, όταν γράφουν τα κείμενά τους.

Η συμπερίληψη της επιστημονικής πλαισίωσης βελτιώνει την κατανόηση πολύπλοκων διαδικασιών και τη σχέση συγκεκριμένων γεγονότων με γενικές, μακροπρόθεσμες καταστάσεις (Kua et al. 2004: 320). Στην περίπτωση της κλιματικής αλλαγής, και από εκπαιδευτικής άποψης, μια τέτοια συμπερίληψη θα βοηθούσε το κοινό να κατανοήσει καλύτερα τη φύση του φαινομένου εξηγώντας τι το προκαλεί και ποιες είναι και ποιες μπορεί να είναι οι επιπτώσεις του. Η κάλυψη των περιβαλλοντικών φαινομένων, την οποία οι Kua κ.ά. έχουν περιγράψει ως συχνά επιφανειακή και εκτός πλαισίου, φαίνεται να έχει βελτιωθεί στην περίπτωση της υπερθέρμανσης του πλανήτη: η μελέτη μας αποκαλύπτει ότι η παρουσία εξηγήσεων για τα αίτια (31,05%) και τις

συνέπειες (48,59%) έχει αυξηθεί σε σχέση με αυτές που είχαν εντοπίσει πριν από μια δεκαετία και πλέον οι León και De Lara (2013:102), οι οποίοι κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι περισσότερες πληροφορίες παρέλειπαν τόσο την εξήγηση των πρώτων (13,8%) όσο και των δεύτερων (20,2%).

Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένες πτυχές που μπορούν ακόμη να βελτιωθούν. Τα αποτελέσματά μας δείχνουν ότι ο ισπανικός Τύπος δίνει προτεραιότητα στις συνέπειες της κλιματικής αλλαγής έναντι των αιτιών της, γεγονός που έρχεται σε αντίθεση με τους Meira κ.ά. (2013), οι οποίοι παρατήρησαν ότι η συσχέτιση του προβλήματος με τις συνέπειές του μειώθηκε σε τρεις διαδοχικές έρευνες, ενώ το αντίθετο συνέβη με τις αιτίες. Είναι, ωστόσο, σύμφωνη με προηγούμενες εργασίες (Meira et al., 2013; De Rueda, 2014; Lopera & Moreno, 2014; Quesada et al., 2015). Στο πλαίσιο αυτό, οι Meira κ.ά. (2013:28) διαπίστωσαν ότι οι πρώτες σκέψεις ή εικόνες που έρχονται στο μυαλό των ανθρώπων είναι οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής όταν ακούνε γι' αυτή: λιώσιμο των πολικών πάγων και των παγετώνων ή καύσωνας. Οι συγγραφείς πιστεύουν ότι αυτό θα μπορούσε να οφείλεται ακριβώς στη μεγαλύτερη πληροφόρηση και την καλύτερη κατανόηση των συνεπειών παρά των αιτιών ή των λύσεων, στο μεγαλύτερο "συναισθηματικό βάρος" των πρώτων και στην αυτοεικόνα του "επηρεαζόμενου" παρά ως αιτιώδους παράγοντα ή δράστη που είναι σε θέση να συμβάλει, τουλάχιστον εν μέρει, στην επίλυση του προβλήματος.

3.4.5 Ιταλία

Τα περισσότερα άρθρα, το 25% αυτών, αντιπροσωπεύει την πιο συχνή ετικέτα που χρησιμοποιείται για τη διατύπωση των θεμάτων της κλιματικής αλλαγής, ακολουθούμενη

με σχετικά μικρή διαφορά από τις Εξωτερικές Υποθέσεις (21%) και τα Επίκαιρα Θέματα (19%). Τα ευρήματα αυτά δεν είναι απροσδόκητα, αν και το χαμηλό ποσοστό άρθρων με την ετικέτα Πολιτική (5%) προκαλεί κάποια έκπληξη (Cacciatore et al, 2016: 12). Παρ' όλα αυτά, πρέπει να προβλέψουμε ότι πρόκειται μόνο για μια φαινομενική υποεκπροσώπηση, διότι, όπως θα εξηγήσουμε μέσω της ανάλυσης περιεχομένου, η Πολιτική πρέπει να θεωρηθεί ως ένα θέμα διατομής, το οποίο συνεπάγεται ότι η πολιτική, οι πολιτικές, οι πολιτικοί, κόμματα κ.ο.κ. είναι, στην πραγματικότητα, οι πραγματικοί πρωταγωνιστές όλης της αφήγησης (Fontana & Ferrucci, 2014).

Προχωρώντας προς τα εμπρός, η κατηγορία Περιβάλλον αποτελείται από έναν αστερισμό ειδήσεων που χαρακτηρίζονται από μια υπερβολική προσφυγή στην άποψη των ερευνητών και των επιστημόνων. Κατά συνέπεια, διαπιστώθηκε μια σταθερή επικράτηση επιστημονικών εκθέσεων, δεδομένων και συνεντεύξεων με ακαδημαϊκούς και μελετητές, που προσφέρονται στους αναγνώστες με επιστημονικό τόνο φωνής, γεμάτο καταστροφολογία και κινδυνολογία (Cacciatore et al, 2016: 12). Αυτή η επανάληψη ενός καταστροφικού-επιστημονικού πλαισίου που περιέχεται στο τμήμα Περιβάλλον φαίνεται να περιορίζει την κλιματική αλλαγή σε μια δύσκολη κλαδική γνώση, αποκλεισμένη από τους περισσότερους ανθρώπους. Πράγματι, ο συνδυασμός της γλώσσας της επιστήμης και της προσφυγής σε ένα "μυθιστόρημα του τρόμου" μπορεί να αυξήσει στο κοινό την αντίληψη ενός είδους πολυπλοκότητας του ίδιου του θέματος, καθιστώντας το απρόσιτο για όσους θεωρούν τους εαυτούς τους μη επιστήμονες (Fontana & Ferrucci, 2014).

Υπό το πρίσμα αυτό, μπορεί να δηλωθεί ότι τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να έχουν σημαντικές συνέπειες όχι μόνο στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι οργανώνουν τις αντιλήψεις για το περιβάλλον τους σε γνώση, αλλά και στην αναγνωσιμότητα ορισμένων

έργων πληροφοριών (Cacciatore et al, 2016: 12). Ένα βήμα πιο κάτω στο βάθρο, μπορούμε να βρούμε την ομάδα άρθρων που σχετίζονται με τις εξωτερικές υποθέσεις.

Η μεγάλη συχνότητα των εκθέσεων για την κλιματική αλλαγή που αφορούν άλλα έθνη πρέπει να θεωρηθεί ως ένα ενδιαφέρον σημάδι πολιτισμικής αλλαγής. Παραδοσιακά, η επιστημονική βιβλιογραφία σχετικά με το θέμα αυτό συνήθιζε να περιγράφει την ιταλική αντίληψη των περιβαλλοντικών ζητημάτων ως διαμορφωμένη από τα χρονικά σχετικά με τις επιπτώσεις των καταστροφών και των φυσικών καταστροφών στις τοπικές περιοχές. Κατά συνέπεια, οι βιώσιμες ανησυχίες στην Ιταλία ήταν (και εν μέρει εξακολουθούν να είναι) αυστηρά συνδεδεμένες με το τοπίο, την ισχυρή αγάπη για την πατρίδα, τον τοπικισμό και την πολιτιστική κληρονομιά (Fontana & Ferrucci, 2014). Για το λόγο αυτό, οι Ιταλοί μελετητές ανέπτυξαν την τάση να ορίζουν την Ιταλία ως παγιδευμένη σε μια "περιβαλλοντική ανωμαλία" (Della Seta, 2000). Ωστόσο, φαίνεται ότι το προοδευτικό άνοιγμα των μέσων ενημέρωσης σε ένα όλο και πιο πλανητικό όραμα βιωσιμότητας σηματοδοτεί ένα πρώτο βήμα προς τον επαναπροσδιορισμό ενός νέου συλλογικού φαντασιακού, που ταιριάζει καλύτερα σε παγκόσμιο επίπεδο. Αναμφισβήτητα, οι συνεντεύξεις μας αναφέρθηκαν σε τοπικά ζητήματα και στην προστασία του τοπίου κατά τη διάρκεια της ομιλίας τους, αλλά ταυτόχρονα παρατηρήσαμε μια αλλαγή κατεύθυνσης στη γενική τους προοπτική, καθώς όλοι οι συνεντευξιαζόμενοι επέδειξαν μια ενδιαφέρουσα ευαισθησία προς τον Πλανήτη στο σύνολό του, καθώς και για τις μελλοντικές γενιές. Εν ολίγοις, αυτό το πλαίσιο παγκόσμιας προοπτικής πρέπει να θεωρηθεί ως κάτι στο οποίο αξίζει να επενδύσουμε για τη διεύρυνση ενός παγκόσμιου οράματος της βιωσιμότητας (Fontana & Ferrucci, 2014).

Επιπλέον, παρατηρήθηκε ότι η περιγραφή καλών πρωτοβουλιών σε ξένες χώρες είχε επίσης πρακτικές επιπτώσεις στα ακροατήρια, τονίζοντας τον μοχλό των προσδοκιών και

των επιθυμιών για μια υψηλότερη ποιότητα ζωής. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης αποτελούν, πράγματι, σημαντικές πηγές έμπνευσης για την αλλαγή πρακτικών, ιδίως με την ευκαιρία κατά την οποία αναφέρουν καλές πρακτικές και πολιτικές (Fontana & Ferrucci, 2014).

Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι, εάν είναι συνεκτικές, οι ιστορίες των μέσων ενημέρωσης μπορούν να έχουν ενδιαφέροντα αποτελέσματα όχι μόνο στη διευκόλυνση του ανοίγματος ερμηνευτικών οριζόντων, αλλά και στον επαναπροσδιορισμό κοσμοθεωριών, προσανατολισμών και προσδοκιών. Το αποτέλεσμα αυτό μας οδηγεί στην υπόθεση ότι τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να αποτελέσουν τους μοχλούς που επιτρέπουν αλλαγές στην πρακτική και στον τρόπο ζωής. Σε συνέχεια της δεύτερης γραμμής των "Εξωτερικών Υποθέσεων" (ειδήσεις που σχετίζονται με διεθνείς συμφωνίες και πολιτικές), εντοπίσαμε μια μαζική αναφορά σε διεθνείς συμφωνίες, συνόδους κορυφής, πολιτικές της ΕΕ και πολιτικούς, η οποία επικαλύπτει την Πολιτική (Fontana & Ferrucci, 2014). Παρόμοιες αντανάκλασεις μπορούν επίσης να παρατηρηθούν για τις τρέχουσες υποθέσεις, οι οποίες συντίθενται από ειδήσεις πολιτικής στο μεγαλύτερο μέρος τους. Έτσι, οι προβληματισμοί μας για την πολιτική είναι αποτέλεσμα κοινών σχολίων από τα ξένα και τα τρέχοντα θέματα.

Πράγματι, τα άρθρα που εμπίπτουν στην κατηγορία των τρεχουσών θεμάτων αποτελούν ένα εξαιρετικά ετερογενές σύνολο κειμένων. Πολύ συχνά το ταγκ "Current affairs" καλύπτει θέματα πολιτικών ή οικονομικών επιχειρήσεων, διαφθοράς, κακοδιαχείρισης, καθώς και φυσικών καταστροφών, βιώσιμες επιχειρήσεις/πρωτοβουλίες και μετανάστευση. Αυτή η ποικιλία περιεχομένου προσέφερε συχνά μια περιγραφή γεγονότων που κινούνταν από κλιματική αλλαγή σε άλλα ζητήματα, επομένως η υπερθέρμανση του πλανήτη έγινε μόνο μια πτυχή ενός ευρύτερου

αφήγησης (Fontana & Ferrucci, 2014). Αυτό δηλώνει επίσης ότι ορισμένα από τα άρθρα της επικαιρότητας ασχολήθηκαν σταθερά με το κλίμα αλλαγή, ενώ άλλα συνδέονταν ελάχιστα με το θέμα. Λαμβάνοντας υπόψη αυτή την ποικιλία των θεμάτων, θα εξετάσουμε μόνο τα ευρήματα που σχετίζονται με την πολιτική, η οποία είναι η πιο υιοθετημένη πλαίσιο.

Η γενική επιθεώρηση της Πολιτικής εμφάνισε μια μαζική υποεκπροσώπηση των πολιτών και των απλών ανθρώπων, μιας και προσφέρει μια σταθερή, συγκεντρωμένη και συχνή παρουσία θεσμών, πολιτικών ή κομμάτων. Με άλλα λόγια, σύμφωνα με τις ψηφιακές εφημερίδες, η κλιματική αλλαγή θα μπορούσε εύκολα να προορίζεται ως πολιτικό και θεσμικό ζήτημα, ενώ το κοινό μπορεί μόνο να παρακολουθεί καθώς οι ηγέτες ενεργούν. Οι άνθρωποι, έτσι, λαμβάνοντας υπόψη τη μη παρουσία τους, μπορούν να κατανοηθούν ως παθητικοί μάρτυρες μιας έκθεσης σχετικά με τους "καλούς/κακούς" πολιτικούς, οι οποίοι κάνουν ή δεν κάνουν καλές πολιτικές για την κοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της κλιματικής αλλαγής (Fontana & Ferrucci, 2014).

Γίνεται κατανοητό ότι πρόκειται για μια αφήγηση που μπορεί να διευκολύνει τους ανθρώπους να αντιληφθούν τους εαυτούς τους ως περιθωριοποιημένα μέλη της κοινωνίας και, κατά πάσα πιθανότητα, τα ακροατήρια θα περιμένουν τη θεσμική παρέμβαση προτού δράσουν, δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο έναν φαύλο κύκλο που αποτελείται από παθητικότητα και έλλειψη ευθύνης (παρόμοια αποτελέσματα της διαμόρφωσης της ευθύνης έχουν ήδη αποδειχθεί στο Iyengar, 1987). Η αίσθηση αυτή μπορεί να συνδεθεί όχι μόνο με την υπερεκπροσώπηση της πολιτικής, αλλά και με την προαναφερθείσα ανύπαρκτη παρουσία συμβουλών στα κείμενα των μέσων ενημέρωσης που αναλύθηκαν, οι οποίες ελαχιστοποιούν την ευθύνη των πολιτών για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής. Αυτή η συμπληρωματική θεώρηση μας επιτρέπει να σκεφτούμε

πώς τα μέσα ενημέρωσης επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται τον ρόλο τους ως μέλη της κοινότητας και ως μέρος μιας συλλογικής βιώσιμης ανάπτυξης. Η έλλειψη πρακτικών συμβουλών προς τους ανθρώπους και η ταυτόχρονη έμφαση που έδιναν οι εφημερίδες στην πολιτική/τους θεσμούς μπορεί πιθανώς να δημιουργήσει μια αίσθηση αδυναμίας και χαμηλής συμμετοχής στους αναγνώστες, οι οποίοι αισθάνονται ότι η δική τους συμβολή δεν είναι ούτε σημαντική ούτε αρκετά σημαντική (Fontana & Ferrucci, 2014).

