



THERE IS NO  
PLANET B

ბრიფინგი ჟურნალისტებისთვის:

როგორ უნდა  
ისაუბროს მედია

კლიმატის ცვლილებაზე

## რატომ უნდა დაფიქრდეს მედია კლიმატის ცვლილების გაშუქების გზებზე?

როგორც ნორვეგიელი ფსიქოლოგი და პოლიტიკოსი, პერ ესპენ სტოკნესი წერს თავის წიგნში „**რაზე ვფიქრობთ, როდესაც ვცდილობთ, რომ გლობალურ დათბობაზე არ ვიფიქროთ**“, თხრობა გადამწყვეტ როლს თამაშობს კლიმატის ცვლილებასთან დაკავშირებული ამბების ნაკლებად დამთრგუნველ და პერსონალურად რელევანტურ საკითხად აღქმაში.<sup>1</sup> შესაბამისად, ჟურნალისტებს, როგორც პროფესიონალ მთხრობელებს, შეუძლიათ გავლენა მოახდინონ იმაზე, თუ როგორ ხედავს მილიონობით ადამიანი კლიმატის ცვლილებასა და გარემოსდაცვით საკითხებს.

საუკეთესო პრაქტიკის მიხედვით, მედიამ აუდიტორიას უნდა მიანდოს ინფორმაცია გლობალურ და ადგილობრივ გარემოსდაცვით თუ კლიმატთან დაკავშირებულ პროცესებზე, რომლებიც ზეგავლენას ახდენს ადამიანების ყოველდღიურ ცხოვრებაზე. გარდა ამ პასუხისმგებლობისა, მედიას აქვს უნარი, ადამიანებს დაანახოს თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ქვეყნის ცვლილება კლიმატის კრიზისის შედეგების შესამცირებლად. ამასთან, მედიას შეუძლია გააძლიეროს მოქალაქეები, რათა მათ ინფორმირებული და მნიშვნელოვანი შეკითხვები დაუსვან გადაწყვეტილების მიმღებ პირებს, რითაც ისინი ხელისუფლებას ხალხის წინაშე ანგარიშვალდებულს გახდიან. „კლიმატის ცვლილების შერბილების ეფექტიანობა დამოკიდებულია საზოგადოების ცოდნაზე კლიმატის ცვლილების შესახებ - ცოდნაზე, რომელსაც ისინი, ყოველდღიურად, მედიიდან იღებენ,“ აღნიშნავს მკვლევარი კრისტენ ალეი სუეინი.<sup>2</sup> კლიმატის ცვლილების ხარისხიანად და რეგულარულად გაშუქებით, მედიას „შეუძლია გადაარჩინოს არაერთი სიცოცხლე, დასახოს გეგმები, შეცვალოს პოლიტიკა და გააძლიეროს ადამიანები, რათა მათ ინფორმირებული გადაწყვეტილებები მიიღონ“ ადგილობრივ დონეზე.

იუნესკოს მიხედვით, კლიმატის ცვლილების კონტექსტში მედიას, ტრადიციულად, სამი მთავარი ფუნქცია აქვს - მოდარაჯის, სოციალური საკითხების ადვოკატირების და, რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია, აუდიტორიის ინფორმირების. აუდიტორიის ინფორმირება მხოლოდ ფაქტების მოქალაქეებისთვის მიწოდებას არ გულისხმობს. ის ასევე გულისხმობს ძალისხმევას იმისთვის, რომ სათქმელი გავრცელდეს, გახდეს რელევანტური და გაშუქდეს მისთვის შესაბამის, რელევანტურ ჩარჩოში, რათა მან აუდიტორია დააინტერესოს.

## რაშია პრობლემა?

„კლიმატის ცვლილება ერთ-ერთი ყველაზე რთულ თემაა სასაუბროდ - სექსზე, ნარკოტიკებსა და რელიგიაზე უფრო რთულიც კი; ისეთივე რთული, როგორცაა სიკვდილი ან დეპრესია,“ აღნიშნავს რებეკა ჰანთლი თავის წიგნში „როგორ ვისაუბროთ კლიმატის ცვლილებაზე.“<sup>3</sup> ამას ორი ძირითადი მიზეზი აქვს:

<sup>1</sup> Stoknes, P. E., & Randers, J. (2015). What we think about (when we try not to think about) global warming: Toward a new psychology of climate action. Chelsea Green Publishing Co.

