

# Analiza izvještavanja hrvatskih medija o ključnim ekološkim temama

---

Miljković, Mejdi

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:678090>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-09-13**



*Repository / Repozitorij:*

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





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Mejdi Miljković

**Analiza izvještavanja hrvatskih medija o  
ključnim ekološkim temama**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2022.





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA  
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

Mejdi Miljković

**Analiza izvještavanja hrvatskih medija o  
ključnim ekološkim temama**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Danijel Labaš

Zagreb, 2022.

## Sažetak rada

Ovaj će rad donijeti kratak povijesni pregled izvještavanja o ekološkim temama, kao i analizirati klimatske promjene kao teme u novinarskim tekstovima. Dio rada će se usredotočiti na međunarodno priznanje klimatskih promjena kao postojeće opasnosti kroz različite konferencije te kratko objasniti značenje ratificiranih dokumenata u Europskoj uniji i Republici Hrvatskoj. Za ispitivanje sadržaja u medijima potrebno je napraviti okvir komunikacije *agenda settera* na području okoliša, a to su znanstvenici i aktivisti koji djeluju u nevladinim udrugama za zaštitu okoliša. U obzir uzimamo i javne ličnosti koje često istupaju u medijskom prostoru, a za koje pretpostavljamo da imaju utjecaj. Putem svojih projekata učinak ponajviše imaju stručnjaci kao što su David Attenborough i Sylvia Earle, ali i aktivisti koji uživaju svojevrsan kult ličnosti poput Grete Thunberg. Istraživački će nam dio rada dati detaljniji uvid u sadržaj koji se prezentira putem medija. Predmet istraživanja će također biti i način na koji novinari pišu o bitnim događajima, odnosno pišu li dramatično kako bi izazvali strah kod čitatelja, ima li naslov odlike *clickbaita* (mamilice) te koje su karakteristike fotografija i slika odabranih za vizualni prikaz.

**Ključne riječi:** klimatske promjene, globalno zatopljenje, zaštita okoliša, održivi razvoj, aktivizam, mediji

## **Abstract**

This paper will provide a brief historical overview of reporting on environmental topics, as well as analyze climate change as topics in journalistic texts. Part of the paper will focus on the international recognition of climate change as an existing threat through various conferences and briefly explain the meaning of ratified documents in the European Union and the Republic of Croatia. In order to examine the content in the media, it is necessary to create a framework for the communication of agenda setters in the field of the environment, which are scientists and activists working within environmental NGOs. We also take into account public figures who often appear in the media, and which we assume to have an impact. Through their projects, experts such as David Attenborough and Sylvia Earle have had the greatest impact, as well as activists who have become a kind of cult of personality like Greta Thunberg has. The research part of the paper will give us a more detailed insight into the content presented through the media. How journalists write about important events, i.e. whether they write dramatically to incite fear, whether the article has a clickbait title, and how are the characteristics of images selected for visual display will also be the subject of our research.

**Key words:** climate change, global warming, environmental protection, sustainability, activism, media

## Sadržaj

1. Uvod .....	1
2. Pregled problema komunikacije klimatskih promjena .....	3
2.1. Relevantne međunarodne organizacije i sporazumi .....	7
2.2. Komunikacijske strategije u Europskoj uniji i Hrvatskoj.....	9
2.3. Afere <i>Exxon Mobil</i> i <i>Climategate</i> .....	12
3. Uloga aktivizma u komunikaciji o klimatskim promjenama .....	16
3.1. Nevladine organizacije .....	18
3.1.1. Extinction Rebellion Hrvatska .....	19
3.1.2. Greenpeace Hrvatska .....	21
3.2. <i>Opinion leaderi</i> na području komunikacije ekoloških pokreta.....	24
3.2.1. David Attenborough .....	25
3.2.2. Sylvia Earle .....	27
4. Metodologija i rezultati istraživanja .....	29
4.1. Predmet i ciljevi istraživanja .....	29
4.2. Metoda i uzorak istraživanja.....	30
4.3. Analitička matrica .....	31
4.4. Rezultati istraživanja .....	32
4.4.1. Opća obilježja priloga .....	32
4.4.2. Teme priloga.....	35
4.4.3. Način obrade priloga i izvori informacija .....	37
4.4.4. Naslovi .....	40
4.4.5. Grafička oprema .....	43
5. Rasprava rezultata istraživanja .....	45
6. Zaključak.....	48
7. Popis literature.....	51
7.1. Popis grafikona i tablica .....	56
8. Prilozi.....	57