Αυτή η σύνοψη για τις συνδέσεις μεταξύ πλαισίωσης, περιεχομένου και συνεντεύξεων μας οδήγησε να πιστέψουμε ότι τα μέσα ενημέρωσης έχουν πράγματι ισχυρό αντίκτυπο στους λόγους, τις φαντασιώσεις, τις δημιουργίες νοήματος και τη γνώση, γεγονός που υποδηλώνει ότι ενδεχομένως τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να έχουν μεγάλη επιπτώσεις και στην αλλαγή της πρακτικής.

Κατά συνέπεια, η καταστροφική-επιστημονική αναπαράσταση της κλιματικής αλλαγής φαίνεται να συνεπάγεται, αφενός, την αύξηση της αντίληψης του κινδύνου για το άγνωστο και του φόβου για το μέλλον. Από την άλλη πλευρά, η τάση αυτή βελτιώνει την έλλειψη εμπιστοσύνης στο ακροατήριο, με αποτέλεσμα τα άτομα αυτά να αισθάνονται ανεπαρκή και σε θέση κατωτερότητας κατά τη διάρκεια της αναγνωστικής δραστηριότητας.

Όλη η αφθονία των δεδομένων και των εκθέσεων πολύ πιθανόν να επέτρεψε στους ανθρώπους να παρέχουν λεπτομερείς επιστημονικές πληροφορίες. Επιπλέον, οι κοσμοθεωρίες/νοήματα, καθώς η υιοθέτηση ενός πλαισίου παγκόσμιας προοπτικής (Foreign affairs) οδήγησε τους αναγνώστες σε επαναπροσδιορισμό της έννοιας της βιωσιμότητας από ένα τοπικό σε ένα παγκόσμιο όραμα. Επίσης, φιλοδοξίες για ένα καλύτερο βιοτικό επίπεδο (Fontana & Ferrucci, 2014). Αναφέροντας γόνιμες και

αξιοζήλευτες βιώσιμες συμπεριφορές που βελτιώνουν την ποιότητα ζωής, οι διαδικτυακές εφημερίδες κατάφεραν να καλλιεργήσουν την επιθυμία για αλλαγές στην πράξη.

Εικόνες που σχετίζονται με το ρόλο που διαδραματίζουν οι άνθρωποι ως μέλη της κοινωνίας καθώς και στις διαδικασίες βιώσιμης ανάπτυξης. Η τάση της αφήγησης που αποκλείει τους ανθρώπους, στην πραγματικότητα, είχε ως συνέπεια την αύξηση των συναισθημάτων αδυναμίας των ερωτηθέντων, καθώς και την περιθωριοποίηση της αντιλαμβανόμενης συμμετοχής τους στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής.

3.4.6 Ελλάδα

3.4.6a Η κάλυψη των περιβαλλοντικών θεμάτων

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, παρατηρήθηκε μια αξιοσημείωτη αύξηση των ερευνών σχετικά με την επιρροή των μέσων ενημέρωσης σε περιβαλλοντικά θέματα (Boykoff & Boykoff, 2004). Το έχουν προσεγγίσει αυτό με έναν από τέσσερις διαφορετικούς τρόπους: 1) την αντίληψη της πηγής, 2) την αντίληψη εντός των μέσων ενημέρωσης, 3) την αντίληψη των χρηστών και 4) τα ειδικά για το θέμα κριτήρια (O'Donnell & Rice, 2008:637-654). Η επιλογή της προσέγγισης εξαρτάται από το τι επιδιώκει ο κάθε ερευνητής. Στην περίπτωση αυτής της μελέτης, οι απόψεις των συντακτών θεωρήθηκαν πολύτιμη πηγή πληροφοριών. Προηγούμενα ευρήματα (Parathanassopoulos, 2001; Skanavis, 2004) δείχνουν ότι τα περιβαλλοντικά θέματα έχουν πολύ μικρή προβολή σε σχέση με άλλα θέματα που καλύπτονται από τα έντυπα μέσα ενημέρωσης (O'Donnell & Rice, 2008:637-654). Η διαπίστωση αυτή σχετίζεται σημαντικά με την ελληνική πραγματικότητα και ενισχύεται περαιτέρω από το γεγονός ότι μόνο το 2,7% των Ελλήνων θεωρεί το περιβάλλον ως κοινωνικό πρόβλημα

(Tsifodimou, Manolas & Tsantopoulos, 2008). Σύμφωνα με τους Γιαννούλη κ.ά. (2010:48-52), οι έρευνες σχετικά με την περιβαλλοντική κάλυψη στην Ελλάδα είναι ελάχιστες και οι περισσότεροι ερευνητές χρησιμοποίησαν ως βασική μεθοδολογία την ανάλυση περιεχομένου (Tsifodimou, Manolas & Tsantopoulos, 2008). Ωστόσο, η πλειονότητα των μελετών εστιάζει στον τοπικό Τύπο (Skanavis & Sakellari, 2008: 233-240; Boykoff & Roberts, 2007)

Σε σχετική έρευνα, επιλέχθηκαν δημοσιογράφοι, για να αξιολογήσουν υποκειμενικά τις επιδόσεις τους, προκειμένου να αντληθούν κάποια συμπεράσματα σχετικά με τη διαδικασία κατασκευής περιβαλλοντικών ειδήσεων στην Ελλάδα. Έτσι, ζητήθηκε από διάφορους συντάκτες να αξιολογήσουν την ποιότητα των ειδήσεων και διερευνήθηκε περαιτέρω αυτό το σύνθετο ζήτημα (Δεληγιάννη, Σκαναβή, Μαρίνη & Ευαγγελινός, 2017:21-32).

Διαπιστώθηκε ότι οι περιβαλλοντικοί συντάκτες θεωρούν ότι τα θέματα που είναι πιο ορατά είναι το φαινόμενο του θερμοκηπίου και η ανακύκλωση. Η υψηλή προβολή των ειδήσεων για το φαινόμενο του θερμοκηπίου και τα ευρήματα για την κλιματική αλλαγή αποδεικνύει ότι οι δημοσιογράφοι τείνουν να συνδέουν τα όλο και πιο δραματικά καιρικά φαινόμενα (πλημμύρες και καύσωνες) με την παγκόσμια κλιματική αλλαγή (Carvalho & Burgess, 2005:1457–70). Η συγκεκριμένη έρευνα έδειξε ότι τα μέσα ενημέρωσης γενικά δεν καλύπτουν τους τρόπους προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή, αλλά καλύπτουν λιγότερο αποτελεσματικά μέτρα που έχουν να κάνουν με τη μείωση των αερίων του θερμοκηπίου στην ατμόσφαιρα (Boykoff & Roberts, 2007). Επιπλέον, το μεγάλο ζήτημα είναι ότι τα μέσα ενημέρωσης ασχολούνται με επιλεκτικές περιβαλλοντικές ειδήσεις, όπως τα περιβαλλοντικά ατυχήματα, και δεν καλύπτουν εγκαίρως τις περιβαλλοντικές ειδήσεις. Ο Hansen σημειώνει ότι οι σοβαρές περιβαλλοντικές ειδήσεις "επιβάλλονται"

στην καθημερινή ατζέντα, ενώ τα χρόνια περιβαλλοντικά ζητήματα που δεν είναι επείγοντα θα γίνουν είδηση μόνο αν κάποιος αναφερθεί σε αυτά (Hansen, 1991:443-458).

Η μεγάλη προβολή των θεμάτων ανακύκλωσης πιθανώς οφείλεται στην αύξηση των εκστρατειών των τοπικών κυβερνήσεων και των προγραμμάτων ανακύκλωσης. Επιπλέον, η ανακύκλωση μπορεί να είναι ένα θέμα στο οποίο οι πολίτες μπορούν να συμμετέχουν ενεργά (Κάππας, 2009:19-20). Ακόμα, τα ζητήματα της ρύπανσης του αέρα και των υδάτων και εκείνα που έχουν να κάνουν με την ενεργειακή σπατάλη στα κτίρια έχουν σχετική προβολή. Διαφωνίες υπάρχουν μεταξύ των συντακτών σχετικά με την κάλυψη θεμάτων, όπως οι πλημμύρες και η ευρωπαϊκή περιβαλλοντική νομοθεσία (Boykoff & Roberts, 2007). Χαμηλή είναι η προβολή των θεμάτων που έχουν να κάνουν με τα οικολογικά μέσα μεταφοράς, τα απόβλητα, τους κινδύνους από την πυρηνική ενέργεια και τη μείωση των μη ανανεώσιμων πόρων (Φιλίππου, 2020). Τέλος, σύμφωνα με τους περιβαλλοντικούς συντάκτες υπάρχει χαμηλή ή καθόλου προβολή θεμάτων που σχετίζονται με την παρακμή των αγροτικών περιοχών, τον θόρυβο, τους κινδύνους από τη βιοτεχνολογία, τη βιώσιμη ανάπτυξη, την όξινη βροχή, την τρύπα του όζοντος και τη βιοποικιλότητα (Boykoff & Roberts, 2007).

Ειδικότερα, οι περισσότεροι συντάκτες (70%) περιβαλλοντικών εντύπων πιστεύει ότι το φαινόμενο του θερμοκηπίου έχει επαρκή κάλυψη, το 20% περιορισμένη κάλυψη και το 10% υπερβολική κάλυψη. Οι περιβαλλοντικοί συντάκτες ερωτήθηκαν επίσης σχετικά με το ποια θέματα χρειάζονται περαιτέρω κάλυψη από τα ελληνικά μέσα ενημέρωσης. Τα περιβαλλοντικά θέματα που απαριθμήθηκαν προς αξιολόγηση ήταν τα ίδια με τα προαναφερθέντα (Κάτζη– Beltrán, Θεοχαρίδης & Λάμπρου, 2016:142-155). Οι περιβαλλοντικοί συντάκτες υποστηρίζουν ότι το θέμα της βιοποικιλότητας θα πρέπει να καλύπτεται συχνότερα. Είναι σημαντικό να γίνεται εκτενέστερα η κάλυψη του θέματος

της βιοποικιλότητας από τα μέσα ενημέρωσης (Boykoff & Roberts, 2007). Από τη μία πλευρά, οι συντάκτες θεωρούν ότι δεν την καλύπτουν αρκετά, αλλά από την άλλη πιστεύουν ότι θα έπρεπε να καλύπτεται περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο θέμα. Αυτό που διαφοροποιεί τη στάση τους θα μπορούσε να είναι το έλλειμμα εξειδικευμένων γνώσεων, αλλά και η έλλειψη ενδιαφέροντος από το κοινό για θέματα που δε συνδέονται άμεσα με την καθημερινότητά του.

Επιπλέον, σύμφωνα με τους συντάκτες, τα θέματα της ρύπανσης του αέρα και των υδάτων, του θορύβου, της ανακύκλωσης και της μείωσης των μη ανανεώσιμων φυσικών πόρων θα πρέπει να έχουν σημαντική θέση στην κάλυψη των περιβαλλοντικών θεμάτων. Υπάρχει σύγκρουση μεταξύ των περιβαλλοντικών συντακτών όσον αφορά τη σύγκριση των περιβαλλοντικών θεμάτων που λαμβάνουν μεγαλύτερη προσοχή και αυτών που θα έπρεπε να έχουν μεγαλύτερη κάλυψη (Κάτζη– Beltrán, Θεοχαρίδης & Λάμπρου, 2016:142-155). Οι συντάκτες περιβάλλοντος θα ήθελαν να καλύπτουν θέματα που σχετίζονται με τη βιοποικιλότητα, αλλά τρέχουσες υποθέσεις ή άλλες δυσκολίες τους αναγκάζουν να καλύπτουν περισσότερο το φαινόμενο του θερμοκηπίου και την ανακύκλωση. Οι συντάκτες περιβάλλοντος (Boykoff & Roberts, 2007) ανέφεραν διάφορες δυσκολίες, όπως η έλλειψη χρόνου και επιστημονικής εξειδίκευσης για τον έλεγχο των δεδομένων. Τα θέματα βιοποικιλότητας συνδέονται άμεσα με την προστασία των ειδών που απειλούνται ή με την υποβάθμιση ή την παρακμή των ελληνικών οικοσυστημάτων. Αυτά τα περιβαλλοντικά θέματα καλύπτονται περιστασιακά με πρωτοβουλία μη κυβερνητικών οργανώσεων, αλλά οι φορείς αυτοί δεν έχουν καταφέρει να εμπνεύσουν τους περιβαλλοντικούς δημοσιογράφους και τα μέσα ενημέρωσης με συστηματικό τρόπο (Boykoff & Roberts, 2007:125-136).

3.4.6β Λόγοι για τη χαμηλή προβολή των περιβαλλοντικών ειδήσεων

Οι συντάκτες αξιολόγησαν μια σειρά πιθανών λόγων για τη χαμηλή προβολή των περιβαλλοντικών ειδήσεων. Αυτοί είναι οι ακόλουθοι: οι περιβαλλοντικές ειδήσεις είναι βαρετές, δημιουργούν απαισιοδοξία, είναι δυσνόητες, δεν ανήκουν στα προβλήματα ρουτίνας του μέσου πολίτη, ενδιαφέρουν τους ανθρώπους αλλά πιστεύουν ότι δεν μπορούν να κάνουν τίποτα για τα προβλήματα αυτά, έρχονται σε σύγκρουση με τα συμφέροντα των πολιτικών και των μεγάλων εταιρειών που ασκούν πιέσεις προκειμένου να αγνοήσουν τα θέματα, δεν είναι δημοφιλείς στα μέσα ενημέρωσης και τέλος δεν υπάρχει εξειδίκευση και εμπειρία των συντακτών πάνω στα θέματα (Boykoff & Roberts, 2007:125-136).