<sup>2</sup> Swain, K.A. (2015). Mass Media Roles in Climate Change Mitigation. In: Chen, WY., Suzuki, T., Lackner, M. (eds) Handbook of Climate Change Mitigation and Adaptation. Springer, New York, NY. [https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6431-0\\_6-2](https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6431-0_6-2)

<sup>3</sup> How to Talk About Climate Change in a Way That Makes a Difference, Rebecca Huntley

- კლიმატის ცვლილება ხშირად შექდება აპოკალიფსურ ჟანრში. ადამიანის გადაშენების შიში და ხელშესახები ცვლილებები ჩვენს გარემოში, რომელსაც ვიზუალურად თუ სხვადასხვა შეგრძნებების მეშვეობით აღვიქვამთ, ჟურნალისტებს კლიმატის ცვლილების გაშუქებისას განგაშის ზარების შემოკვრისაკენ უბიძგებს. ასეთ მიდგომას ხშირად ალარმბზმს უწოდებენ ხოლმე (ინგლ.: alarm - განგაში). ამ ტიპის გაშუქება აუდიტორიის შოკირებას ცდილობს და ხელს უწყობს „კლიმატურ შფოთვის“ გავრცელებას, რომელიც გულისხმობს „კლიმატის ცვლილებასთან დაკავშირებულ შიშს, ნუხილს ან დაძაბულობას.“<sup>4</sup>
- კლიმატის ცვლილება ნეიტრალური საკითხი სულაც არ არის, რომელზეც ყველა თანხმდება. მიუხედავად იმისა, რომ არსებობს უამრავი მტკიცებულება, რაც ადასტურებს, რომ კლიმატის ცვლილებას ჩვენ, ადამიანები ვინვევთ და რომ მას უარყოფითი ზეგავლენა აქვს ადამიანის სიცოცხლეზე,<sup>5</sup> არსებობს გულწრფელი აზრთა სხვადასხვაობაც იმაზე, თუ როგორ უნდა ვუპასუხოთ ამ გამოწვევას სხვა პრობლემების გათვალისწინებასთან ერთად, და რა გზებით შეიძლება მასთან დაპირისპირება. მნიშვნელოვანი ფაქტორია ისაც, რომ სხვადასხვა პოლიტიკური თუ იდეოლოგიური ჯგუფი მიზანმიმართულად ცდილობს თემის გარშემო საზოგადოების გაყოფას, პოლიტიკური პოლარიზაციის გაღრმავებას და ყალბი პოლიტიკური დღის წესრიგის შექმნას საკითხის გარშემო. ამისათვის, ისინი ავრცელებენ დეზინფორმაციას, მათ შორის, სამეცნიერო და ეკონომიკურ თემებსა და საზოგადოებრივ განწყობებთან დაკავშირებით. ამ პირობებში, მედიის ფუნქციაა მეცნიერებაზე დაფუძნებული ფაქტების გადმოცემა გლობალურ პროცესზე, რომელიც დედამიწის მთლიან მოსახლეობაზე ზემოქმედებს, რაც მედიის როლს კიდევ უფრო კრიტიკულად მნიშვნელოვანს ხდის.

გავრცელებულია წარმოდგენა, რომ ქართულ აუდიტორიას კლიმატის ცვლილება და მისი შედეგები არ აინტერესებს, რადგან ყოველდღიური პრობლემები, ეკონომიკურად და პოლიტიკურად რთული გარემო აღნიშნულ თემაზე ფიქრისათვის სივრცეს აღარ ტოვებს. თუმცა, ევროკავშირის ეგიდით გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) მიერ ჩატარებული კვლევა აჩვენებს, რომ საქართველოს მოსახლეობის 60%-ს მიაჩნია, რომ კლიმატის ცვლილება ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი გლობალური გამოწვევაა.<sup>6</sup> ამასთან, რესპონდენტთა 91% ფიქრობს, რომ კლიმატის ცვლილება რეალური საფრთხეა კაცობრიობისთვის.<sup>7</sup> შესაბამისად, საზოგადოებას გაცილებით უფრო მეტად აინტერესებს კლიმატთან დაკავშირებული ცვლილებები, ვიდრე ამას ურბანული მითები გვიყვება. მეტიც, ამავე კვლევის მიხედვით, გამოკითხულთა 64.70 %-ს მიაჩნია, რომ „ქცევით/ცხოვრების წესით შეუძლიათ შეიტანონ წვლილი კლიმატის ცვლილებით გამოწვეული საფრთხეების განეიტრალებაში.“<sup>8</sup>