## 1. Uvod

Ekološke su teme postale neizbježan dio razgovora o globalnoj sigurnosti i održavanju života na Zemlji. Od onečišćenja i korištenja tla do energetike i očuvanja bioraznolikosti, javnost shvaća da je uloga pojedinca podjednako važna kao i uloga kolektiva kako bismo živjeli u skladu s prirodom. Međutim, kad je riječ o klimatskim promjenama, pojavljuju se grupe koje ne vjeruju u njihovo postojanje ili ozbiljnost njihovih posljedica, kao što su klimatski skeptici i poricatelji. One uključuju globalno zatopljenje, zagrijavanje oceana, smanjenje ledenih ploča, smanjenje snježnog pokrivača, manji broj ledenjaka, porast razine mora, ekstremne vremenske promjene, smanjenje leda Arktičkog mora te zakiseljavanje oceana (Climate Change: How Do We Know?, 2022). Uz pomoć medija i društvenih mreža klima je postala tema koja je važna zbog svog utjecaja na budućnost, ali se lošije shvaća od ostalih ekoloških izazova, zbog čega će fokus ovog rada biti upravo na klimatskim promjenama. Problem komunikacije ekoloških problema javnostima općenito je predstavljao skepticizam kojeg je društvo imalo prema pretpostavci da se klima mijenja, jer su takve promjene neopipljive te nevidljive na prvi pogled. Upravo je zbog toga komunikacija znanstvenika bila znatno otežana.

Sredinom 80-ih godina 20. stoljeća stručnjaci za klimu započinju dijalog o antropogenim klimatskim promjenama, odnosno promjenama koje su uzrokovane ljudskim faktorom. Korištenjem stručnog vokabulara i isticanjem službenih dokumenata, poput izvješća Međuvladina tijela za klimatske promjene (*International Panel on Climate Change* – dalje u tekstu IPCC) koji su imali autoritet u ekološkom području ili zaključaka konferencija Okvirne konvencije o klimatskim promjenama Ujedinjenih naroda (*United Nations Framework Convention on Climate Change* – dalje u tekstu UNFCCC), stručnjaci su se obraćali ostalim znanstvenicima, a ne široj javnosti. Naravno, korporacijama čija je osnovna djelatnost bila usko vezana uz uzrok klimatskih promjena je bilo u interesu da zadrže dotadašnji *status quo*. Lobiranjem i stvaranjem pristranih organizacija za istraživanje stvoreno je nepovjerenje prema znanstvenicima koji su javno istupali kako bi objasnili klimatske promjene (Moser, 2010: 32).

Kao rezultat netočnih ili konstruiranih informacija u masovnim medijima, ali i nemogućnosti znanstvenika da laički predstave činjenice javnosti, javno mnijenje o klimi i klimatskim promjenama bilo je donekle iskrivljeno. Kako bi ipak uspjeli prenijeti svoje znanje i osvijestiti o klimatskim promjenama i što one znače za čovječanstvo, bilo je potrebno demokratizirati znanstvenu komunikaciju. Prema Peteru Guentheru i Larsu Weingartu (2016:



2), jedan od ključnih elemenata demokratizacije komunikacije znanstvene zajednice bio je rad s javnošću. Znanstvenik mora stupiti u interakciju s ne-znanstvenicima kako bi predstavio svoje ideje i otkrića što većem broju ljudi. Kako bi to postigli, moraju se obratiti stručnjacima za odnose s javnošću, koji pak imaju iskustva u predstavljanju ideja ključnim javnostima. Stručnjaci pritom shvaćaju da je potrebno postaviti i razjasniti nekoliko osnovnih pretpostavki kako bi željena komunikacija bila dugoročno uspješna.

