

## ο 2.3 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ

 <p><b>Εξέλιξη του μαθήματος</b></p>	<p>Το μάθημα παρέχει καθοδήγηση για τη μετάδοση συνεκτικών και αποτελεσματικών μηνυμάτων σχετικά με την κλιματική αλλαγή. Προσφέρει απλές συμβουλές και βήματα που μπορούν να ακολουθηθούν προκειμένου να επιτευχθεί η επικοινωνία για την κλιματική αλλαγή</p>
 <p><b>Στόχος</b></p>	<p>Ο στόχος του μαθήματος είναι να σε ενημερώσει και να σε ενθαρρύνει να επικοινωνήσεις αποτελεσματικά για την κλιματική αλλαγή</p>
 <p><b>Μαθησιακά αποτελέσματα</b></p>	<p><b>Γνώση:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Προσδιορισμός πρακτικών τρόπων για την ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με την κλιματική αλλαγή μέσω της επικοινωνίας</li> <li>• Κατανόηση του πώς μπορείς να κεντρίσεις την προσοχή του κοινού</li> </ul> <p><b>Δεξιότητες:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ικανότητα δημιουργίας σαφών και δυνατών μηνυμάτων</li> <li>• Χρήση των πληροφοριών που παρέχονται για διευκόλυνση της αλλαγής συμπεριφοράς του κοινού</li> </ul> <p><b>Στάσεις:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Κινητοποίηση ώστε να επικοινωνήσεις σχετικά με την κλιματική αλλαγή</li> </ul>

### 1. Επίτευξη της επικοινωνιακής στρατηγικής σχετικά με την κλιματική αλλαγή

Οι τέχνες και οι δημιουργικές βιομηχανίες μπορούν να ευαισθητοποιήσουν τους ανθρώπους και να τους παρακινήσουν να συμμετάσχουν και να υποστηρίξουν την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής. Ωστόσο, για πολλούς καλλιτέχνες, το θέμα της κλιματικής αλλαγής μπορεί να είναι πρόκληση ως προς το επικοινωνιακό κομμάτι. Η επικοινωνία για την κλιματική αλλαγή μπορεί να επιτευχθεί με διάφορους τρόπους. Ένας τρόπος είναι με την εισαγωγή του ευρύτερου κοινού σε ένα κύριο θέμα που σχετίζεται με το κλίμα, όπως τα αίτια και οι συνέπειες της κλιματικής αλλαγής (π.χ. για τη φύση και την κοινωνία). Ένας δεύτερος τρόπος είναι η πρόταση λύσεων στο πρόβλημα ή η συζήτηση για το τι θα μπορούσαν να κάνουν τόσο τα άτομα όσο και οι οργανισμοί σχετικά με την κλιματική αλλαγή (π.χ. να ακολουθήσουν τις αρχές της κυκλικής οικονομίας, να ενσωματώσουν τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης στις επιχειρήσεις τους, κ.λπ.). Ένας τρίτος τρόπος είναι το κάλεσμα για δράση, που ενθαρρύνει πραγματικά το κοινό να είναι φορέας αλλαγής και να αποδεχθεί την ευθύνη του (Armstrong et al., 2018).

Η επικοινωνία πρέπει να διαμορφώνει μια θέση πάνω στη θεματική της κλιματικής αλλαγής, τονίζοντας ρητά και ηχηρά ότι υπάρχει και αποτελεί πολύ σοβαρή απειλή. Η μετάδοση μηνυμάτων που περιλαμβάνουν συγκεκριμένες, σαφείς πληροφορίες και οδηγίες, και όχι απλώς επιστημονικές έννοιες φαίνεται να είναι ο καλύτερος τρόπος για την ενίσχυση της ανάληψης δράσης (Leal Filho et al., 2018). Για τον λόγο αυτό, χρειάζεται να δοθεί έμφαση στον τόνο της επικοινωνίας, ο οποίος πρέπει να είναι εκπαιδευτικός και ενημερωτικός. Επιπλέον, η επικοινωνία μπορεί να δρα προληπτικά, βοηθώντας το κοινό-στόχο να κατανοήσει ότι, αν και το πρόβλημα είναι παγκόσμιο, οι επιπτώσεις είναι ορατές σε τοπικό επίπεδο και επηρεάζουν κάθε άτομο. Ωστόσο, ακόμα και αν ένας/μία καλλιτέχνης γνωρίζει τι θέλει να επιτύχει, προκειμένου να δημιουργήσει αποτελεσματικά μηνύματα και να βρει τα καταλληλότερα κανάλια για να προσελκύσει το κοινό, θα πρέπει πρώτα να είναι σε θέση να το προσδιορίσει και να το κατανοήσει.