## რა უნდა ქნას მედიამ?

### 1 | ისაუბრე! 🔊

ჩვენ, ჟურნალისტებს, შეგვიძლია გავაუმჯობესოთ კლიმატის ცვლილებისა და გარემოსდაცვითი საკითხების გაშუქება, თუკი შევძლებთ და უზრუნველვყოფთ თანმიმდევრულობას, როგორც გაშუქების სიხშირის, ისე თემისადმი მიდგომის კუთხით. აუდიტორიას უნდა ჰქონდეს მოლოდინი, რომ თუკი კლიმატის ცვლილებაზე მეტის გაგებას გადაწყვეტენ, მათ შეუძლიათ ინფორმაციისთვის ჩვენს მედია პლატფორმას მიაშურონ. აუცილებელი არ არის დაველოდოთ მომდევნო ხანძრის გაჩენას ან მყინვარის დადნობას, მაშინ როდესაც შეგვიძლია გარემოსდაცვითი და კლიმატის ცვლილებასთან დაკავშირებული ამბები პროაქტიულად გავაშუქოთ. გააშუქეთ არა მხოლოდ კლიმატის კრიზისთან დაკავშირებული ბუნებრივი კატასტროფები და მათი ფატალურობა, არამედ მნიშვნელოვანი სამეცნიერო მიგნებები, სხვადასხვა საზოგადოების მიერ მიღწეული პროგრესი, პოლიტიკასთან დაკავშირებული საკითხები და ტენდენციები!

<sup>4</sup> What is 'Climate Anxiety', and what can you do about it? Mental Health UK  
<https://mentalhealth-uk.org/blog/what-is-climate-anxiety-and-what-can-you-do-about-it/>  
<sup>5</sup> Scientific Consensus: Earth's Climate Is Warming - <https://climate.nasa.gov/scientific-consensus/>  
<sup>6</sup> What Georgians know about climate change. 2020  
<https://www.undp.org/georgia/publications/what-georgians-know-about-climate-change-2020>

<sup>7</sup> აიქვე.  
<sup>8</sup> აიქვე.

## 2

## გააშუქე შენი ამბავი კლიმატის ცვლილების ჭრილში!



ახალ ამბებსა და კლიმატის ცვლილებას შორის კავშირი ყოველთვის იოლი დასანახი არ არის. ხარისხიანი ჟურნალისტური პრაქტიკა ამ კავშირების მოიძიებას და მათ შესახებ საზოგადოების ინფორმირებას გულისხმობს. მაგალითად, თუ მთავრობა გადაწყვეტს შექმნას ახალი პროგრამა სოფლის მეურნეობის განვითარებისთვის საქართველოში, შეგვიძლია ვიკითხოთ: ითვალისწინებს თუ არა ეს გეგმა კლიმატის ცვლილებასთან დაკავშირებულ საკითხებს? ან, თუკი საზოგადოების ყურადღება მიიქცია სანჯავის მაღალმა ფასებმა, იქნებ სულაც არ იყოს ცუდი აზრი ელექტრო ავტომობილების ეკონომიურობაზე საუბარი? ან, ხომ არ არის სურსათის მაღალი ფასი დაკავშირებული კლიმატის ცვლილების შედეგად გაუარესებულ მოსავლიანობასთან მსოფლიოს სხვა კუთხეში? საერთაშორისო პოლიტიკის გაშუქებისას, შეგვიძლია დავსვათ შეკითხვა: თუკი რუსეთი უკრაინაში შეჭრას წიაღისეული სანჯავის გაყიდვით მიღებული შემოსავლით აფინანსებს, ხომ არ ნიშნავს ეს, რომ ნავთობის მწარმოებელი ქვეყნები ზოგადად უფრო აგრესიული არიან? (პასუხი დადებითია!) ხშირად კარგი ჟურნალისტული გულისხმობს სწორი შეკითხვის დასმას, ანდა როცა ეს რელევანტური და აუცილებელია, პროცესებსა და მათ შედეგებს შორის კავშირების გაბმას.

## 3

## ენა მნიშვნელოვანია!



კლიმატის ცვლილებაზე საუბარი ხშირად რთული იმიტომია, რომ ამ თემაზე აუდიტორიისთვის რთულ და ტერმინოლოგიით სავსე, ტექნიკურ და სამეცნიერო ენას იყენებენ. ნებისმიერ თემაზე მუშაობისას ჟურნალისტის საბაზისო უნარი უნდა იყოს რთული სათქმელის გასაგებ ენაზე თარგმნის და ჩახლართული საკითხების მკაფიოდ გადმოცემა. ამისთვის კი აუცილებელია, რომ ჟურნალისტები, რედაქტორები, ფოტოგრაფები და მედია მენეჯერები იცნობდნენ კლიმატის ცვლილებასთან დაკავშირებულ და გარემოსდაცვით საკითხებს, ისევე როგორც დარგობრივ ტერმინოლოგიას. ყველაფრის ცოდნა შეუძლებელია (ჟურნალისტებისთვისაც კი!), თუმცა საბედნიეროდ არსებობს უფრო და უფრო მეტი რესურსი ჟურნალისტებისთვის (იხილეთ სია), რომელიც გვეხმარება ტერმინების, პროცედურების და მიმდინარე კვლევების სამეცნიერო ღირებულების გაგებაში.