Znanstvenici ne mogu jednostavno obznaniti svoja otkrića kako bi publika bila svjesna jer nije u modelu deficita informacija, već moraju potaknuti publiku ne samo da razumije klimatske promjene, već i da djeluje. Mediji i aktivisti često koriste „zastrašujuću“ komunikaciju kako bi natjerali svoje čitatelje i pratitelje na djelovanje, međutim istaknute znanstvenice u području komunikacije o okolišu Susanne Moser i Lisa Dilling (2012: 164) u svojim su istraživanjima opovrgnule učinkovitost takve komunikacije. Njihov glavni primjer takvog modela komuniciranja je naslovnica časopisa *Time* iz 2006. sa sad već učestalim korištenjem vizuala polarnog medvjeda na santi leda i porukom: „Budite zabrinuti. Budite jako zabrinuti“ (engl. „Be worried. Be very worried“). To je zapadnoj publici, koja je ključna javnost časopisa, jako malo značilo s obzirom na to da ne vide izravne posljedice klimatskih promjena kao što to mogu vidjeti primjerice populacije u otočnim državama.

Moser i Dilling pronalaze rješenje u strateškom načinu komunikacije i teoriji okvira (*framing*). Klimatske promjene, koje su prethodno uokvirene kao problem znanstvene zajednice, sada moraju postati problem šire javnosti. Kako bismo što jasnije prikazali važnost komunikacije klimatskih promjena, u prvom dijelu ćemo predstaviti kratak povijesni pregled komunikacije znanosti o okolišu, s fokusom na klimatske promjene. Bitno je i predstaviti osnovne dokumente koji predstavljaju komunikaciju svjetskim vladama, kao što su izvještaji IPCC-a, UNFCCC-a, ali i konvencije koje obvezuju države na djelovanje, kao što su Pariški sporazum i Protokol iz Kyota. U drugom dijelu rada analizirat ćemo ključne ekološke teme te kako ih znanstvena zajednica komunicira, kao i aktivizam koji omogućavaju neprofitne zajednice i udruge. Poseban naglasak bit će na javnim osobama koje su moderni *opinion leaderi* na području ekologije. Treći i posljednji dio rada posvećen je istraživanju koje je provedeno metodom analize sadržaja hrvatskih medija u 2021. godini. Analiza sadržaja nam je otkrila na koji se način izvještava o klimatskim promjenama kao ključnoj ekološkoj temi današnjice. Zahvaljujući istraživanju, možemo otkriti kako hrvatski mediji predstavljaju informacije o ključnim ekološkim temama, pišu li senzacionalistički (koristeći mamilice i šokantne fotografije), kao i na kojim je temama najveći fokus. Vjerujemo da bi rezultati istraživanja

mogli pomoći u boljem shvaćanju pozitivnih i negativnih strana trenutnih modela komunikacije koji se koriste pri izvještavanju o ekološkim problemima, kao i dovesti do zaključaka koji će pridonijeti boljitku prijenosa informacija u javnosti.