## 2. Προσέλκυση του ενδιαφέροντος του κοινού

Η κλιματική αλλαγή αποτελεί ένα επείγον ζήτημα για τον κόσμο, ωστόσο πρέπει να ληφθούν υπόψη οι ανάγκες του κοινού πριν την εκκίνηση των προσπαθειών επικοινωνίας. Οι καλλιτέχνες δεν μπορούν να επικοινωνούν τα πάντα σε όλους συνεχώς, γι' αυτό είναι σημαντικό να κατανοήσουν τις προτιμήσεις και τις προτεραιότητες των διαφορετικών ακροατηρίων, δεδομένου του μοναδικού τους περιβάλλοντος. Υπάρχουν ορισμένες κατηγορίες τμηματοποίησης του κοινού, οι οποίες περιλαμβάνουν ανθρώπους που α) κατανοούν το θέμα της κλιματικής αλλαγής ή /και συμβάλλουν στην καταπολέμηση της, β) αγνοούν τις δραματικές κλιματικές αλλαγές και παραμένουν αδρανείς, γ) δεν έχουν καθόλου ή επαρκείς γνώσεις για την κλιματική αλλαγή, και δ) είναι αρκετά νέοι και ο τρόπος επικοινωνίας πρέπει να προσαρμοστεί σημαντικά στην ικανότητα αντίληψής τους (Merloni et al., 2020). Συνεπώς, ένα καθαρά επιστημονικό στιλ επικοινωνίας μπορεί να μην είναι κατάλληλο όταν ο/η παραλήπτης/ρια του μηνύματος είναι το ευρύ κοινό.

Μερικές απλές συμβουλές για τη μετάδοση ενός αποτελεσματικού μηνύματος για την κλιματική αλλαγή είναι οι εξής:

- Χρησιμοποίησε ζωντανές εικόνες με τη μορφή μεταφορών, προσωπικών αφηγήσεων και αντιστοιχιών από τον πραγματικό κόσμο
- Προτίμησε μηνύματα που έχουν σχεδιαστεί για να δημιουργήσουν, ανακαλέσουν και τονίσουν σχετικές προσωπικές εμπειρίες και μπορούν να προκαλέσουν μια συναισθηματική αντίδραση
- Απόφυγε τη χρήση ειδικής ορολογίας, περίπλοκων επιστημονικών όρων και αρκτικόλεξων όταν μιλάς στο ευρύ κοινό
- Όρισε τους όρους που είναι δύσκολο να συλλάβει το κοινό

## 3. Διευκολύνοντας την αλλαγή συμπεριφοράς

Οι εικαστικές τέχνες μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό στοιχείο στην επικοινωνία για την κλιματική αλλαγή. Στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, οι εικόνες και η ρητορική για την κλιματική αλλαγή συχνά επικεντρώνονται σε ακραίες συνθήκες, όπως κατάρρευση στρωμάτων πάγου, πυρκαγιές, καταιγίδες και πλημμύρες. Ενώ αυτές οι ιστορίες προσπαθούν να μεταδώσουν πληροφορίες σχετικά με το θέμα, δεν ενισχύουν το αίσθημα της δέσμευσης στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής (O'Neill & Nicholson-Cole, 2009). Ωστόσο, όταν η επικοινωνία δίνει εξίσου έμφαση στον οπτικό τρόπο με τον