Οι περιβαλλοντικοί συντάκτες που συμμετείχαν στην παρούσα έρευνα πιστεύουν ότι ο κύριος λόγος για την έλλειψη περιβαλλοντικών ειδήσεων είναι ότι έρχονται σε σύγκρουση με τα συμφέροντα των πολιτικών και των μεγάλων εταιρειών που κάνουν ό,τι χρειάζεται για να κρατήσουν τα θέματα αυτά εκτός της ατζέντας των μέσων ενημέρωσης. Δύο επιπλέον σοβαροί λόγοι είναι ότι οι περιβαλλοντικές ειδήσεις δεν έχουν μεγάλο αναγνωστικό κοινό και ότι υπάρχει έλλειμμα δημοσιογραφικής γνώσης και εμπειρίας σε περιβαλλοντικά θέματα (Boykoff & Roberts, 2007).

Συμπερασματικά, αξίζει να σημειωθεί ότι ένα μεγάλο ποσοστό, το 40% των περιβαλλοντικών δημοσιογράφων στην Ελλάδα πιστεύει ότι οι περιβαλλοντικές ειδήσεις έχουν άφθονη προβολή. Ωστόσο, διαφαίνεται ότι τα πολιτικά ή επιχειρηματικά συμφέροντα αποτελούν τα σοβαρότερα εμπόδια στην επιλογή, διάδοση και προβολή των περιβαλλοντικών ειδήσεων. Επομένως, έρχεται στο φως η ανάγκη περαιτέρω μελέτης του τρόπου με τον οποίο οι δημοσιογράφοι ασκούν το επάγγελμά τους, αλλά και τις

δυσκολίες που ελλοχεύουν στην κάλυψη των περιβαλλοντικών ειδήσεων και ευθύνονται για την περιορισμένη προβολή τους.

Η εξειδίκευση στην περιβαλλοντική επικοινωνία και η ανοικτή συζήτηση σχετικά με τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που αντιμετωπίζουν οι δημοσιογράφοι και οι συντάκτες θα πρέπει να προβληματιστούν περισσότερο για το πώς θα μπορούσαν να βελτιώσουν το "οικοσύστημα" της περιβαλλοντικής ειδησεογραφίας διευρύνοντας τη βάση γνώσεων των περιβαλλοντικών δημοσιογράφων και παρέχοντάς τους τα απαραίτητα εργαλεία. Επιπρόσθετα, θα μπορούσαν να συμβάλουν περαιτέρω σε αυτή τη διαδικασία εκπαιδύοντας τους δημοσιογράφους σχετικά με την αποτελεσματικότητα των καναλιών πληροφόρησης, καθώς και λειτουργώντας ως συνδετικοί κρίκοι μεταξύ των αρχισυντακτών και των δημοσιογράφων. Η αυξημένη προβολή των περιβαλλοντικών θεμάτων θα μπορούσε να συμβάλει στην αύξηση του ενδιαφέροντος του κοινού.

3.5 Αφρική

Στην Αφρική, η περιβαλλοντική ενημέρωση και η κλιματική αλλαγή έχουν αυξηθεί, καθώς όλο και περισσότεροι δημοσιογράφοι και αίθουσες ειδήσεων στρέφουν την προσοχή τους στην κλιματική κρίση. Η OxpECKers, η ενότητα των περιβαλλοντικών δημοσιογράφων της Αφρικής στοχεύει στη βελτίωση της ποιότητας και του αντίκτυπου της αφρικανικής περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας, παρέχοντας μια πλατφόρμα και χρηματοδότηση για τους Αφρικανούς δημοσιογράφους που ενδιαφέρονται για περιβαλλοντικά θέματα. Ο οργανισμός αυτός συνδυάζει το ερευνητικό ρεπορτάζ με τη δημοσιογραφία δεδομένων, χρησιμοποιώντας εργαλεία γεωγραφικής χαρτογράφησης για την αποκάλυψη οικολογικών αδικημάτων και τον εντοπισμό οργανωμένων εγκληματικών συνδικάτων (Mkhanda & Smith, 2021). Η OxpECKers επικεντρώνεται επί του παρόντος στο #MineAlert, το οποίο παρακολουθεί τον τομέα της εξόρυξης, και στο

#WildEye, το οποίο παρακολουθεί την παράνομη δραστηριότητα λαθροθηρίας σε όλη τη Νότια Αφρική και την Ανατολική Αφρική, καθώς και τις διασυνδέσεις της με άλλα μέρη του πλανήτη. Όμως, η οπτική γωνία της αναφοράς για την κλιματική αλλαγή θα πρέπει τώρα να εστιάζει στην προσαρμογή και όχι στον μετριασμό. Ο Afedzi Abdullah, δημοσιογράφος για τους βιώσιμους ωκεανούς και το περιβάλλον από τη Γκάνα, λέει ότι η αναφορά στο κλίμα δημιουργεί ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον και διαδραματίζει βασικό ρόλο στην ενημέρωση των φορέων χάραξης πολιτικής για την κλιματική κρίση. Ο σκοπός των περιβαλλοντικών ιστοριών αφορά την επιβίωση του ανθρώπινου είδους (Tran, 2022). Τα περιβαλλοντικά ζητήματα αποτελούν απειλή για την ανθρώπινη ζωή και πρέπει να αναφέρονται. Το έργο του Abdullah, περιοδικού για το περιβάλλον επικεντρώνεται στους ωκεανούς και την περιβαλλοντική δικαιοσύνη, καθώς και στη βιώσιμη χρήση των αλιευτικών πόρων στη Γκάνα και στη διατήρηση των ωκεανών. Λέει ότι το έργο του έχει ως στόχο να συμβάλει στην προώθηση και διαμόρφωση πολιτικών που θα ρυθμίζουν τις θάλασσες και τα ωκεάνια οικοσυστήματα.

Η Karakire, περιβαλλοντική δημοσιογράφος εδώ και πέντε χρόνια με έδρα την Ουγκάντα, κάνει ρεπορτάζ για περιβαλλοντικά θέματα που διασταυρώνονται με τα ανθρώπινα δικαιώματα και το φύλο. Τα άρθρα της επικεντρώνονται στον τρόπο με τον οποίο οι περιβαλλοντικές αλλαγές επηρεάζουν τις γυναίκες και τα παιδιά, ωστόσο, λέει ότι δυσκολεύεται να βρει γυναίκες εμπειρογνώμονες στον περιβαλλοντικό και επιστημονικό τομέα. Η Karakire λέει ότι το να είσαι γυναίκα δημοσιογράφος αποτελεί πρόκληση για έμφυλη βία, γεγονός που δίνει έναν άβολο τόνο στη συνέντευξη. Στα αφρικανικά ΜΜΕ εξακολουθεί να υπάρχει ένα κενό όσον αφορά τους πόρους. Ορισμένες οργανώσεις θα γράψουν αυτές τις τεράστιες εκθέσεις και θα τις πετάξουν στους δημοσιογράφους, χωρίς να τις αναλύσουν (Tran, 2022). Επιπλέον, οι δημοσιογράφοι

δηλώνουν ότι με την περιβαλλοντική αναφορά μπορεί να είναι δύσκολο να αναλύσουν αυτά τα πολύπλοκα, τεχνικά θέματα έτσι ώστε να είναι εύκολα κατανοητά στο κοινό (Mkhandu & Smith, 2021). Ακόμα, υπογραμμίζουν τη σημασία της εστίασης, καθώς οι περιβαλλοντικές ιστορίες διαπερνούν πολλά θέματα, επομένως είναι σημαντικό να προσδιορίσουν ακριβώς σε ποιον τομέα θα κάνουν ρεπορτάζ.

Η Ngeunga είναι συντάκτρια στην InfoCongo, μια ειδησεογραφική πλατφόρμα που χρησιμοποιεί δεδομένα και διαδραστικούς χάρτες για να καταγράψει τις συνεχιζόμενες θετικές και αρνητικές αλλαγές στο τροπικό δάσος της λεκάνης του Κονγκό. Ο Ngeunga λέει ότι υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον για περιβαλλοντικά ρεπορτάζ, ωστόσο οι δημοσιογράφοι εξακολουθούν να δυσκολεύονται να συνδυάσουν τη δημοσιογραφία και την επιστήμη (Mkhandu & Smith, 2021). Αναφέρει ότι οι δημοσιογράφοι δεν γνωρίζουν πού να βρουν τα δεδομένα, να τα αναλύσουν ή πώς να συνδέσουν τα δεδομένα με την αφήγηση ιστοριών. Κατά καιρούς οι δημοσιογράφοι περιμένουν μήνες για μια απάντηση από τις κυβερνητικές αρχές, γεγονός που καθυστερεί τα άρθρα των ειδήσεων.

Χρειάζεται χρηματοδότηση και υποστήριξη προκειμένου να βοηθηθούν οι δημοσιογράφοι να καλύψουν αυτές τις περιβαλλοντικές ιστορίες. Ο Αμπντουλάχ δήλωσε ότι το μεγαλύτερο μέρος της δουλειάς που έκανε ήταν με δικά του έξοδα. Στην Γκάνα, ο Abdullah λέει ότι υπάρχουν ελάχιστοι περιβαλλοντικοί δημοσιογράφοι και φαίνεται ότι η έλλειψη πρόσβασης σε δεδομένα και πληροφορίες στον τομέα του περιβάλλοντος καθιστά δύσκολη την ακριβή ενημέρωση (Mkhandu & Smith, 2021).

Οι περισσότεροι δημοσιογράφοι αναφέρουν ότι υπάρχει ανάγκη συνεργασίας μεταξύ περιβαλλοντικών εμπειρογνομόνων και δημοσιογράφων και ότι η έλλειψη ασφάλειας για τους δημοσιογράφους στην Αφρική είναι ανησυχητική (Mkhandu & Smith, 2021). Επιπρόσθετα, οι δημοσιογράφοι της Αφρικής που ασχολούνται με το περιβάλλον

χρειάζονται χρηματοδότηση, υποστήριξη και ασφάλεια, για να μπορούν να κάνουν αποτελεσματικά ρεπορτάζ για το περιβάλλον. Θέτουν επίσης το περιβάλλον ως ένα κρίσιμο θέμα της δημοσιογραφίας στο οποίο πρέπει να δοθεί προτεραιότητα, καθώς ενημερώνει τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για ζητήματα ανάληψης δράσης.

4. Αποτελέσματα

4.1 Πηγές επιρροής περιβαλλοντικών ΜΜΕ

Οι επαγγελματίες των μέσων ενημέρωσης- όπως οι συντάκτες και οι δημοσιογράφοι - παράγουν ειδήσεις μέσα σε ένα πολιτικό, οικονομικό, θεσμικό, κοινωνικό και πολιτιστικό τοπίο. Επιπλέον, η ειδησεογραφική κάλυψη των περιβαλλοντικών ζητημάτων - τόσο του μετριασμού όσο και της προσαρμογής- παράγεται μέσω δημοσιογραφικών κανόνων και αξιών. Κατά την παραγωγή ειδήσεων, οι ιστορίες παράγονται εν μέρει από ασύμμετρες σχέσεις εξουσίας και εν μέρει αναπτύσσονται μέσω της ιστορίας της επαγγελματοποιημένης δημοσιογραφίας (Akmal & Ahmad, 2011). Κοινωνικοπολιτικοί και οικονομικοί παράγοντες έχουν δημιουργήσει διακριτές νόρμες και αξίες και αυτές που στηρίζουν τις δημοσιογραφικές πρακτικές. Αυτή η κινητοποίηση της εξουσίας είναι πολύπλοκη και συχνά λεπτή καθώς και αντιφατική. Στην πραγματικότητα, μπορεί να προκύψουν ασυνέχειες στην κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης μέσω των ίδιων των επαγγελματικών δημοσιογραφικών κανόνων και αξιών που έχουν αναπτυχθεί για να διασφαλίσουν την πιθανή κατάχρηση της ασύμμετρης εξουσίας. Έτσι, η κάλυψη της περιβαλλοντικής ενημέρωσης (προσαρμογής και μετριασμού) από τα μέσα ενημέρωσης δεν είναι μια απλή συλλογή ειδησεογραφικών άρθρων και αποσπασμάτων που παράγονται από δημοσιογράφους και παραγωγούς. Αντίθετα, οι αναπαραστάσεις σηματοδοτούν βασικά πλαίσια που προκύπτουν μέσα από πολύπλοκες και μη γραμμικές σχέσεις μεταξύ επιστημόνων, φορέων πολιτικής και κοινού, συχνά με τη διαμεσολάβηση ειδησεογραφικών ιστοριών (Luedecke & Boykoff, 2017).

Η πλαισίωση είναι μια διαδικασία και ένα εγγενές μέρος της νόησης, με την οποία κατασκευάζεται το περιεχόμενο- με τη μορφή θεμάτων, γεγονότων και πληροφοριών- για

να διατάξει, να οργανώσει και να ρυθμίσει την καθημερινή ζωή. Μπορεί να οριστεί ως οι τρόποι με τους οποίους συναρμολογούνται στοιχεία του λόγου που στη συνέχεια προκρίνουν ορισμένες ερμηνείες και κατανοήσεις έναντι άλλων. Η πλαισίωση διαπερνά όλες τις πτυχές των αλληλεπιδράσεων μεταξύ επιστήμης, πολιτικής, μέσων ενημέρωσης και κοινού (Luedecke & Boykoff, 2017). Η διαδικασία διαμόρφωσης των μέσων ενημέρωσης περιλαμβάνει μια αναπόφευκτη σειρά επιλογών για την κάλυψη ορισμένων γεγονότων μέσα σε ένα ευρύτερο ρεύμα δυναμικών δραστηριοτήτων. Τα γεγονότα αυτά μετατρέπονται στη συνέχεια σε ειδήσεις. Τα τελευταία χρόνια, περισσότεροι ερευνητές από τους τομείς της περιβαλλοντικής κοινωνιολογίας, της γεωγραφίας, της πολιτικής επιστήμης και της επικοινωνίας έχουν εξετάσει την πλαισίωση των διαφόρων επιστημονικών ζητημάτων. Η πλαισίωση περιλαμβάνει την επιλογή ορισμένων πτυχών μιας αντιλαμβανόμενης πραγματικότητας και η ανάδειξή τους σε ένα επικοινωνιακό κείμενο, κατά τρόπο ώστε να προωθείται ένας συγκεκριμένος ορισμός του προβλήματος. Επομένως, η κατασκευή του νοήματος και του λόγου προκύπτει μέσω συνδυασμένων δομικών και ουσιαστικών συνιστωσών (Carvalho, 2005). Οι ασύμμετρες επιρροές ανατροφοδοτούν επίσης αυτές τις κοινωνικές σχέσεις και διαμορφώνουν περαιτέρω τα αναδυόμενα πλαίσια των "ειδήσεων", της γνώσης και του λόγου. Οι διαδικασίες αυτές λαμβάνουν χώρα σε πολλαπλές κλίμακες. Για παράδειγμα, οι μεμονωμένοι δημοσιογράφοι πρέπει να αντιμετωπίσουν τις πιέσεις του χρόνου και του χώρου όταν αναφέρουν τις ειδήσεις. Πολλές από αυτές είναι κωδικοποιημένες και σαφείς (όπως οι ίντσες στήλης), ενώ άλλες είναι σιωπηρές και διαμορφώνονται από κοινωνικές συμβάσεις (διαχείριση του χρόνου κατά την επαρκή κάλυψη πολλαπλών "κλικ"). Αυτές οι σχετικές αποφάσεις λαμβάνονται στο πλαίσιο πιέσεων μεγαλύτερης κλίμακας (Carvalho, 2005). Παρόλο που ορισμένοι παράγοντες, όπως η πρόσβαση μέσω της

ιδιοκτησίας και του ελέγχου, είναι πιο εύκολα εμφανείς, άλλες επιρροές, όπως η εκπαίδευση των δημοσιογράφων, είναι πιο κρυφές. Η δυναμική της εξουσίας που προκύπτει από αυτά τα στοιχεία ενσωματώνεται στη συνέχεια εκ νέου σε μακρο-σχέσεις, όπως η λήψη αποφάσεων σε μια καπιταλιστική πολιτική οικονομία, και πάλι σε μικρο-διαδικασίες, όπως οι καθημερινές δημοσιογραφικές πρακτικές. Συνολικά, αυτές οι νόρμες, οι αξίες και οι πιέσεις είναι αλληλένδετες και επομένως πολύ δύσκολο να διαχωριστούν. Οι πιέσεις πολλαπλής κλίμακας μπορούν να εξεταστούν από την άποψη των πολιτικών, οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών, ηθικών και δημοσιογραφικών στοιχείων (που παρέχουν το πλαίσιο για τα κυκλώματα της επικοινωνίας).