## **2. Pregled problema komunikacije klimatskih promjena**

Robert Cox i Stephen Depoe (2015: 15) naglašavaju tri temeljna uvjeta komunikacije znanosti o okolišu. Prvi su uvjet društveni i ekološki procesi koji su međusobno implicirani. Ekološki su problemi i fizički proizvedeni (ljudski postupci i bio-fizički procesi), kao što su i društveno konstruirani. Postavlja se pitanje koje je naše razumijevanje pojmova kao što su "okoliš" i "problem okoliša", odnosno kakvo konotativno značenje pridajemo pojmu. Drugi je uvjet prikaz prirode i okoliša koji utjelovljuju zainteresiranost. Takvi prikazi pokazuju naše društvene, ekonomske i ideološke interese, ali po potrebi mogu i utjecati na postojeće stavove. Treći i posljednji su uvjet društveni, kulturni, ekonomski i ostali čimbenici koji mogu ostvariti smisao komunikacije o okolišu. Ti faktori mogu održati dominantan diskurs, ali ga mogu i osporiti ako ima štetne posljedice za primjerice okoliš. Na temelju danih uvjeta mogu se istražiti fenomeni kao što su učinci medija na razumijevanje okoliša i prirode te odnos komunikacije koju čovjek prima i unutarnjih vrijednosti naspram ponašanja koje je ekstrinzično prikazano. Kao rezultat takvoga ponašanja, jedan od ključnih problema komunikacije o okolišu koji su se pojavili je upravo komunikacija o klimatskim promjenama (2015: 17 – 18).

Javnost je upoznata s promjenama vremena i potencijalnim zagađivačima okoliša krajem 20. stoljeća zbog osjetnog globalnog zatopljenja, međutim znanstvenici su ukazivali na moguće promjene i ranije. Antropogene klimatske promjene postaju fokus sve većeg broja istraživanja, a znanstvena zajednica pokušava javno priopćiti što su klimatske promjene i što se može učiniti kako bi se spriječile, ali bez većeg uspjeha. Glavni problem takve komunikacije bilo je striktno korištenje vokabulara koji se mogao pronaći u službenim izvještajima stručnih udruženja poput IPCC-a, jer je takav sadržaj prosječnom čovjeku nerazumljiv. Dodatnu prepreku predstavljale su naftne i plinske korporacije kojima nije bilo u interesu da javnost promijeni dotad pozitivno mišljenje o njihovoj industriji (Moser, 2010: 31).

Lobisti naftnih i plinskih kompanija uspjeli su predstaviti istraživanja koja su bila nepotpuna, a u kojima su sudjelovali znanstvenici nekvalificirani za područje klimatskih

promjena. Veliku ulogu u prijenosu informacija imali su masovni mediji koji su objavljivali obmanjujuće poruke i time polarizirali javno mnijenje, uz uobičajeni stav novinarstva da sve strane imaju pravo na jednaku zastupljenost u medijskom prostoru (Moser, 2010: 32). Na suprotnoj strani nalazili su se znanstvenici koji pripadaju domeni „stručnjaka“ i smatraju da javnost nije dionik u znanstvenim dostignućima, već je zbog nestručnosti isključivo primatelj informacija koje ih mogu educirati. Znanstvenoj zajednici djelomično nije bilo u interesu da javnost sudjeluje u diskursu jer su smatrali da to zalazi u područje popularne znanosti o kojoj nisu imali visoko mišljenje (Dunwoody, 2015: 64).

Sharon Dunwoody (2015: 64) naglašava anegdotu o neimenovanom znanstveniku čiji su rezultati istraživanja bili objavljeni u lokalnom mediju. Kad je zatražio članstvo u znanstvenoj zajednici, njegov je zahtjev odbijen jer je u članku bio identificiran – što je zajednica smatrala neetičkim oglašavanjem. Ovakvi nam postupci znanstvene zajednice mogu reći više o odnosu znanosti i medija te kakav su stav znanstvenici imali prema popularizaciji svog znanstvenog područja. Naime, kritičari su smatrali odnose s javnošću i medije bespotrebним trošenjem vremena jer znanost i nije bila namijenjena laicima. Iako im to nije bila primarna svrha istraživanja, znanstvenici koji su se bavili ekologijom nužno su morali istupiti u javnosti jer se njihova domena istraživanja direktno odnosila na kvalitetu života javnosti. Sociologinja Dorothy Nelkin (1977: 75) provela je istraživanje među američkim ekolozima i zaključila da „budući da se stručnost ekologa percipira kao društveni resurs, relevantan za veliki problem, znanstvenici su gurnuti u političku arenу, prisiljeni suočiti se s mnogim pitanjima i implikacijama društvene odgovornosti“. To je jedan od razloga zašto vodeći znanstvenici počinju pisati knjige prilagođene široj javnosti, kao i držati javna predavanja.