οποίο οι καθημερινές δραστηριότητες και οι επιλογές του τρόπου ζωής των ανθρώπων (π.χ. κατανάλωση ενέργειας, επιλογές στον τομέα των μεταφορών, ανακύκλωση κ.λπ.) μπορούν να επηρεάσουν -θετικά ή αρνητικά- το κλίμα, αυτό μπορεί να έχει μεγαλύτερο αντίκτυπο στη στάση τους και στη διαμόρφωση των κινήτρων τους. Επιπλέον, πολλοί άνθρωποι αισθάνονται ότι οι ενέργειές τους θα συμβάλλουν στον περιορισμό των επιπτώσεων στη κλιματική αλλαγή, όταν λαμβάνουν μηνύματα που εστιάζουν στο τι μπορούν να κερδίσουν από την δράση τους και όχι τι μπορούν να χάσουν λόγω αδράνειας (Armstrong et al., 2018).

Είναι αξιοσημείωτο ότι ακόμη και η αφήγηση μιας έκθεσης θα μπορούσε να κατηγοριοποιηθεί σε διαφορετικά τμήματα, προκειμένου να εδραιωθεί μία αποτελεσματική επικοινωνία για την κλιματική αλλαγή (Leal Filho et al., 2018). Για παράδειγμα, το πρώτο τμήμα θα μπορούσε να αναφέρεται στις βασικές αρχές της κλιματικής αλλαγής (π.χ. αέρια θερμοκηπίου, κ.λπ.). Το δεύτερο θα μπορούσε να διερευνήσει τους παράγοντες που ευθύνονται για την πρόκληση της κλιματικής αλλαγής, εστιάζοντας κυρίως στις ανθρώπινες δραστηριότητες (π.χ., καύση ορυκτών καυσίμων, αποψίλωση δασών κ.λπ.). Το τρίτο θα μπορούσε να δείξει πώς οι μεμονωμένες επιλογές μετριάζουν ή επιδεινώνουν την κλιματική αλλαγή (π.χ. η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας κ.λπ.). Το τέταρτο θα μπορούσε να απευθύνεται στις επιβλαβείς επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής που ήδη παρατηρούνται σε τοπικό επίπεδο (π.χ. πλημμύρες, πυρκαγιές κλπ.). Το τελευταίο μέρος θα μπορούσε να παρακινήσει το κοινό να αναλάβει δράση και να γίνει φορέας αλλαγής (π.χ., αφήνοντας το κοινό να συλλογιστεί τι κάνει προσωπικά και να δεσμευτεί να κάνει περισσότερα).

Η ακόλουθη λίστα παρουσιάζει δέκα βήματα που μπορούν εύκολα να ακολουθηθούν κατά την επικοινωνία της κλιματικής αλλαγής (Leal Filho et al., 2018):

1. Αναλογίσου τις προσδοκίες του κοινού σου
2. Συζήτησε μόνο για αυτά που ξέρεις
3. Δώσε προσοχή στην επιστημονική συναίνεση
4. Να είσαι σαφείς για το είδος του κινδύνου ή της απειλής που αναφέρεσαι
5. Αξιοποίησε τη δύναμη των εικαστικών τεχνών
6. Εστίασε στο «όταν» αντί στο «εάν»
7. Προσπάθησε να επικοινωνήσεις μέσω ιστοριών
8. Στόχευσε στο να μην κατακλύξεις ή στενοχωρείς το κοινό
9. Κατανόησε τους παράγοντες που επηρεάζουν τις απόψεις των ανθρώπων
10. Κάνε μια συζήτηση, όχι μία διαφωνία