ქართული სამეცნიერო ენის მოუქნელობის გამო, ზოგიერთი ცნება შესაძლოა რთული დასამუშავებელი აღმოჩნდეს, მაგრამ ჟურნალისტის ხელოვნება გვადლევს საშუალებას გავაკეთოთ შედარებები, ინტერპრეტაციები და მოვიხმოთ მაგალითები გამარტივებისათვის (თუმცა არა ამბების ფაქტობრივი ღირებულების დაზიანების ხარჯზე). ამასთან, არსებობენ საზოგადოებრივი ინსტიტუტები, არასამთავრობო ორგანიზაციები, აქტივისტები და ექსპერტები (იხილეთ სია), რომლებსაც შეუძლიათ დახმარება გაგვიწიონ საქმის უკეთ შესრულებაში.

## 4

## იყავი მეცნიერული, მაგრამ გასაგები!



იდეოლოგიურად, პოლიტიკურად თუ ფინანსურად მოტივირებულ აქტორებთან დასაპირისპირებლად, რომლებიც აუდიტორიას არწმუნებენ, რომ კლიმატის ცვლილება საფრთხეს არ წარმოადგენს, საუკეთესო იარაღი მეცნიერებაა! როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ჩვენი სურვილი საინტერესოდ გავაშუქოთ და მოვყვეთ ამბები არ უნდა გვიბიძგებდეს, რომ თხრობისას ამბების ფაქტობრივი ღირებულება დავაზიანოთ. იმისთვის, რომ ამბის სიზუსტის ხარისხი არ შემცირდეს, იგი მუდამ მეცნიერებაზე უნდა დაფუძნებული - ხოლო როცა საჭიროა, არ უნდა დაგვავიწყდეს სხვა ტიპის მტკიცებულებების მოხმობაც, მაგალითად, ეკონომიკასთან კავშირში. მეცნიერულობა კი აუცილებლად მეცნიერული ნერას ან საუბარს არ ნიშნავს (იხ. წინა პუნქტი).

## 5

## თავიდან აირიდე აპოკალიფსური სურათი!



როგორც მკვლევარი, კრისტენ ალენი სუეინი წერს, აღარმიზმი „კლიმატის ცვლილების გაშუქების ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული მიდგომაა მედიაში, მაგრამ ასეთი თხრობა შეიძლება წინააღმდეგობრივი, დამაბნეველი ან საზოგადოების დამაუძღურებელი აღმოჩნდეს.“<sup>9</sup> „აღარმიზმში“ ვგულისხმობთ კლიმატის ცვლილებასთან დაკავშირებული ამბების ისე გადმოცემას, რომ შედეგად აპოკალიფსური სურათი იხატება - ყველა და ყველაფერი საფრთხეშია, ადამიანის მიერ პლანეტისთვის მიყენებული ზიანის გამოსწორების გზა კი აღარ არსებობს.

<sup>9</sup> Swain, K.A. (2015). Mass Media Roles in Climate Change Mitigation. In: Chen, WY., Suzuki, T., Lackner, M. (eds) Handbook of Climate Change Mitigation and Adaptation. Springer, New York, NY. [https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6431-0\\_6-2](https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6431-0_6-2)

მიუხედავად იმისა, რომ კვლევების თანახმად, მდგომარეობა მართლაც მძიმეა, განსაკუთრებით იმ ჯგუფებისა და ქვეყნებისთვის, რომლებიც რეგულარულად აწყდებიან კლიმატის ცვლილების ზეგავლენას, მეცნიერება ასევე გვეუბნება, რომ არსებობს ზემოქმედების მართვის და ემისიების შემცირების გზები. ალარმისტული გაშუქება იმიტომაცაა პრობლემური, რომ კლიმატის ცვლილების აპოკალიფსურ სცენარად წარმოჩენა „გამორიცხავს მსმენელის თუ მაყურებლის მიერ მოქმედების ან გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობას. ის შეიცავს ფარულ სასონარკვეთას - პრობლემა ზედმეტად დიდია იმისთვის, რომ ჩვენ მისი გადაჭრა ვცადოთ.“<sup>10</sup> თუმცა, მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნაც, რომ ალარმიზმზე უარის თქმა არამც და არამც არ ნიშნავს კლიმატის ცვლილების წინააღმდეგ მოქმედების მწვავე საჭიროების უარყოფას.