4.2 Επιρροή κοινού από ΜΜΕ

Το σημαντικότερο μέσο πληροφόρησης παγκοσμίως είναι η τηλεόραση, αλλά μεγάλος πληθυσμός δηλώνει ότι έχει χρησιμοποιήσει διάφορες διαδικτυακές πηγές ειδήσεων, συμπεριλαμβανομένων ειδησεογραφικών ιστότοπων, καθώς και πλατφόρμες όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή εφαρμογές ανταλλαγής μηνυμάτων. Στις περισσότερες από τις χώρες που καλύφθηκαν, υπάρχει σημαντικά μικρότερο ποσοστό των νεότερων ατόμων που έχουν ασχοληθεί με ειδήσεις και πληροφορίες για την κλιματική αλλαγή την τελευταία περίοδο σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες (Carvalho, 2005).

Ωστόσο, η εμπιστοσύνη στις διάφορες πηγές ειδήσεων ποικίλλει ανά χώρα καθώς και ανά πολιτικό προσανατολισμό, με τους πολιτικά δεξιούς σε πολλές χώρες να εκφράζουν λιγότερη εμπιστοσύνη τόσο στους περιβαλλοντικούς ακτιβιστές όσο και στους επιστήμονες. Παρά τις διαφορές αυτές, σχεδόν σε κάθε χώρα που καλύφθηκε μια σαφής πλειοψηφία των ατόμων που ανήκουν στην πολιτική δεξιά δηλώνουν ότι εμπιστεύονται

τους επιστήμονες ως πηγές ειδήσεων και πληροφοριών για την κλιματική αλλαγή (Eilperin, 2005).

Η επιλεκτική αποφυγή ειδήσεων είναι σχεδόν εξίσου διαδεδομένη για τις ειδήσεις σχετικά με την κλιματική αλλαγή όσο και για τις ειδήσεις γενικά. Πέρα από τους λόγους που φαίνεται να συνδέονται με την πολιτική (π.χ. αντίληψη μεροληψίας), αρκετοί από τους πιο συχνά αναφερόμενους λόγους για την επιλεκτική αποφυγή ειδήσεων και πληροφοριών σχετικά με τα περιβαλλοντικά θέματα έχουν να κάνουν με την εξάντληση (π.χ. "εξαντλήθηκα", "πάρα πολύ"), την περιορισμένη αξία ("τίποτα καινούργιο", "τίποτα που μπορώ να κάνω") και το άγχος ("αρνητική επίδραση στη διάθεσή μου") (Eilperin, 2005).

4.3 Προτιμήσεις κοινού για τα MME

Αντίστοιχα, η τηλεόραση και το διαδίκτυο (συμπεριλαμβανομένων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή της χρήσης εφαρμογών ανταλλαγής μηνυμάτων) αναφέρονται συχνότερα ως πηγές παραπληροφόρησης με περισσότερο συχνά αναφερόμενα πρόσωπα τους πολιτικούς, τα πολιτικά κόμματα και τις κυβερνήσεις. Ακόμα κι αν οι άνθρωποι σε ορισμένες χώρες βασίζονται περισσότερο στην τηλεόραση για ειδήσεις σχετικά με την κλιματική αλλαγή, οι άνθρωποι γενικά είναι ελαφρώς πιο πιθανό να συνδέσουν ψευδείς πληροφορίες με τη χρήση του διαδικτύου και, στο πλαίσιο αυτό, με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Yong & Gang, 2008).

Όσοι καταναλώνουν συχνότερα ειδήσεις για περιβαλλοντικά θέματα είναι πιο πιθανό να συμφωνήσουν ότι τις βρίσκουν ενδυναμωτικές με κάποιο τρόπο, είτε επειδή τους βοηθούν να ξέρουν τι να κάνουν ως απάντηση, είτε επειδή τους ωθούν να καταναλώνουν

περισσότερες πληροφορίες, είτε επειδή τους δίνουν πιο ακριβείς πληροφορίες. Οι συχνοί χρήστες ειδήσεων σχετικά με το περιβάλλον είναι επίσης λιγότερο πιθανό να αισθάνονται ότι οι ειδήσεις για το κλίμα περιέχουν αντικρουόμενες απόψεις, τους αφήνουν σε σύγχυση ή δεν τους αφορούν.

Τα άτομα που καταναλώνουν ειδήσεις ή πληροφορίες για περιβαλλοντικά θέματα σε εβδομαδιαία βάση είναι πιο πιθανό να πιστεύουν ότι γνωρίζουν τα βασικά στοιχεία της κλιματικής επιστήμης, συμπεριλαμβανομένης, για παράδειγμα, της σχέσης μεταξύ της κλιματικής αλλαγής, της αύξησης της θερμοκρασίας και βιοπικιότητας (Alexander, 2009). Ωστόσο, παρατηρείται πως λίγοι δηλώνουν ότι γνωρίζουν τουλάχιστον μέτρια πράγματα σχετικά με τις "παγκόσμιες πολιτικές πρωτοβουλίες για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής" και τις "βασικές πολιτικές της κυβέρνησής τους για την κλιματική αλλαγή". Αυτό το ποσοστό είναι περίπου το ίδιο τόσο για τους σπάνιους χρήστες ειδήσεων για το κλίμα όσο και για εκείνους που τις καταναλώνουν σε εβδομαδιαία βάση (NPC & CPPCC Annual Sessions, 2013). Αυτό υπογραμμίζει ότι οι άνθρωποι πιστεύουν ότι γνωρίζουν σχετικά λίγα για την εγχώρια και τη διεθνή πολιτική σχετικά με το κλίμα και ότι οι πιο συχνοί χρήστες ειδήσεων δεν αισθάνονται περισσότερο ενημερωμένοι για την πολιτική όσον αφορά το κλίμα.

4.4 Επίδραση πληροφόρησης διαφόρων χωρών στη φιλοπεριβαλλοντική πολιτική

Παρακάτω ακολουθούν τα αποτελέσματα της κάλυψης των μέσων όλων των χωρών που ερευνήθηκαν στην εν λόγω εργασία.

Πίνακας 1: Ειδησεογραφική κάλυψη για περιβαλλοντικά θέματα 2021

Χώρες	Πράσινη ενημέρωση
Ασία	Θέματα γεωποικιλομορφίας
Ωκεανία	Θέματα κλιματικής αλλαγής, βιοποικιλότητα, καιρικά φαινόμενα
ΗΠΑ	Θέματα κλιματικής αλλαγής
Σκανδιναβία	Θέματα κλιματικής αλλαγής, ενημέρωση για περιβαλλοντικά θέματα όλων των χωρών
Μεσόγειος	Θέματα κλιματικής αλλαγής, καιρού
Ελλάδα	Θέματα κλίματος, καιρού
Αφρική	Θέματα κλιματικής αλλαγής

Η Ωκεανία φαίνεται να διαθέτει πολλαπλά θέματα στα ενημέρωσης του κοινού, ως εκ τούτου είναι μεγαλύτερη και πλουσιότερη η ενημέρωση των πολιτών της για τα περιβαλλοντικά θέματα. Ωστόσο, οι περιβαλλοντικές μεταβολές και τα ζητήματα της περιβαλλοντικής κρίσης καταλαμβάνουν έναν σημαντικό όγκο πληροφοριών για την αμερικάνικη πολιτεία. Στη δεύτερη θέση είναι η Σκανδιναβία που επιδιώκει την ενημέρωση για θέματα κλιματικής αλλαγής και στην τρίτη θέση η Μεσογειακή Ευρώπη που κινείται γύρω από την ίδια θεματική (<https://www.ncei.noaa.gov/access/monitoring/monthly-report/global/202213>).

4.5 Τα πιο πολυσυζητημένα άρθρα

Στην ταραχώδη χρονιά του 2020 για την ειδησεογραφική κάλυψη, η κλιματική αλλαγή εξακολουθούσε να βρίσκεται στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων- και όχι μόνο λόγω των χιλιάδων επιστημονικών άρθρων για το κλίμα και την ενέργεια που δημοσιεύονται κάθε χρόνο. Οι μελέτες αυτές αναδείχθηκαν σε όλο τον κόσμο από διαδικτυακά ειδησεογραφικά πρακτορεία και κοινοποιήθηκαν σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Twitter, το Facebook και το LinkedIn. Την παρακολούθηση όλων αυτών των "αναφορών" έκανε το Altmetric, ένας οργανισμός που βαθμολογεί τις ακαδημαϊκές εργασίες ανάλογα με την προσοχή που λαμβάνουν από τα μέσα ενημέρωσης. Χρησιμοποιώντας τα δεδομένα του Altmetric για το 2022, το Carbon Brief συνέταξε τον παραδοσιακό πλέον κατάλογο με τις 25 πιο πολυσυζητημένες εργασίες σχετικά με το κλίμα ή την ενέργεια που δημοσιεύθηκαν το προηγούμενο έτος. Από τις μεγαλοπλημμύρες μέχρι τις μεγαλοδιαβροχές και από τα έντομα μέχρι τις πολικές αρκούδες, πέρυσι υπήρξε ένα ευρύ φάσμα ερευνών που απασχόλησαν τα πρωτοσέλιδα- καθώς και ένα νέο ρεκόρ- υψηλό σκορ Altmetric για μια εργασία σε μια ετήσια ανασκόπηση του Carbon Brief (Beiser-McGrath & Bernauer, 2021).

Το πιο πολυσυζητημένο έγγραφο για το κλίμα και την ενέργεια του 2022 αφορά επίσης την πανδημία Covid-19. Λίγο έξω από τη συνολική πρώτη 50άδα, στην 56η θέση, βρίσκεται το "Climate change increases cross-species viral transmission risk" (Η κλιματική αλλαγή αυξάνει τον κίνδυνο μετάδοσης ιών μεταξύ διαφορετικών ειδών). Η μελέτη που δημοσιεύθηκε στο Nature, προειδοποιεί ότι τα θηλαστικά που αναγκάζονται να μετακινηθούν σε ψυχρότερα κλίματα εν μέσω της αύξησης της παγκόσμιας θερμοκρασίας "ήδη" εξαπλώνουν περαιτέρω τους ιούς τους- με "αναμφισβήτητες" επιπτώσεις για την ανθρώπινη υγεία (Leiserowitz et al, 2022).

Το δεύτερο έγγραφο για το κλίμα με τη μεγαλύτερη βαθμολογία για το 2022- που κατατάσσεται στην 70η θέση στη συνολική κατάταξη του 2022- είναι το έγγραφο "Η υπέρβαση του 1,5C της παγκόσμιας θέρμανσης θα μπορούσε να προκαλέσει πολλαπλά σημεία καμπής του κλίματος". Η μελέτη δημοσιεύθηκε στο περιοδικό Science και έχει βαθμολογία Altmetric 6.573. Ο επικεφαλής συγγραφέας της μελέτης, δρ David McKay, δήλωσε στο Carbon Brief τον Σεπτέμβριο ότι τα σημεία καμπής αποτελούν έντονο πεδίο ενδιαφέροντος της κλιματικής κοινότητας από το 2008, όταν η μελέτη "Tipping elements in the Earth's climate system" (Στοιχεία καμπής στο κλιματικό σύστημα της Γης) "έσπασε για πρώτη φορά τον πάγο" για το θέμα. Η εργασία του παρέχει την πρώτη ολοκληρωμένη αξιολόγηση των σημείων καμπής που σχετίζονται με το κλίμα μετά την εργασία του 2008. Η μελέτη αναφέρθηκε σε 667 ειδήσεις από 397 δημοσιεύματα- συμπεριλαμβανομένων των Guardian, New Scientist και BBC News. Έλαβε τον υψηλότερο αριθμό αναφορών σε αναρτήσεις σε ιστολόγια και σελίδες της Wikipedia από τις 25 κορυφαίες δημοσιεύσεις για το κλίμα- 55 και 34, αντίστοιχα. Επίσης, η μελέτη εμφανίστηκε επίσης σε περισσότερα από 6.000 tweets και δημοσιεύθηκε στρατηγικά λίγες ημέρες πριν από τη συγκέντρωση ερευνητών, οικονομολόγων και εκπροσώπων της κοινωνίας των πολιτών στην πόλη του McKay, το Exeter, για ένα συνέδριο με θέμα τα κλιματικά σημεία καμπής (Leiserowitz et al, 2022).