Unatoč povijesti zaziranja od medija i javnog nastupa, znanstvena zajednica prihvaća činjenicu da mora senzibilizirati javnost kako bi je se motiviralo na djelovanje. Iako su stručnjaci postali aktivniji po pitanju popularizacije znanosti, u različitim kulturama nailaze na prepreku vezanu uz različit osjećaj za hitnost u djelovanju, kao i različito razumijevanje uzroka klimatskih promjena. Moser (2010: 33) pritom ističe izazove na koje stručnjaci moraju odgovoriti kako bi njihova komunikacija o klimatskim promjenama bila uspješna.

Klimatske promjene nisu vidljive, staklenički plinovi koji se stvaraju emisijom CO<sub>2</sub> nemaju izravne i trenutne posljedice na zdravlje osobe zbog čega ih pojedinci ne shvaćaju kao hitne i opasne. Nadalje, vremenski i geografski razmak uzroka zagađenja i vidljivih posljedica

ne poziva na neposrednu promjenu ponašanja. Utjecaj uzroka onečišćenja, primjerice emisija CO<sub>2</sub>, vidljiv je tek kroz deset godina kad već dolazi do kumulacije i nepovratnog stanja, dok su primjerice ekonomski problemi i društvene potrebe vidljive odmah. Također, moderno tehnološko doba dovelo je do opće izoliranosti pojedinca od klime i prirodnog okoliša. Pojedinaac više ne primjećuje suptilne promjene okoliša jer živi u kontroliranim uvjetima. To se naročito odnosi na populacije koje su se morale osigurati od promjena u klimi zbog razvoja poljoprivrede, čime su još manje izloženi promjenjivosti okoliša. A one koji štite okoliš i poduzimaju korake za zaštitu klime nitko ne nagrađuje niti primjećuje. Čak i kad bi se emisije stakleničkih plinova značajno smanjile, potreban je dugotrajan proces kako bi se stabilnija klima vratila – nešto što ljudi koji danas žive vjerojatno neće moći vidjeti. To predstavlja značajne kognitivne, psihološke, ali i političke probleme za angažman javnosti.

Moser dalje ističe problem ljudskih navika i vjerovanja u mogućnost promjene na globalnoj razini. Pojedinci sumnjaju da se društvo može adekvatno pobrinuti za problem klime i tako odustaju od pojedinačnog djelovanja. Ujedno, klima i klimatske promjene kompleksni su pojmovi koji ne mogu biti u potpunosti predvidljivi, a samim time teško ih je i shvatiti u potpunosti. Baš je to problem kad je ljudima na vlasti potrebno objasniti zašto je potrebno djelovati sad, a to se veže i na prethodno spomenuti problem nevidljivosti i vremenskog razmaka od posljedica. Također, nedostaju društveno konstruirani znakovi koji mogu indicirati upozorenje na klimatske promjene. Kad bi poruka koju se želi poslati bila jasna i stalna, onda bi i klimatske promjene postale prioritet. Dobar bi primjer bio kada bi se briga za prirodu i očuvanje okoliša u javnosti prikazala kao društveno poželjni identitet i ponašanje pojedinca. Međutim, veliki dio zapadnih društva nije spreman odreći se blagodati modernog života, koje mogu imati direktan ili indirektan utjecaj na klimatske promjene. Posljednji izazov koji Moser ističe je pronalazak jasnijih metafora i slika za objašnjavanje, kao i okvira za bolje odvijanje kognitivnih procesa. Publika koja nije direktno pogođena posljedicama klimatskih promjena nema iskustvo koje bi pomoglo pri njihovom lakšem shvaćanju. Nije se moguće ni osloniti na model deficita informacija jer su informacije posvuda dostupne i pojedinci danas mogu istražiti željenu temu putem interneta. Međutim, jesu li oni u stanju adekvatno sudjelovati u javnoj raspravi o tim stručnim temama?