**Έλεγε τις γνώσεις σου, κάνοντας το ακόλουθο κουίζ**





<b>1<sup>η</sup> Ερώτ.</b>	Ο μόνος τρόπος για να ευαισθητοποιηθεί το ευρύ κοινό σχετικά με την κλιματική αλλαγή είναι η αναφορά στα αίτια και τι συνέπειές της.	<b>Σωστό</b>	<b>Λάθος</b>
<b>2<sup>η</sup> Ερώτ.</b>	Όταν επικοινωνείς για την κλιματική αλλαγή, ο τόνος είναι καλύτερο να είναι εκπαιδευτικός και ενημερωτικός.	<b>Σωστό</b>	<b>Λάθος</b>
<b>3<sup>η</sup> Ερώτ.</b>	Η συνεκτίμηση των αναγκών του κοινού δεν είναι σημαντική κατά την έναρξη των προσπαθειών επικοινωνίας για την κλιματική αλλαγή.	<b>Σωστό</b>	<b>Λάθος</b>
<b>4<sup>η</sup> Ερώτ.</b>	Η επικοινωνία θα πρέπει να δίνει έμφαση στον τρόπο με τον οποίο οι καθημερινές δραστηριότητες και οι επιλογές του τρόπου ζωής των ανθρώπων επηρεάζουν την κλιματική αλλαγή.	<b>Σωστό</b>	<b>Λάθος</b>
<b>5<sup>η</sup> Ερώτ.</b>	Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στο τι μπορεί να χάσει ο κόσμος λόγω της αδράνειάς του.	<b>Σωστό</b>	<b>Λάθος</b>
<b>Σωστές απαντήσεις</b>	<b>Σωστό: Ε2, Ε4</b>	<b>Λάθος: Ε1, Ε3, Ε5</b>	