5. Συμπεράσματα

5.1 Συζήτηση

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι αναμφισβήτητα μία από τις ισχυρότερες και πιο επιδραστικές δυνάμεις της σημερινής κοινωνίας. Έχοντας την ικανότητα και το προνόμιο να γεφυρώνουν τα κενά γνώσης σε διάφορους κοινωνικούς τομείς (κυβέρνηση, επιστήμη και κοινό), η ακριβής μετάδοση πληροφοριών για τον ένα τομέα στον άλλο αποτελεί κρίσιμη ευθύνη των μέσων ενημέρωσης. Αυτό είναι σημαντικό επειδή το κοινό και οι κυβερνητικοί φορείς λαμβάνουν αποφάσεις που βασίζονται τουλάχιστον εν μέρει στην απεικόνιση των θεμάτων από τα μέσα ενημέρωσης (Leiserowitz et al, 2022).

Οι επιστήμονες και οι δημοσιογράφοι, λόγω των διαφορετικών στόχων και μεθοδολογιών, μερικές φορές δεν κατανοούν επαρκώς ο ένας τον άλλον και αυτό μπορεί να οδηγήσει σε παρερμηνείες. Αυτό το αποτέλεσμα μπορεί να εμποδίσει την κοινωνία να σημειώσει πρόοδο στην αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων, όπως τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Ο εντοπισμός των αιτιών αυτών των παρεξηγήσεων και η χάραξη διεπιστημονικών στρατηγικών επικοινωνίας για την αποτροπή τους θα μπορούσε να συμβάλει στη δημιουργία περισσότερων ακριβή ενημέρωση και, κατ' επέκταση, πρόοδο στην επίλυση των προβλημάτων της εποχής μας. Αυτό γίνεται ολοένα και πιο σημαντικό κάθε μέρα που περνάει και με τη δημοσίευση ιστοριών, καθώς το κλίμα - και οι απόψεις- του κοινού αλλάζουν (Leiserowitz et al, 2022).

Ο κύριος στόχος της έρευνας ήταν να ανακαλύψει αν οι διάφορες εφημερίδες επηρέαζαν τις σκέψεις των ανθρώπων για τα περιβαλλοντικά προβλήματα. Αξιοποιήθηκαν πολλά άρθρα κι έρευνες που παρείχαν ποιοτικά και ποσοτικά δεδομένα,

ώστε να υπάρχουν εύκολα συγκρίσιμα στοιχεία, αλλά και πληροφορίες για το πώς αισθάνεται το κοινό για τον τύπο, την τηλεόραση και όλα τα μέσα προβολής ειδήσεων και την επιρροή τους.

Σε γενικές γραμμές, η βιβλιογραφική ανασκόπηση έδειξε ότι η πλειονότητα των ερευνηθείσων χωρών χαρακτήρισαν τον εαυτό τους ως έχοντα καλή κατανόηση της περιβαλλοντικής ενημέρωσης, οι γνώσεις του κοινού σχετικά με περιβαλλοντικά θέματα τείνουν να προέρχονται από την επίσημη εκπαίδευση, την τηλεόραση ή τις εφημερίδες. Οι αναγνώστες των εφημερίδων θεωρούσαν ότι οι πληροφορίες που τυπώνονταν στις εφημερίδες δεν ήταν απολύτως αξιόπιστες, ενώ οι αναγνώστες των tabloid έδειχναν πιο πρόθυμοι να πιστέψουν αυτά που διάβαζαν (Alexander, 2009). Οι άνθρωποι που διάβαζαν φυλλάδια φάνηκε επίσης να έχουν μεγαλύτερη επίγνωση της επιρροής που εφημερίδες μπορούν να επηρεάσουν τη σκέψη τους. Στο περιβάλλον που διερευνάται στο παρόν έγγραφο, ήταν σημαντικό να διερευνηθεί η απεικόνιση από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης της κλιματικής αλλαγής/του μετριασμού και της προσαρμογής στην περιβαλλοντική κρίση του πλανήτη. Αξίζει επίσης, να εξεταστεί ο ρόλος της κάλυψης από τα μέσα ενημέρωσης σε σχέση με την επιστήμη και την πολιτική (Leiserowitz et al, 2022).

Θα μπορούσε κανείς να συνοψίσει από αυτή την ανασκόπηση ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν κατά καιρούς κρατήσει ζωντανό το θέμα της περιβαλλοντικής ενημέρωσης του κοινού, αλλά έχουν επίσης περιορίσει το βαθμό στον οποίο έχουν ζητηθεί πραγματικές αλλαγές στην οργάνωση της κοινωνίας και στην εξωτερική βοήθεια. Για να γίνει πιο σαφές αυτό, ο Τύπος υπήρξε αρκετά ρεφορμιστής (πίστη σε σταδιακές αλλαγές) στην απεικόνιση της αναγκαίας δράσης για το περιβάλλον, όταν οι επιστημονικές προβλέψεις δείχνουν ότι το ζήτημα μπορεί να απαιτεί πραγματικά

επαναστατικές αλλαγές (Alexander, 2009). Η δύσκολη θέση των μέσων ενημέρωσης στη σύγχρονη κοινωνία είναι ότι τα εμπορικά ειδησεογραφικά πρακτορεία απαιτούν τεράστια ποσά διαφήμισης, για να πληρώσουν τους μισθούς τους και άλλα έξοδα, αφού οι μεγαλύτεροι διαφημιστές ασχολούνται με τα αυτοκίνητα, τα ακίνητα, τις αεροπορικές εταιρείες, το γρήγορο φαγητό και τα έπιπλα σπιτιού. Η δημιουργία ζήτησης για πραγματικό μετριασμό των εκπομπών της περιβαλλοντικής ενημέρωσης θα απαιτούσε από τα μέσα ενημέρωσης να καλούν επανειλημμένα και επίμονα την κοινωνία για πραγματικά επαναστατικές αλλαγές, σαφώς μακριά από την κατανάλωση των προϊόντων των διαφημιστών τους. Συγκριτικά, η δημιουργία πίεσης για τη διάθεση σημαντικών πόρων για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή θα είναι σχετικά λιγότερο απειλητική για το σύστημα που στηρίζει αυτά τα μέσα ενημέρωσης. Το αν αυτή η κατανομή θα περιλαμβάνει την αποστολή κονδυλίων σε φτωχά έθνη, φυσικά, μένει να ερευνηθεί. Μέχρι σήμερα στις μελέτες και αναλύσεις που περιγράφονται παραπάνω, σε ορισμένες περιπτώσεις τα μέσα ενημέρωσης έχει αποδειχθεί ότι έχουν πράγματι διαδραματίσει ρόλο στην παρεμπόδιση της ακριβούς επικοινωνίας σχετικά με την κλιματική επιστήμη προς τους φορείς χάραξης πολιτικής και το κοινό μέσω των μέσων ενημέρωσης (Boykoff & Boykoff, 2004). Ωστόσο, σε άλλες περιπτώσεις ο ρόλος των μέσων μαζικής ενημέρωσης στην επικοινωνία της κλιματικής επιστήμης, του μετριασμού και της προσαρμογής ήταν μικτός ή πιο θετικός (Boykoff & Boykoff, 2007). Έτσι, μέσα από το πλούσιο και ευρύ φάσμα μελετών που περιγράφονται στο παρόν έγγραφο αναφοράς, μπορεί κανείς να συμπεράνει ότι πολλές προκλήσεις, αλλά και ευκαιρίες βρίσκονται μπροστά στη νέα εποχή. Σε όλο το εύρος του εγγράφου, παρέχονται γνώσεις και λεπτομέρειες που τεκμηριώνουν αυτό το σημείο.

Υπάρχουν δύο σημαντικά κριτήρια- περιβαλλοντικές γνώσεις και ενδιαφέρον- που απαιτούνται από τους δημοσιογράφους και τους συντάκτες, για να τους βοηθήσουν να εκτιμήσουν και να κατανοήσουν καλά το περιβάλλον. Η έλλειψη περιβαλλοντικών γνώσεων και ενδιαφέροντος μεταξύ των δημοσιογράφων συμβάλλει στο ίδιο συγκρουσιακό μοτίβο αναφοράς- αν και η αναλυτική γραφή για το μακροπρόθεσμο περιβάλλον αναφέρεται λιγότερο. Ως εκ τούτου, μπορεί να ειπωθεί ότι μια βασική εκπαίδευση είναι επίσης σημαντική, για να βοηθήσει τους δημοσιογράφους να γράφουν με αναλυτικό τρόπο (Tsang & Kolk, 2010).

Το περιβάλλον δεν καταγράφεται ως είδηση προτεραιότητας επειδή ο αντίκτυπος καθυστερεί ή οι επιπτώσεις δεν παρατηρούνται εύκολα, για παράδειγμα, η υπερθέρμανση του πλανήτη. Με λίγες οπτικές εικόνες, όπως διαπιστώθηκε στα ευρήματα της ανάλυσης περιεχομένου, το περιβάλλον και η κρίση του δε συμφωνεί με τις απαιτήσεις για την αξία των ειδήσεων (Tsang & Kolk, 2010). Αυτή η εμπορευματοποίηση έχει βγάλει το περιβάλλον από την ατζέντα των μέσων ενημέρωσης, καθώς οι εφημερίδες ενδιαφέρονται περισσότερο για την εκτύπωση εντυπωσιακών ιστοριών που έχουν τη δυνατότητα να αποφέρουν κέρδος. Η εμπορευματοποίηση έχει επίσης αποθαρρύνει τους δημοσιογράφους να είναι αναλυτικοί στην παραγωγή περιβαλλοντικών ιστοριών- μάλλον "πρέπει" να γράψουν άρθρα που μπορούν να ενισχύσουν την αναγνωσιμότητα. Αν και οι δημοσιογράφοι θα μπορούσαν να γράψουν πολλές διαφορετικές ιστορίες για διάφορες πτυχές του περιβάλλοντος- με τρόπο που να εκπαιδεύει το κοινό- επιλέγουν να παρουσιάζουν το περιβάλλον ως σύγκρουση ή από μια προσέγγιση ανθρώπινου ενδιαφέροντος, ίσως, για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των οργανισμών μέσω ενημέρωσης για αύξηση του αναγνωστικού κοινού (Ambardi, Parahita, Lindawati, Sukarno & Aprillia, 2014).

Οι εφημερίδες και στις δύο χώρες παρουσιάζουν το περιβάλλον ως πρόβλημα ή απειλή με κάποια σχέση με τον άνθρωπο ως θύμα των περιβαλλοντικών προβλημάτων. Παρουσιάζονται ως "ήπιες" ιστορίες από την οπτική γωνία του ανθρώπινου ενδιαφέροντος. Προκειμένου να καλύψουν περιβαλλοντικά θέματα, τα μέσα ενημέρωσης προτιμούν να βρουν ένα γεγονός ή μια ανθρώπινη δράση, παρά τη μακροπρόθεσμη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη, για να συνδέσουν την ιστορία (Ambardi, Parahita, Lindawati, Sukarno & Aprillia, 2014). Αυτό το πρακτική εγείρει ένα ερώτημα σχετικά με τις δυνάμεις που διαμορφώνουν τις ειδήσεις.

Η απεικόνιση των θεμάτων του περιβάλλοντος από τις εφημερίδες στις περισσότερες χώρες δεν έχει να κάνει με την πολιτική, την ιδιοκτησία ή τις πηγές ειδήσεων- έχει να κάνει με τους εργαζόμενους στα μέσα ενημέρωσης -δημοσιογράφους και συντάκτες- οι οποίοι "παρατηρούν" και "επικοινωνούν" το περιβάλλον μέσα από τις δικές τους οπτικές γωνίες και όχι από τις απόψεις των ειδησεογραφικών πηγών. Ωστόσο, η κάλυψη του περιβάλλοντος είναι πολύ μικρή, για να διαπιστωθεί αν υπάρχει ατζέντα που καθορίζεται από τους δημοσιογράφους ή τους συντάκτες (McCluskey, 2008). Παρ' όλα αυτά, η παρούσα μελέτη αποκαλύπτει ότι η ερευνητική δημοσιογραφία στην αναφορά του περιβάλλοντος δεν ασκείται με σκοπό να εξυπηρετήσει και να εκπαιδεύσει το κοινό σχετικά με περιβαλλοντικά θέματα.

5.2 Προτάσεις

Υπάρχουν σαφείς ανάγκες για περαιτέρω έρευνα σε αυτό το πεδίο της πολιτικής/πρακτικής των μέσων ενημέρωσης για την επιστήμη του κλίματος, όπως αναφέρεται σε όλο το παρόν ιστορικό έγγραφο. Υπάρχουν πολυάριθμοι τομείς στους

οποίους μπορεί (και πρέπει) να επιδιωχθεί αυτό. Για παράδειγμα, χρειάζεται απλώς περισσότερη έρευνα που να εξετάζει ειδικά την κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης της προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή. Μέχρι σήμερα, οι προαναφερθείσες μελέτες του παρόντος εγγράφου έχουν επικεντρωθεί είτε στην κλιματική αλλαγή γενικά είτε σε άλλα περιβαλλοντικά ζητήματα. Επιπλέον, υπάρχει σαφής ανάγκη να επεκταθούν οι εργασίες αυτές και σε άλλες χώρες, όπως η Κίνα, η Ινδία και η Βραζιλία (Leiserowitz et al, 2022).

Ο Boykoff (2004) εξέτασε την κάλυψη της κλιματικής αλλαγής από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης των ΗΠΑ και του Ηνωμένου Βασιλείου και η παρούσα έρευνα επισημαίνει άλλες σημαντικές μελέτες που επίσης πραγματοποιήθηκαν στις ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο, καθώς και σε χώρες όπως η Γερμανία, η Γαλλία, η Αυστραλία και η Νέα Ζηλανδία. Ωστόσο, οι αναλύσεις της κάλυψης από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης σε χώρες στις τρέχουσες διεθνείς διαπραγματεύσεις του ΟΗΕ για την κλιματική πολιτική μπορούν να βοηθήσουν στη διευκρίνιση των συνεχιζόμενων εμποδίων, καθώς και στην ενίσχυση των δράσεων (Leiserowitz et al, 2022). Φαίνεται να υπάρχει μια νέα ώθηση της επιστημονικής και δημοσιογραφικής κάλυψης σχετικά με την ανάγκη μαζικής εξωτερικής βοήθειας για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή.