Vladimir Lay (2016: 40) ističe važnost klimatske pismenosti koja je zanemaren pojam kada se razgovara o klimatskim promjenama. Američka Nacionalna agencija za istraživanje oceana i atmosfere definira klimatski pismene osobe kao „one koje informiranošću, znanjem i postupanjem vezanim za klimu i klimatske promjene mogu unaprjeđivati kvalitetu življenja na

određenom teritoriju“ (prema: Lay, 2016: 45). Iako su se naši obrazovni sustavi već dovoljno razvili, za Laya tema klimatskih promjena nije dovoljno zastupljena u hrvatskim školama i na fakultetima. Dalje ističe da „moderni mediji, utjecajan izvor informacija i formiranja stavova dotiču se ove teme sporadično, uglavnom senzacionalistički“ (Lay, 2016: 45), što vidi kao jedan od temeljnih problema mogućnosti povezivanja populacije, kao i ljudi na vlasti, s temom. Međutim, nije za očekivati da će kreatori politike učiniti što je potrebno kako bi se značajno smanjila emisija stakleničkih plinova sve dok se ne stvori jasnija slika hitnosti. Potrebno je pronaći način kako zainteresirati za temu, ali i potaknuti na djelovanje.

Mediji prenose informacije široj javnosti, a pritom moraju ostati istinoljubivi i vjerodostojni. Publika očekuje od njih da im iznesu najvažnije vijesti, što podrazumijeva i novosti o njihovoj okolini. Upravo mediji mogu pojedinca potaknuti na djelovanje, ali kako mogu premostiti izazove koje je Moser postavila pri komunikaciji o klimi? Ako je javni interes za klimatske promjene dovoljno velik, mediji su dužni izvještavati o tim problemima, a novinari se educirati da i oni sami budu dovoljno stručni. No, kako se internet razvijao, medijska se industrija morala prilagoditi izazovima novih platformi poput blogova i web stranica, a kasnije dodatno i *streamova* i *podcasta*, pa su redakcije doživljavale rezove (posebno u ljudstvu) zbog čega su određene rubrike bile ukinute, a sadržaj namijenjen specifičnim nišama i temama poput klimatskih promjena pronašao je svoje mjesto na internetu. Stoga su na *world wide webu* posjetitelji mogli otkriti i još uvijek otkrivaju razne informacije, pa tako i informacije o okolišu i klimi (Brainard, 2015: 168).

Dok je internet učinio veliku uslugu znanstvenicima tako što im je olakšao komunikaciju s javnošću, istovremeno se pojavio problem kod građanskog novinarstva. Naime, danas bilo tko s pristupom internetu i društvenim mrežama može širiti informacije, što je vrlo različito od profesionalnog izvještavanja novinara koje se mora pridržavati etičkih kodeksa. Kako će pojedinac na internetu otkriti razliku između amaterskog i profesionalnog novinarstva? U takvom je slučaju poželjno *watchdog* novinarstvo koje će provjeravati istinitost i vjerodostojnost teksta koji dolazi do javnosti. Curtis Brainard (2015: 175) ističe da ipak postoji prednost internetskih izvora vijesti jer je moguće pronaći informacije o bilo kojem području okoliša, ali i da je još uvijek nejasno kakav će izvor doći do osoba koje nisu pretjerano zainteresirane za pitanja okoliša. Hoće li njihov personalizirani algoritam - koji dovodi do informacijskih balona i eho komora – biti usmjeren prema blogu klimatologa koji objašnjava klimatske promjene na temelju znanstveno dokazanih činjenica ili prema grupi klimatskih skeptika na društvenim mrežama koji svakodnevno objavljuju i komentiraju?