## Μαθησιακές δραστηριότητες

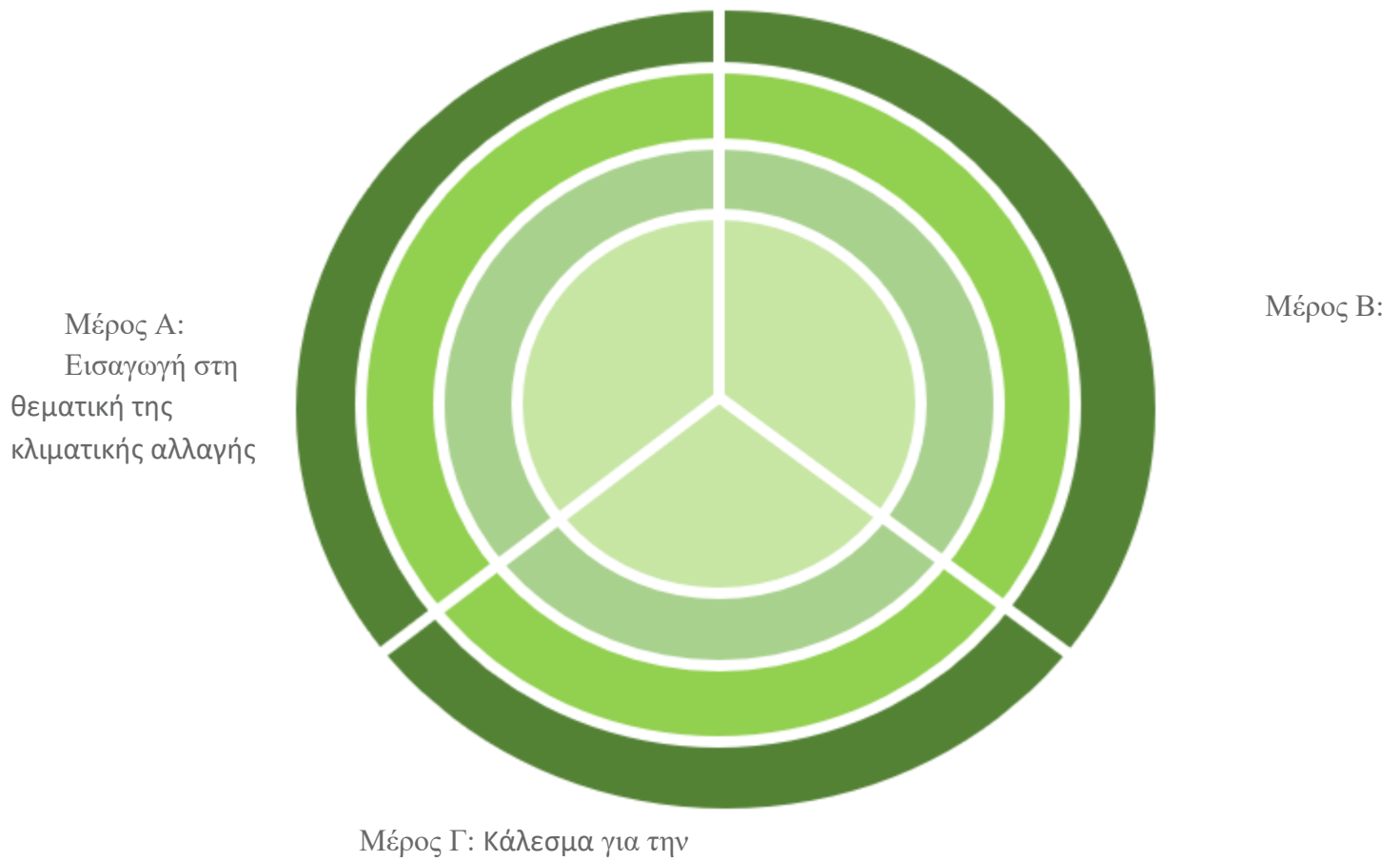


### Τύποι δραστηριοτήτων

1. Καθόρισε τους στόχους επικοινωνίας σου σχετικά με την κλιματική αλλαγή με τη βοήθεια του ακόλουθου Εργαλείου Χαρτογράφησης Στόχων:
  - a) Σχεδίασε ή εκτύπωσε το διάγραμμα με το Εργαλείο Χαρτογράφησης Στόχων (βλέπε παρακάτω) σε ένα χαρτί
  - b) Ανέφερε σε κάθε ένα από τα τρία μέρη του κύκλου τους τρόπους με τους οποίους μπορείς να επιτύχεις την επικοινωνία (π.χ., παρέχοντας γενικές πληροφορίες, συγκεκριμένες λύσεις ή καλώντας σε δράση) και επέλεξε τον ιδανικό τρόπο για εσένα
  - c) Προσδιόρισε ποιο είναι το κοινό σου (π.χ. υποστηρικτές της καταπολέμησης της κλιματικής αλλαγής, αδρανείς πολίτες, άνθρωποι χωρίς κάποια γνώση ή παιδιά) και αντιστοίχισέ το με ένα συγκεκριμένο χρώμα στον κύκλο
  - d) Τώρα έχεις τους στόχους επικοινωνίας σου και μπορείς να δημιουργήσεις το μήνυμά σου σύμφωνα με τις συμβουλές και τα βήματα που παρέχονται σε αυτό το μάθημα. Θυμήσου ότι:
    - Είναι ο τρόπος που επέλεξες ξεκάθαρος;
    - Ξεχωρίζει το μήνυμά σου;
    - Ο τόνος και το στίλ είναι προσιτά στο κοινό σου;

		Οι εικαστικές τέχνες υποστηρίζουν το μήνυμά σου;
	<b>Σύνδεση δεξιοτήτων</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Λήψη αποφάσεων</li> <li>• Αυτοδιαχείριση</li> <li>• Επικοινωνία</li> </ul>
	<b>Μέθοδοι διδασκαλίας</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Απεικόνιση</li> <li>• Καταιγισμός ιδεών</li> </ul>
	<b>Απαιτούμενοι πόροι</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Στυλό και χαρτί</li> </ul>
	<b>Διάρκεια</b>	40 λεπτά

## Διάγραμμα: Εργαλείο Χαρτογράφησης Στόχων



<b>Κοινό I</b>
<b>Κοινό II</b>
<b>Κοινό III</b>
<b>Κοινό IV</b>



Φωτογραφία από το Shutterstock