Συνολικά, τα εργαλεία που αποκτήθηκαν από βιβλιογραφία στον τομέα της κάλυψης της περιβαλλοντικών ζητημάτων από τα μέσα ενημέρωσης θα βοηθήσουν στον εντοπισμό των βασικών τάσεων, των δυνατών και αδύναμων σημείων. Η αποτελεσματική κάλυψη αυτού του πολύπλοκου θέματος του περιβάλλοντος αποτελεί πρόκληση για τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Όπως περιγράφεται σε όλο το παρόν έγγραφο, υπάρχουν εξωτερικές και εσωτερικές πιέσεις σε πολλαπλές κλίμακες, τόσο στη δημόσια όσο και στην ιδιωτική σφαίρα με την πάροδο του χρόνου. Αν και η ενημέρωση για τη φυσική επιστήμη έχει βελτιωθεί τα τελευταία χρόνια, η κάλυψη των πολύπλοκων

βιολογικών και ανθρώπινων διαδικασιών και δραστηριοτήτων (όπως η προσαρμογή), μόλις αρχίζει να αναπτύσσεται (McCluskey, 2008).

Επιπλέον, μολονότι η περιβαλλοντική κάλυψη έχει επικεντρωθεί σε τεχνικές πτυχές (όπως η δέσμευση του άνθρακα), ήταν πιο δύσκολο να καλυφθούν αποτελεσματικά ηθικά, δεοντολογικά και πολιτιστικά ζητήματα. Ωστόσο, δεδομένης της αύξησης της ποσότητας της κάλυψης συνολικά, υπάρχουν περισσότερα περιθώρια για ποιοτική ενημέρωση σε αυτούς τους τομείς (Kunelius et al, 2017) . Πολλές από αυτές τις πιέσεις και τους παράγοντες έχουν αποδειχθεί αντιφατικές (για παράδειγμα, η αντιμετώπιση των ζητημάτων κατανάλωσης εν μέσω των επιδιώξεων της εταιρικής οργάνωσης των μέσων ενημέρωσης), αλλά ορισμένες μπορούν με αισιοδοξία να θεωρηθούν συμπληρωματικές (όπως η αυξημένη προσοχή του κοινού στο θέμα και, συνεπώς, η μεγαλύτερη ατομική και συλλογική ενασχόληση με τις προκλήσεις που αυτό συνεπάγεται).

Βιβλιογραφία

Ελληνική βιβλιογραφία

Δεληγιάννη, Σ., Σκαναβή, Κ., Μαρίνη, Κ. & Ευαγγελινός, Κ. (2017). Η αποτύπωση των περιβαλλοντικών αξιών και η επίδραση των ΜΜΕ και της κοινωνίας στο περιβαλλοντικό προφίλ νέων στη δυτική Αττική, Στο: Καρανικόλα, Π. (Επιμ.), Προστασία Φυσικού Περιβάλλοντος. Ορεστιάδα: Τμήμα Δασολογίας και Διαχείρισης Φυσικών Πόρων, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, 21-32.

Κάππας, Ξ. (2009). Περιβάλλον, ΜΜΕ και ΜΚΟ. Στο: Περιβάλλον και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, Αθήνα: Μορφωτικό ίδρυμα της Ενώσεως Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών, 19-20.

Κάτζη- Beltrán, Χρ., Θεοχαρίδης, Σ. & Λάμπρου, Η. (2016). ΜΜΕ και Περιβαλλοντική Ενημέρωση: Η σχέση με μια κοινωνικά κριτική εκπαίδευση για την αιφόρο ανάπτυξη. Στο: Μανωλάς, Ευ. & Τσαντόπουλος, Γ. (Επιμ.), Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Επικοινωνία. Ορεστιάδα: Τμήμα Δασολογίας και Διαχείρισης Φυσικών Πόρων, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, 142-155.

Παπανικολάου, Α. (2012). Ερμηνεία περιβάλλοντος και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση στις προστατευόμενες περιοχές. Διδακτορική διατριβή: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ). Σχολή Δασολογίας και Φυσικού Περιβάλλοντος. Τομέας Σχεδιασμού και Ανάπτυξης Φυσικών Πόρων. Εργαστήριο Δασικής Αναψυχής, Περιβαλλοντικής Αγωγής και Κοινωνιολογίας. Διαθέσιμο στο <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/36459>

Πυργιώτη, Σ. (2020). Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και η περιβαλλοντική πληροφόρηση. Διαθέσιμο στο <https://repo.lib.duth.gr/jspui/handle/123456789/11336>

Φιλίππου, Α. (2020). Περιβαλλοντική εκπαίδευση στη Φινλανδία και την Ελλάδα: συγκλίσεις και αποκλίσεις. Διαθέσιμο στο <https://hellanicus.lib.aegean.gr/handle/11610/21574>

Ξένη βιβλιογραφία

Adam, B., Allan, S. & Carter, C. (Eds.). (2000). *Environmental Risks and the Media* (1st ed.). Routledge. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.4324/9780203164990>

Akmal, J. & Ahmad, J. (2011). PENGGUNAAN FACEBOOK OLEH BADAN BUKAN KERAJAAN ALAM SEKITAR (ENGO) DALAM MENYAMPAIKAN

MESEJ ALAM SEKITAR. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 27. Διαθέσιμο στο http://journalarticle.ukm.my/3256/1/V27_2_9.pdf

Alexander, R. (2009). *Framing Discourse on the Environment: A Critical Discourse Approach*. London and New York: Routledge.

Ambardi, K., Parahita, G., Lindawati, L., Sukarno, A., Aprillia, N. (2014). Mapping Digital Media: Country Report Indonesia, Open Society Foundations, Διαθέσιμο στο <https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/9e564507-54b4-40ef-929b-5cf8885adebe/mapping-digital-media-indonesia-20140326.pdf>

Anafo, D. (2019). Between science and local knowledge: Improving the communication of climate change to rural agriculturists in the Bolgatanga Municipality, Ghana. *Local Environment*, 24(3), 201-215. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13549839.2018.1557126>

Areia, N. P., Intrigliolo, D., Tavares, A., Mendes, J. M. & Sequeira, M. D. (2019). The role of media between expert and lay knowledge: A study of Iberian media coverage on climate change. *The Science of the total environment*, 682, 291–300. Διαθέσιμο στο <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31125741/>

Arlt, D., Hoppe, I. & Wolling, J. (2011). Climate change and media usage: Effects on problem awareness and behavioural intentions. *International Communication Gazette*, 73(1–2), 45–63. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1177/1748048510386741>

ASNE (American Society of Newspaper Editors). (2002). *Statement of Principles*. Διαθέσιμο στο <https://www.unm.edu/~pubboard/ASNE%20Statement%20of%20Principles.pdf>

Audit Bureau of Circulation Malaysia (ABCM). (2012). Circulation figures newspapers- Peninsular Malaysia, July 2012 to December 2012. Διαθέσιμο στο <http://abcm.org.my/wp-content/reports/2012/ABC-Circulation-Figures-Pen-Mal-Geog-Dist-Jul2012toDec2012.pdf>.

Bacon, W. (2011). A sceptical climate: Media coverage of climate change in Australia. part 1—Climate change policy. Sydney, NSW: Australian Centre for Independent Journalism.

Beiser-McGrath, L. F. & Bernauer, T. (2021). Current Surveys May Underestimate Climate Change Skepticism Evidence from List Experiments in Germany and the USA.

<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0251034>

Bell, A. (1994). Media (mis)communication on the science of climate change. *Public Understanding of Science*, 3(3), 259–275. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1088/0963-6625/3/3/002>

Bennett, L. (1996). An Introduction to Journalism Norms and Representations of Politics. *Political Communication*, 13: 373–384. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584609.1996.9963126>

Betsill, M. M. (2017). Trump's Paris withdrawal and the reconfiguration of global climate change governance. *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, 15(3), 189-191. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10042857.2017.1343908>

Boler, M. (2008). *Digital media and democracy: tactics in hard times*. Cambridge: MIT Press.

Bonds, E. & Downey, L. (2012). Green? Technology and Ecologically Unequal Exchange: The Environmental and Social Consequences of Ecological Modernization in the World-System. *Journal of World-Systems Research*, 18(2), 167–186. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.5195/jwsr.2012.482>

Boyd, d. m. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. Διαθέσιμο στο <https://www.socialcapitalgateway.org/content/paper/boyd-d-m-ellison-n-b-2007-social-network-sites-definition-history-and-scholarship-jour>

Boykoff, M. & Boykoff, J. (2004). Balance as bias: Global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, 14: 125-136.

Boykoff, M. & Boykoff, J. (2007). Climate Change and Journalistic Norms: A Case-Study of U.S. Mass-Media Coverage. *Geoforum*, 38(6): 1190–1204. Διαθέσιμο στο <https://www.eci.ox.ac.uk/publications/downloads/boykoff07-geoforum.pdf>

Boykoff, M. (2011). *Who speaks for the climate? Making sense of media reporting on climate change*. New York, NY: Cambridge University Press.

Boykoff, M. T. & Roberts, J. T. (2007). Media coverage of climate change: Current trends, strengths, weaknesses. *Human development report*, 2008(3), 1-53. Διαθέσιμο στο

https://www.academia.edu/download/25464429/boykoff__maxwell_and_roberts__j._timmons.pdf

Cacciatore, M.A., Scheufele, D.A. & Iyengar, S. (2016). The end of framing as we know it... and the future of media effects. *Mass Communication and Society*, 19:1, 7-23.

Carleton, T. A. (2017). Crop-damaging temperatures increase suicide rates in India. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(33), 8746-8751. Διαθέσιμο στο <https://www.pnas.org/doi/abs/10.1073/pnas.1701354114>

Carolan, M. (2010). Sociological ambivalence and climate change. *Local Environment*, 15, 309-321. Διαθέσιμο στο https://www.researchgate.net/publication/232927279_Sociological_ambivalence_and_climate_change

Carvalho, A. & Burgess, J. (2005). Cultural circuits of climate change in UK broadsheet newspapers, 1985–2003. *Risk Analysis: An International Journal*, 25(6), 1457-1469. Διαθέσιμο στο <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1539-6924.2005.00692.x>

Carvalho, A. (2005). Representing the Politics of the Greenhouse Effect. *Critical Discourse Studies*, 2(1): 1–29.

Carvalho, A. (2010). Media (ted) discourses and climate change: a focus on political subjectivity and (dis) engagement. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 1(2), 172-179. Διαθέσιμο στο <https://wires.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/wcc.13>

Chetty, K., Devadas, V. & Fleming, JS. (2015). The framing of climate change in New Zealand newspapers from June 2009 to June 2010, *Journal of the Royal Society of New Zealand*, 45:1, 1-20, Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03036758.2014.996234>

Cho, H. & Sands, L. (2011). Gain-and loss-frame sun safety messages and psychological reactance of adolescents. *Communication Research Reports*, 28(4), 308-317. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08824096.2011.616242>

Chu, H. & Yang, J. Z. (2018). Taking climate change here and now—mitigating ideological polarization with psychological distance. *Global Environmental Change*, 53,

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959378018301249>

Chu, H. & Yang, J. Z. (2019). Emotion and the Psychological Distance of Climate Change. *Science Communication*, 41(6), 761–789. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1177/1075547019889637>

Chubb, P. & Bacon, W. (2010). Australia: Fiery politics and extreme events. In Eide, E., Kunelius, R., & Kumpu, V. (Eds.), *Global Climate, local journalisms—A transnational study of how media make sense of climate summits* (pp. 51-65). Bochum/Freiberg: Projekt Verlag.

Chubb, P. (2012). Really, fundamentally wrong: Media coverage of the business campaign against the Australian carbon tax. In Eide, E. & Kunelius, R. (Eds.), *Media meets climate—The global challenge for journalism*. (pp. 179-194). Gothenburg, Sweden: Nordicom.

Chubb, P. (2014). *Power failure: The inside story of climate politics under Rudd and Gillard*. Melbourne: Black Inc.

Conversa, T. N. S. (2008). Emissions Trading Scheme (ETS) Research: National Survey (Quantitative): A Summary of Quantitative Research amongst the General Public.

Corbett, A. C. (2005). Experiential Learning within the Process of Opportunity Identification and Exploitation, *Entrepreneurship Theory and Practice*, , vol. 29(4), 473-491, Διαθέσιμο στο <https://ideas.repec.org/a/sae/entthe/v29y2005i4p473-491.html>

De Rueda, Á. (2013). *El discurso político y el tratamiento periodístico del cambio climático en la prensa española durante las Conferencias de las Partes de Naciones Unidas: de Copenhagen (2009) a Varsovia*. 2014. PhD in Social Communication- Faculty of Humanities and Social Communication, Universidad CEU Cardenal Herrera, Valencia, 2014. Διαθέσιμο στο <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=99159>

Della Seta, R. (2000). *La difesa dell'ambiente in Italia: storia e cultura dell'ambientalismo in Italia [Environmental protection in Italy: History and culture of environmentalism in Italy]*. Milano: FrancoAngeli.

Depoux, A., Hémono, M., Puig-Malet, S. et al. (2017). Communicating climate change and health in the media. *Public Health Rev* 38, 7. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1186/s40985-016-0044-1>

Dessai, S., Branco, K. & Doria, M. F. (2001). Climate change and media in Portugal: Preliminary results. *International Conference on Climate Change Science, Economics and Politics*. Διαθέσιμο στο <https://www.richtmann.org/journal/index.php/mjss/article/view/11345/10953>

Dotson, D. M., Jacobson, S. K., Kaid, L. L. & Carlton, J. S. (2012). Media coverage of climate change in Chile: A content analysis of conservative and liberal newspapers. *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 6(1), 64-81. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17524032.2011.642078>

Dunwoody, S. & Peters, H. P. (1992). Mass media coverage of technological and environmental risks: a survey of research in the United States and Germany. *Public Understanding of Science*, 1(2), 199–230. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1088/0963-6625/1/2/004>

EAO. (2016). Yearbook 2015: Television, VOD, Cinema and Video in 39 European States: Markets and Players, Services and Usage. Strasbourg: European Audiovisual Observatory. (Yearbook Online Service accessed September 2016). Διαθέσιμο στο <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/publications>

Economy EC (2004) *The River Runs Black: The Environmental Challenge to China's Future*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Eide, E. & Kunelius, R. (Eds.) (2012). Media meets climate—The global challenge for journalism. Gothenburg, Sweden: Nordicom.

Eide, E., Kunelius, R. & Kumpu, V. eds. (2010). Global Climate—local journalisms—a transnational study of how media make sense of climate summits. Global Journalism Research Series. Bochum/Freiburg: Projekt Verlag.

Eilperin, J. (2005). Severe Hurricanes Increasing, Study Finds. *Washington Post*, September 16: A13.