## 6

### ყურადღება ადგილობრივ საკითხებსა და შედეგებზე გაამახვილეთ!



გლობალურ პრობლემებს შედეგები ლოკალურ დონეზე მოსდევს! კლიმატის ცვლილება მხოლოდ აბსტრაქტული სამეცნიერო პრობლემა არ არის. ის ზემოქმედებს ჩვენს უშუალო გარემოზე, ჩვენს უბანზე, სოფელსა თუ ქალაქზე, მაგალითად ისეთ საფრთხეების სახით, როგორიცაა ხანძარი ან ექსტრემალური მეტეოროლოგიური მოვლენები. ადამიანებს გლობალურ პრობლემებთან, ტენდენციებსა და მიღწევებთან კავშირის პოვნა უადვილდებათ, როცა ისინი ადგილობრივ კონტექსტში ითარგმნება. რთულია (თუ შეუძლებელი არა) რომ ადამიანები უფრო მგრძნობიარე გახადონ ამაზონში მიმდინარე გაუტყეურების პროცესების მიმართ, თუკი მათ ჯერაც არ მიუღიათ სამეცნიერო, კარგად შესწავლილი, გადამოწმებული ინფორმაცია ტყის ხანძრების მიზეზებისა და შედეგების შესახებ ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნულ პარკში, სადაც ცეცხლი ყოველ ორ წელიწადში ერთხელ ჩნდება. ადამიანებს შეიძლება გაუჭირდეთ იმის გათვითცნობიერება, თუ რამდენად დიდი პრობლემაა გობის გაუდაბნობა, თუ მათ არ აქვთ შესაბამისი ინფორმაცია გვალვის შესახებ, რომელმაც მძიმედ იმოქმედა ვენახებზე კახეთში.

## 7

### მხოლოდ მოყოლის ნაცვლად - აჩვენე!



მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ ის, თუ როგორ ვსაუბრობთ კლიმატის ცვლილებასა და გარემოსდაცვით საკითხებზე, არამედ ისიც, თუ რას ვაჩვენებთ აუდიტორიას და როგორ ვახდენთ იმ პრობლემების ილუსტრირებას, რომლებზეც აუდიტორიას ვუყვებით. სურათები „კომუნიკაციის პროცესის საკვანძო ნაწილია, რომელიც აყალიბებს ადამიანების დამოკიდებულებებს და მიდგომას კლიმატის ცვლილების პოლიტიკის მიმართ.“<sup>11</sup> სურათი მძლავრი მედიუმი და მისი სრულყოფილად გამოყენება, გვეხმარება, რომ აუდიტორიის ემოციებზე თამაშის ნაცვლად, ხაზი გავუსვათ ამბის იმ ნაწილს, რომელიც ყველაზე მნიშვნელოვანია. ყველაზე შოკისმომგვრელი სურათებისა და კადრების ჩვენებით შესაძლოა ზემოხსენებულ ალარმიზმის მახეში აღმოვჩინოთ გაბმულები. მიუხედავად იმისა, რომ დიდია ცდუნება მაყურებელს მძაფრი ვიზუალური მასალა ვაჩვენოთ, ამ თემაზე გაკეთებული კვლევა ადასტურებს, რომ სწორი სურათების არჩევა მკითხველს თუ მაყურებელს ამბის უკეთ და უფრო ცოცხლად აღქმაში ეხმარება.<sup>12</sup> კონკრეტული ჯგუფის კონკრეტულ პრობლემაზე საუბრისას, ზოგადი კადრების გამოყენების ნაცვლად, უმჯობესია თუკი აუდიტორიას ისეთ მტკიცებულებებსა და ადამიანის სახეების ვაჩვენებთ, რომელთან საკუთარი თავის ასოცირებასაც იოლად შეძლებენ.



<sup>10</sup> Warm Words: How are we telling the climate story and can we tell it better?

<https://www.ippr.org/publications/warm-wordshow-are-we-telling-the-climate-story-and-can-we-tell-it-better>

<sup>11</sup> O'Neill, S. More than meets the eye: a longitudinal analysis of climate change imagery in the printmedia. *Climatic Change* 163, 9–26 (2020).

<https://doi.org/10.1007/s10584-019-02504-8>

<sup>12</sup> Lehman, B., Thompson, J., Davis, S., & Carlson, J. M. (2019). Affective images of Climate Change. *Frontiers in Psychology*, 10.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00960>