Elanor Colleoni i Adam Arvidsson definiraju informacijske balone i eho komore kao „medijsko okruženje u kojem je publika uglavnom izložena sadržajima koji su u skladu s njihovim postojećim stavovima, što zauzvrat jača postojeća uvjerenja i stoga može potaknuti procese polarizacije (prema: W. van Eck i sur., 2021: 145). Prema istraživanju iz 2021. Christel W. van Eck i suradnici (2021: 149) zaključuju da postoji pozitivna korelacija između percepcije ispitanika o visokom riziku klimatskih promjena i posjećivanju *mainstream* blogova koji pišu o klimatskim promjenama. Također je pozitivna korelacija između percepcije ispitanika o niskom riziku klimatskih promjena i posjećivanju blogova koji pišu skeptično o klimatskim promjenama. Informacijski baloni mogu imati značajan učinak na percepciju javnosti, kao i na učinak komunikacije znanstvene zajednice kad je riječ o klimatskim promjenama.

Iako znanstvenici nisu bili voljni istupati u javnosti, shvatili su da im je javnost koja internalizira znanstvene činjenice važna kako bi ju potaknuli na djelovanje, a prvi među njima bili su upravo ekolozi. Pritom im pomažu mediji i novinari koji ekološke teme javnosti približavaju na jednostavan način, ali i dalje postoje prepreke za koje Moser smatra da su premostive uz kvalitetnu komunikacijsku strategiju. Iako temeljna karakteristika interneta da svi korisnici mogu objavljivati informacije i sudjelovati u razgovoru pomaže širenju znanstvene zajednice, klimatski su skeptici također dobili platformu na kojoj mogu polarizirati korisnike. A upravo zbog toga je klimatska pismenost ključ za početak razgovora o klimatskim promjenama. Komunikacija mora biti prilagođena, naročito kad su ključna javnost osobe na vladajućim pozicijama koje odlučuju što će koja država poduzeti. Znanstvenici zato objavljuju izvještaje i organiziraju sastanke putem kojih informiraju vlade o trenutnom stanju.

## **2.1. Relevantne međunarodne organizacije i sporazumi**

Za komunikaciju o važnosti ekoloških problema jedna od bitnih javnosti koja mora shvatiti ozbiljnost problema kako bi se dogodila promjena su osobe na vlasti, to jest na vladajućim pozicijama. To su osobe koje mogu direktno utjecati na ishod klimatskih promjena svojim postupcima kao što su izmjene zakona, provođenje raznih inicijativa, ali i samim istupanjem u javnost i podrškom. Znanstvenici se moraju organizirati kako bi razmijenili mišljenja i predstavili vladajućima pregled situacije što je vjerodostojnije moguće. Zbog toga su za komunikaciju o okolišu i klimatskim promjenama važna udruženja koja rade na globalnoj razini. Kako bismo razumjeli smisao međunarodnih sporazuma kao načina komuniciranja s

vladama, ali i javnošću, prvo se moramo upoznati s komunikacijom vodećih organizacija na području istraživanja klime kao što su IPCC-a i UNFCCC-a.