Entman, R. M. (1993). Framing—toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication* 43: 51–58. Διαθέσιμο στο <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

ENVIRONMENTAL JUSTICE FOUNDATION–EJF. (2017). Beyond borders: our changing climate—its role in conflict and displacement. Διαθέσιμο στο <https://ejfoundation.org/reports/beyond-borders>

Ereaut, G. & Segnit, N. (2006). *Warm words: how are we telling the climate story and can we tell it better?* (32). London: Institute for Public Policy Research.

Eskjær, M. (2017). Climate Change Communication in Middle East and Arab Countries. *ResearchGate*. Διαθέσιμο στο https://www.researchgate.net/publication/323755695_Climate_Change_Communication_in_Middle_East_and_Arab_Countries

Foltz, R. C. (ed.) (2002). *Worldviews, Religion, and the Environment: A Global Anthology*. California: Wadsworth/Thomson Learning, 620.

Fontana, R. & Ferrucci, M. (2014). Environmental Sustainability as Indicator of Social Quality. The New Opportunities Offered by Communication. *International Journal of Social Quality*, 4(1), 41–56

Fox, E. & Rau, H. (2017). Disengaging citizens? Climate change communication and public receptivity. *Irish Political Studies*, 32(2), 224-246. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07907184.2017.1301434>

Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–90. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>

Gamson, W. A. & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1086/229213>

Garcia-Mira, R. Eulogio Real, J. & Romay, J. (2005). Temporal and spatial dimensions in the perception of environmental problems: an investigation of the concept of environmental hyperopia. *International Journal of Psychology*, 40(1), 5-10. Διαθέσιμο στο <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1080/00207590444000078>

Giannoulis, C., Botetzagias, I. & Skanavis, C. (2010). Newspaper reporters' priorities and beliefs about environmental journalism: An application of Q-methodology. *Science Communication*, 32(4), 425-466. Διαθέσιμο στο <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1075547010364927>

Gifford, R. (2011). The dragons of inaction: psychological barriers that limit climate change mitigation and adaptation. *American psychologist*, 66(4), 290. Διαθέσιμο στο <https://doi.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2Fa0023566>

Gil de Zúñiga, H., Jung, N. & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336. Διαθέσιμο στο <https://academic.oup.com/jcmc/article/17/3/319/4067682>

Grundmann, R. (2007) Climate change and knowledge politics, *Environmental Politics*, 16:3, 414-432. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09644010701251656>

Hackett, R., Forde, S., Foxwell-Norton, K. & Gunster, S. (2017). Journalism and climate crisis: Public engagement, media alternatives. Abingdon, UK: Routledge.

Hansen, A. (1991). The media and the social construction of the environment. *Media, Culture & Society*, 13(4), 443-458. Διαθέσιμο στο <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/016344391013004002>

Hansen, J. (2007). How Can We Avert Dangerous Climate Change? *arXiv Operational Status*. Διαθέσιμο στο <https://arxiv.org/abs/0706.3720>

Holt, D. & Barkemeyer, R. (2012). Media coverage of sustainable development issues – attention cycles or punctuated equilibrium? *Sustainable Development*, 20, 1-17. Διαθέσιμο <https://www.semanticscholar.org/paper/Media-coverage-of-sustainable-development-issues-%E2%80%93-Holt-Barkemeyer/b17aaf625dae7c4821acbc463388634d5a886256>

Hultman, M. & Anshelm, J. (2017). Masculinities of Global Climate Change Exploring ecomodern, industrial and ecological masculinity. In *Climate Change and Gender in Rich Countries*. England: Routledge.

Iyengar, S. (1987). Television news and citizens' explanations of national affairs. *American Political Science Review*, 81. 815-831.

Jauhariatul, A. & Jamilah, A. (2011). Penggunaan Facebook oleh badan bukan kerajaan alam sekitar (ENGO) dalam menyampaikan mesej alam sekitar. *Jurnal Komunikasi*, 27(2), 161–182. Διαθέσιμο στο http://journalarticle.ukm.my/3256/1/V27_2_9.pdf

Jones, C., Hine, D. W. & Marks, A. D. (2017). The future is now: Reducing psychological distance to increase public engagement with climate change. *Risk Analysis*, 37(2), 331-341. Διαθέσιμο στο <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/risa.12601>

Kenix, L. J. (2008). The Internet as a tool for democracy? A survey of non-profit Internet decision-makers and Web users. *First Monday*, 13(7). Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.5210/fm.v13i7.2124>

Kirillov, N.B. (2003). *Media Culture as an integrator of social modernization of the environment*: PhD Thesis. Moscow.

Kua, E., Reder, M. & Grossel, M. J. (2004). Science in the News: A Study of Reporting Genomics. *Public Understanding of Science*, Berlin, v. 13, n. 3, 309-22. Διαθέσιμο στο <https://bio.davidson.edu/courses/genomics/PopularPress.pdf>

Kunelius, R., Eide, E., Tegelberg, M. & Yagodin, D. (Eds.) (2017). *Media and global climate knowledge—journalism and the IPCC*. New York, NY: Palgrave MacMillan.

Laakkonen, S., Laurila, S., Kansanen, P. & Schulman, H. (2001). Näkökulmia Helsingin ympäristöhistoriaan, kaupungin ja ympäristön muutos 1800- ja 1900-luvuilla, Helsingin kaupungin tietokeskus & Edita, Helsinki.

Lacy, S., Riffe, D. & Varouhakis, M. (2007). Where do Ohioans get their environmental news? *Newspaper Research Journal*. 28(1), 70-84. Διαθέσιμο στο <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/073953290702800106>

Lazarus, R. S. (2006). *Stress and emotion: A new synthesis*. Springer publishing company. Διαθέσιμο στο <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=mATTP46QIp4C&oi=fnd&pg=PR7&ots=n8WmzIdb6t&sig=-nEluTdQVLuUz9iilIIBjDKJKQ>

Leiserowitz, A., Carman, J., Buttermore, N., Neyens, L., Rosenthal, S., Marlon, J., Schneider, J. & Mulcahy, K. (2022). International Public Opinion on Climate Change, 2022. Yale Program on Climate Change Communication and Data for Good at Meta. Διαθέσιμο στο <https://climatecommunication.yale.edu/wp-content/uploads/2022/06/international-public-opinion-on-climate-change-2022a.pdf>

Leon, B. & De Lara, A. (2013). Ciencia y cambio climático. Estudio de la cobertura del cambio climático en la prensa española. In: Mancinas, R. (Coord.); Fernández, R. (Dir.), *Medios de comunicación y cambio climático*. Sevilla: Fénix, 91–104. Διαθέσιμο στο <https://core.ac.uk/download/pdf/51399607.pdf>

Lester, L. & Hutchins, B. (Eds.) (2013). *Environmental conflict and the media*. New York, NY: Peter Lang.

Lomborg, B. (2001). The Skeptical Environmentalist. *Scientific American*. 207. Διαθέσιμο στο

https://www.researchgate.net/publication/260927258_The_Skeptical_Environmentalist

Lopera, E. & Moreno, C.P. (2014). *The uncertainties of climate change in Spanish daily newspapers: content analysis of press coverage from 2000 to 2010*. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.22323/2.13010202>

Lorenzoni, I., Nicholson-Cole, S. & Whitmarsh, Lorraine E. (2007). Barriers perceived to engaging with climate change among the UK public and their policy implications. *Global Environmental Change* 17 (3-4), 445-459. Διαθέσιμο στο <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959378007000209?via%3Dihub>

Luedecke, G. & Boykoff, M. (2017). Environment and the Media. *The International Encyclopedia of Geography*. Διαθέσιμο στο https://sciencepolicy.colorado.edu/admin/publication_files/2017.04.pdf

Lyytimäki, J. & Tapio, Pi. (2009). Climate Change as Reported in the Press of Finland: from Screaming Headlines to Penetrating Background Noise. *International Journal of Environmental Studies*. 66. 723-735. Διαθέσιμο στο https://www.researchgate.net/publication/232977269_Climate_Change_as_Reported_in_the_Press_of_Finland_from_Screaming_Headlines_to_Penetrating_Background_Noise

Lyytimäki, J. (2015). Towards a bright future? The systems intelligent perspective on the management of light pollution. In: Hatakka, A., Vehmas, J., (Eds.), *Sustainable Futures in a Changing Climate*. Proceedings of the Conference “Sustainable Futures in a Changing Climate, 11–12 June 2014, Helsinki, Finland. *FFRC eBOOK 2/2015*. Finland Futures Research Centre, University of Turku, 66–74. Διαθέσιμο στο https://www.researchgate.net/publication/281294663_Towards_a_Bright_Future_The_Systems_Intelligent_Perspective_on_the_Management_of_Light_Pollution

Maibach, E. W., Kreslake, J. M., Roser-Renouf, C., Rosenthal, S., Feinberg, G. & Leiserowitz, A. A. (2015). Do Americans understand that global warming is harmful to human health? Evidence from a national survey. *Annals of global health*, 81(3), 396-409.

Maibach, E. W., Nisbet, M., Baldwin, P., Akerlof, K., & Diao, G. (2010). Reframing climate change as a public health issue: an exploratory study of public reactions. *BMC public health*, 10(1), 1-11.

Maibach, E. W., Roser-Renouf, C. & Leiserowitz, A. (2008). Communication and marketing as climate change–intervention assets: A public health perspective. *American journal of preventive medicine*, 35(5), 488-500.

Malhotra, A., Melville, N. P. & Watson, R. T. (2010). Information systems and environmental sustainability. *MIS Quarterly*, 24(2), 429–430.

Manning, M., Lawrence, J., King, D. & Chapman, R. (2014). Dealing with changing risk: a New Zealand perspective on climate change adaptation. *Regional Environmental Change*.

Διαθέσιμο στο
https://www.researchgate.net/publication/265510373_Dealing_with_changing_risk_a_New_Zealand_perspective_on_climate_change_adaptation

McCluskey, M. (2008). Reporter Beat in Environmental Stories and Content Differences, *AEJMC*, 85(1); 83-98.

McKnight, D. (2012). *Rupert Murdoch—An investigation of political power*. Sydney, NSW: Allen and Unwin.

Medvedeva, T.Y. & Merenkoc, D.I. (2015). Psychological features of perception of advertising image by students. Fundamental and applied scientific researches. *Collection of articles of International scientific and practical conference* , 303-306. Ufa: Aeterna.

Meira, C. & Ángel, P. (2013). Problemas ambientales globales y educación ambiental: Una aproximación desde las representaciones sociales del cambio climático I. *Rev. de Inv. Educ.* [online]. vol.6, n.3, 29-64. ISSN 1997-4043. Διαθέσιμο στο http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1997-40432013000300003

Melville, N. P. (2010). Information systems innovation for environmental sustainability. *MIS Quarterly*, 34(1), 1–21. Διαθέσιμο στο <https://www.jstor.org/stable/20721412>

Merriam-Webster. (n.d.). Environment. *In Merriam-Webster.com dictionary*. Ανακτήθηκε Νοέμβριος 27, 2022. Διαθέσιμο στο <https://www.merriam-webster.com/dictionary/environment>

Metag, J. (2016). Content Analysis in Climate Change Communication. *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science* στο Metag, J. Content Analysis in Climate Change Communication. Oxford Research Encyclopedia of Climate Science. Διαθέσιμο στο

<https://oxfordre.com/climatescience/view/10.1093/acrefore/9780190228620.001.0001/acrefore-9780190228620-e-486>.

Mkhanda, N. & Smith, N. (2021). *How African Media Covers Africa*. Johannesburg: Africa No Filter. Ανακτήθηκε 14/1/2023 από https://au.int/sites/default/files/documents/41635-doc-How_African_Media_Covers_Africa_Report.pdf

Moeller, J., de Vreese, C., Esser, F. & Kunz, R. (2014). Pathway to Political Participation: The Influence of Online and Offline News Media on Internal Efficacy and Turnout of First-Time Voters. *American Behavioral Scientist*, 58(5), 689–700. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1177/0002764213515220>

Mora, C., Dousset, B., Caldwell, I. R., Powell, F. E., Geronimo, R. C., Bielecki, C. R., ... & Trauernicht, C. (2017). Global risk of deadly heat. *Nature climate change*, 7(7), 501-506. Διαθέσιμο στο <https://www.nature.com/articles/nclimate3322?dom=pri>

Morton, T., Rabinovich, A., Marshall, D. & Bretschneider, P. (2011). The future that may (or may not) come: How framing changes responses to uncertainty in climate change communications. *Global Environmental Change*. 21. 103-109. Διαθέσιμο στο https://www.researchgate.net/publication/220041853_The_future_that_may_or_may_not_come_How_framing_changes_responses_to_uncertainty_in_climate_change_communications

Myers, T. A., Nisbet, M. C., Maibach, E. W., & Leiserowitz, A. A. (2012). A public health frame arouses hopeful emotions about climate change: A letter. *Climatic change*, 113, 1105-1112.

Nabi, R. L., Gustafson, A. & Jensen, R. (2018). Framing climate change: Exploring the role of emotion in generating advocacy behavior. *Science Communication*, 40(4), 442-468. Διαθέσιμο στο <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1075547018776019>

Napoli, P. M., Stonbely, S., McCollough, K. & Renninger, B. (2015). *Assessing the health of local journalism ecosystems: A comparative analysis of three New Jersey communities*. Report prepared for the Democracy Fund, the Geraldine R. Dodge

Foundation, and the John S. and James L. Knight Foundation. Διαθέσιμο στο http://wp.comminfo.rutgers.edu/mpii-new/wp-content/uploads/sites/129/2015/06/Assessing-Local-Journalism_Final-Draft-6.23.15.pdf.

Nelkin, D. (1995). *Selling science*. New York: Freeman.

Newman, N. (2018). *Journalism, media and technology trends and predictions 2018*. 1–50. Reuters Institute for the Study of Journalism. Διαθέσιμο στο <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:45381ce5-19d7-4d1c-ba5e-3f2d0e923b32>

Newman, N., Fletcher, R., Levy, A. D. L & Rasmus K. N. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Διαθέσιμο στο https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf

Nielsen, R. K. & Linnebank, G. (2011). *Public Support for the Media: A Six-Country Overview of Direct and Indirect Subsidies*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Διαθέσιμο στο http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/Publications/Working_Papers/Public_support_for_Media.pdf

Nielsen, R. K., & Sambrook, R. (2016). *What is Happening to Television News?* Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Διαθέσιμο στο <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/what-happening-television-news>

Nielsen, R. K., Cornia, A. & Kalogeropoulos, A. (2016). Challenges and Opportunities for News Media and Journalism in an Increasingly Digital, Mobile and Social Media Environment. Διαθέσιμο στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2879383

Nisbet, M. C. (2009). Communicating climate change: Why frames matter for public engagement. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 51(2), 12–23. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.3200/ENV51.2.12-23>

NPC & CPPCC Annual Sessions. (2013). Sessions in progress. Διαθέσιμο στο <http://www.xinhuanet.com/english/special/2013lh/> (accessed 23 July 2013)

Oakley, R. L. & Salam, A. F. (2014). Examining the impact of computer-mediated social networks on individual consumerism environmental behaviors. *Computers in*

Human Behavior, 35, 516–526. Διαθέσιμο στο <https://psycnet.apa.org/record/2014-12051-001>

O'Donnell, C. & Rice, R. E. (2008). Coverage of environmental events in US and UK newspapers: frequency, hazard, specificity, and placement. *International Journal of Environmental Studies*, 65(5), 637-654. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00207230802233548>

OECD. (1997). Environment. Glossary of Environment Statistics, *Studies in Methods*, Series F, No. 67, New York: United Nations. Διαθέσιμο στο <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=813>

OECD. (2017). *Investing in climate, investing in growth*. (Paris, OECD Publishing). Διαθέσιμο στο <https://www.oecd.org/env/investing-in-climate-investing-in-growth-9789264273528-en.htm>

Olausson, U. (2011). “We’re the ones to blame”: Citizens’ representations of climate change and the role of the media. *Environmental Communication*, 5(3), 281–299. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17524032.2011.585026>

Oliver, A. (2017). Majority of Australians say climate change a critical threat to Australia’s vital interests. Lowy Institute. Διαθέσιμο στο <https://www.globalcitizen.org/en/content/climate-change-concern-at-record-high-australia/>

Oreskes, N. & Conway, E. (2010). *Merchants of doubt*. Bloomsbury Press.

Östman, J. (2014). The influence of media use on environmental engagement: A political socialization approach. *Environmental Communication*, 8(1), 92–109. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17524032.2013.846271>

Papathanassopoulos, S. (2001). The Decline of Newspapers: the case of the Greek press. *Journalism Studies*, 2(1), 109-123. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700120021838>

Parahita, G. D. (2017). The Practice of Indonesia’s Environmental Reporters: Competence and Challenges. *Asian Journal of Media and Communication*, 1(1), 1–18. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.20885/asjmc.vol1.iss1.art1>

Petersen, A. M., Vincent, E. M. & Westerling, A. L. (2019). Discrepancy in scientific authority and media visibility of climate change scientists and contrarians. *Nature*

communications, 10(1), 1-14. Διαθέσιμο στο <https://www.nature.com/articles/s41467-019-09959-4>?

Potter, W. J. (2009). *Conceptualizing media influence and media effects*. SAGE Publications, Inc., 32. Διαθέσιμο στο <https://dx.doi.org/10.4135/9781483329864>

Poushter, J, Fagan, M. & Gubbala, S. (2022). Climate Change Remains Top Global Threat Across 19-Country Survey. *Pew Research Center*. Διαθέσιμο στο https://www.pewresearch.org/global/wp-content/uploads/sites/2/2022/08/PG_2022.08.31_Global-Threats_FINAL.pdf

Pramod, N.K. (2010). *An Introduction to New Media and Cybercultures*. Oxford: WileyBlackwell.

Quesada, P. M., Blanco, C. E. & Teruel, R. L. (2015). El cambio climático en la prensa europea: discurso editorial en "El País", "Le Monde", "The Guardian" y "Frankfurter Allgemeine Zeitung". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(1), 523-539. Διαθέσιμο στο https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n1.49109

Quick, B. L., Kam, J. A., Morgan, S. E., Montero Liberona, C. A. & Smith, R. A. (2015). Prospect theory, discrete emotions, and freedom threats: An extension of psychological reactance theory. *Journal of Communication*, 65(1), 40-61. Διαθέσιμο στο <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/65/1/40/4082318>

Raftery, A. E., Zimmer, A., Frierson, D. M., Startz, R & Liu, P. (2017). Less than 2 C warming by 2100 unlikely. *Nature climate change*, 7(9), 637-641. Διαθέσιμο στο https://www.nature.com/articles/nclimate3352?source=post_page

Report World Commission on the Environment and Development report (1987). Διαθέσιμο στο <https://www.are.admin.ch/are/en/home/media/publications/sustainable-development/brundtland-report.html>

Revkin, A. C. (2007). Climate Change as News: Challenges in Communicating Environmental Science. In *Climate Change: What It Means for Us, Our Children, and Our Grandchildren*, edited by Joseph F.C. DiMento, 139–159. Cambridge, MA: MIT Press.

Riffe, D. & Reimold, D. (2008). Newspapers get high marks on environmental report card. *Newspaper Research Journal*, 29, 65-79.

Riffe, D., Lacy, S. & Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. New York, NY: Taylor and Francis.

Ripple, W. J., Wolf, C., Newsome, T. M., Galetti, M., Alamgir, M., Crist, E., ... & 15,364 Scientist Signatories from 184 Countries. (2017). World scientists' warning to humanity: a second notice. *BioScience*, 67(12), 1026-1028. Διαθέσιμο στο <https://academic.oup.com/bioscience/article-abstract/67/12/1026/4605229>

Romps, D. & Retzinger, J. (2019). Climate news articles lack basic climate science. *Environmental Research Communications*. 1. Διαθέσιμο στο https://www.researchgate.net/publication/334858640_Climate_news_articles_lack_basi_c_climate_science

Rosenstiel, T., Sonderman, J., Loker, K., Tran, M., Tompson, T., Benz, J. & Junis, D. (2014). The personal news cycle. Chicago, The Media Insight Project. Διαθέσιμο στο https://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2014/03/The_Media_Insight_Project_The_Personal_News_Cycle_Final.pdf

Rowan, K. E. (2003). Informing and explaining skills: Theory and research on informative communication. In J. O. Greene & B. R. Bureson (Eds.), *Handbook of communication and social interaction skills*. 403–438. Lawrence Erlbaum Associates Publishers. Διαθέσιμο στο <https://psycnet.apa.org/record/2003-02258-010>

Ryghaug, M. & Skjølsvold, S. (2016). Climate Change Communication in Norway. Διαθέσιμο στο https://www.researchgate.net/publication/310345608_Climate_Change_Communication_in_Norway

Salleh, A. (2012). Green Economy' or Green Utopia? The Salience of Reproductive Labor Post Rio+20. *Journal of World-Systems Research* 18(2): 141-1 45. Διαθέσιμο στο <https://jwsr.pitt.edu/ojs/jwsr/article/download/468/480/>

Sampei, Y. & Aoyagi-Usui, M. (2009). Mass-media coverage, its influence on public awareness of climate-change issues, and implications for Japan's national campaign to reduce greenhouse gas emissions. *Global Environmental Change*, 19, 203–212. Διαθέσιμο στο <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959378008000964>

Schmidt, A., Ivanova, A. & Schäfer, M. S. (2013). Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries. *Global*

Environmental Change, 23(5), 1233-1248. Διαθέσιμο στο <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S095937801300126X>

Schuldt, J. P., Rickard, L. N. & Yang, Z. J. (2018). Does reduced psychological distance increase climate engagement? On the limits of localizing climate change. *Journal of Environmental Psychology*, 55, 147-153. Διαθέσιμο στο <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0272494418300793>

ShapeNZ (2009). New Zealanders' attitudes to climate change. National climate change survey of 2,851 New Zealanders. *ShapeNZ*. NZ Business Council for Sustainable Development. Auckland.

Shesterina, A.M. (2013). *Media. Voronezh pulse. Cultural environment and cultural policy*. Voronezh:VGU.

Skanavis, C. & Sakellari, M. (2008). Assessment of environmental intention of journalists. *Applied Environmental Education & Communication*, 6(3-4), 233-240. Διαθέσιμο στο <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15330150701271340>

Skanavis, C. (2004). *Environment and communication: having the right to choose*. Athens: Kaleidoskopio.

Smith, I. J. & Rodger, C. J. (2009). Carbon emission offsets for aviation-generated emissions due to international travel to and from New Zealand. *Energy Policy*, 37(9), 3438–3447. Διαθέσιμο στο <https://ideas.repec.org/a/eee/enepol/v37y2009i9p3438-3447.html>

Spence, A. & Pidgeon, N. (2010). Framing and communicating climate change: The effects of distance and outcome frame manipulations. *Glob. Environ. Chang.*, 20, 656–667. Διαθέσιμο στο <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959378010000610>

Stecula, DA. & Merkley, E. (2019). Framing Climate Change: Economics, Ideology, and Uncertainty in American News Media Content From 1988 to 2014. *Front. Commun.* 4:6. Διαθέσιμο στο <https://www.readcube.com/articles/10.3389/fcomm.2019.00006>

Stuart, D. (2009). *Survey on public attitudes to climate change and the emissions trading scheme*. Wellington, N.Z.: Greenhouse Policy Coalition.

Surjadi, H. (2008). "Green City:" Indonesian Newspaper Launches Weekly Environmental Report. Διαθέσιμο στο <http://www.icfj.org/news/green#city-indonesian-newspaper-launches>

Swart, R., Biesbroek, R. & Lourenço, T. C. (2014). Science of adaptation to climate change and science for adaptation. *Frontiers in Environmental Science*, 2, 29. Διαθέσιμο στο <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fenvs.2014.00029/full>

Takahashi, B. (2011). Framing and sources: a study of mass media coverage of climate change in Peru during the V ALCUE. *Public Understanding of Science* 20: 543–557.

Tran, D. (2022). Realities beyond reporting: women environmental defenders in South Africa. *Feminist Media Studies*, 1-18. Ανακτήθηκε 15/2/2023 από <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14680777.2022.2045335>

Tsang, S. & Kolk, A (2010). The evolution of Chinese policies and governance structures on environment, energy and climate. *Environmental Policy and Governance* 20(3): 180–196. Διαθέσιμο στο <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/eet.540>

Tsifodimou, K., Manolas, E. & Tsantopoulos G. (2008). Environmental coverage in the Greek press 1997-2000: An effort to evaluate it, *1st National Environmental Policy and Management Conference*, 20-22 June, Mytilini, Greece. Διαθέσιμο στο <http://www.aegean.gr/Environment/eepd/CONF2008/CONFERENCE%202008%20Praktika.pdf>

Tynkkynen, N. (2017). The pollution of the Baltic Sea: A mirror image of modernization. In J. Costlow, Y. Haila, & A. Rosenholm (Eds.), *Water in Social Imagination. From technological optimism to contemporary environmentalism*. 167–192. Brill Rodopi. Διαθέσιμο στο https://doi.org/10.1163/9789004333444_010

UNEP- United Nations Environment Programme & International Resource Panel (2009). Towards Sustainable Production and use of Resources: Assessing Biofuels-Summary. Διαθέσιμο στο <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/8680>

UNESCO. (2022). World Trends in Freedom of Expression and Media Development *Global Report 2021/2022*. 202. Διαθέσιμο στο <https://www.unesco.org/en/world-media-trends>

United Nations. (2018). SDG 6 synthesis report 2018 on water and sanitation. *Geneva Report No.: 9789211013702*. Διαθέσιμο στο <https://www.unwater.org/publications/sdg-6-synthesis-report-2018-water-and-sanitation>

United Nations. (2018). UN Environment 2018 Annual Report. *UN Environment*. Διαθέσιμο στο <https://www.unep.org/annualreport/2018/index.php#ch-13>

Urazova, S.L. (2014). *Mass media in the multimedia environment. The main problems and risk areas*. Moscow: Academy of Media Industry.

Uzzell, D. L. (2000). The psycho-spatial dimensions of global environmental problems. *Journal of Environmental Psychology*, 20(4), 307–318. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1006/jevp.2000.0175>

Van der Linden, S., Maibach, E. & Leiserowitz, A. (2015). Improving public engagement with climate change: Five “best practice” insights from psychological science. *Perspectives on psychological science*, 10(6), 758-763. Διαθέσιμο στο <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1745691615598516>

Verner, G., Schütte, S., Knop, J., Sankoh, O. & Sauerborn, R. (2016). Health in climate change research from 1990 to 2014: positive trend, but still underperforming. *Global health action*, 9(1), 30723.

Wang, S., Hurlstone, M. J., Leviston, Z., Walker, I. & Lawrence, C. (2019). Climate change from a distance: An analysis of construal level and psychological distance from climate change. *Frontiers in psychology*, 10, 230. Διαθέσιμο στο <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.00230/full>

Water, U. N. (2018). *SDG 6 synthesis report 2018 on water and sanitation*. New York: United Nations, 10017.

Weiner, R., Church, S. P., Lu, J., Esmann, L. A., Getson, J. M., Fleckenstein, M., Radulski, B., Ranjan, P, Usher, E., Prokopy, L. S. & Pfeiffer, L. (2021). Climate change coverage in the United States media during the 2017 hurricane season: implications for climate change communication, *Climatic Change, Springer*, vol. 164(3), 1-19, February. Διαθέσιμο στο https://ideas.repec.org/a/spr/climat/v164y2021i3d10.1007_s10584-021-03032-0.html

Wilson, K. (1995) Mass Media as Sources of Global Warming Knowledge. *Mass Communication Review*, 22(1-2): 75-89.

Woodward, A., Smith, K. R., Campbell-Lendrum, D., Chadee, D. D., Honda, Y., Liu, Q. & Haines, A. (2014). Climate change and health: on the latest IPCC report. *The Lancet*, 383(9924), 1185-1189.

World Bank. (2003). World Development Report 2003: Sustainable Development in a Dynamic World-Transforming Institutions, Growth and Quality of Life. *World Bank*. Διαθέσιμο στο <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/5985>

Xenos, M. & Moy, P. (2007). Direct and differential effects of the Internet on political and civic engagement. *Journal of Communication*, 57(4), 704–718.

Yong, R. & Gang, C. (2008). Strategic transformation of environment and development in China: Evolution, features and challenges. In: Hong Kong Institution of Engineers, Association of Engineering Professionals in Society Ltd (eds) Environmental Policies and Practices in the Mainland and the HKSAR. Hong Kong: Environmental Division, *Hong Kong Institution of Engineers*, 27–57. Διαθέσιμο στο https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1588212

York, R. & Rosa, E.A. (2003). Key Challenges to Ecological Modernization Theory: Institutional Efficacy, Case Study Evidence, Units of Analysis and the Pace of Eco-Efficiency. *Organization & Environment*, 16(3), 273–288. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1177/1086026603256299>

Ιστότοποι

<https://www.ncei.noaa.gov/access/monitoring/monthly-report/global/202213>