Međuvladino tijelo za klimatske promjene ili IPCC 1988. su godine osnovali Svjetska meteorološka organizacija i Program UN-a za okoliš s ciljem pružanja informacija vladama kako bi razvili klimatske politike. Trenutno ima 195 zemalja članica te je njihov glavni zadatak provjera i procjena važnosti znanstvenih radova u području klimatskih promjena kako bi mogli imati nepristran sažetak utjecaja i rizika klimatskih promjena, ali i kako se oni mogu smanjiti. IPCC izdaje izvještaje u kojima ekstenzivno obrađuje teme vezane za klimu, a trenutno je objavljeno pet takvih izvještaja, od kojih je prvi objavljen 1990., a posljednji 2021. godine (About the IPCC, 2022). Izvještaji se sastoje od izvješća o procjeni (podrazumijeva cjelokupni izvještaj), prednje stranice, sažetka za kreatora politike, priloga, odjeljka koji upozorava na pogreške (erratum) te naslovnice. Svi se materijali mogu pronaći na engleskom, arapskom, kineskom, ruskom, francuskom, španjolskom, njemačkom te korejskom jeziku, što političarima i medijima omogućuje lakši dolazak do informacije unutar izvještaja (AR5 Synthesis Report: Climate Change 2014, 2014).

Okvirna konvencija Ujedinjenih naroda o klimatskim promjenama ili UNFCCC potpisana je 1992. godine sa zaduženjem podrške zemljama kako bi adekvatno riješile klimatske prijetnje. UNFCCC ima 197 zemalja potpisnica te je matični ugovor Protokola iz Kyota te Pariškog sporazuma. Konvencija pruža pomoć pri analizi i pregledu informacija o razvoju klimatskih promjena te pruža podršku pri provedbi mehanizama zadanih u prethodno spomenutim ugovorima. Svake se godine održavaju pregovaračke sjednice, među kojima je najvažnija Konferencija stranaka (*Conference of Parties*, dalje u tekstu: COP). Za vrijeme COP-a stranke procjenjuju napredak zemalja pri smanjivanju svojih emisija stakleničkog plina, ali i pomoći pri problemima klimatskih promjena (About the Secretariat, 2022). COP26 održan je 2021. godine u Glasgowu u Škotskoj pod sloganom „Zajedno za naš planet“ (engl. *Together for Our Planet*) te je zaključeno da je ostvaren dobar napredak, ali je potrebno učiniti više kako bi se ostvario cilj o smanjenju temperature za 1,5 °C (COP26: Together for our planet, 2022).

UNFCCC je važna konvencija u pravnom smislu jer Protokol iz Kyota i Pariški sporazum pravno obvezuju zemlje članice na djelovanje. Protokol iz Kyota (ponekad se prevodi kao Kyotski protokol) prihvaćen je na COP3 te obvezuje države da postave cilj smanjenja emisije za 5% do 2012. u odnosu na određenu polazišnu godinu koja je dogovorena s tom zemljom. Smisao je ugovora smanjiti emisiju plinova uz minimalne troškove, ali pritom i

pomoći nerazvijenim zemljama (Kyotski protokol, 2022). Međutim, Protokol iz Kyota doživio je neuspjeh jer zemlje nisu uspjele smanjiti emisiju CO<sub>2</sub> do kraja 2012. godine, kao što je bilo propisano u ugovoru te je istekao 2020. godine (Napoli, 2012: 184). Nakon što je prvotni ugovor podbacio, UNFCCC 2015. predstavlja Pariški sporazum. Cilj je sporazuma ograničiti globalno zatopljenje, za razliku od Protokola iz Kyota čiji je primarni cilj bio vezan za emisiju plinova (Pariški sporazum o klimatskim promjenama, 2022).

Budući da tema klimatskih promjena postaje važna sve većem broju ljudi, mediji prate rad IPCC-a i UNFCCC-a, odnosno njihove izvještaje i konferencije kako bi svojoj publici jasno predočili zaključke do kojih dolaze te organizacije. S mogućnošću ponovnoga učitavanja i objave (engl. *repost*) na društvenim mrežama, odnosno ponovne objave na vlastitom profilu, mediji mogu lako i brzo prenijeti informaciju publici putem svojih službenih profila na društvenim mrežama. Pri tome je novinarima znatno olakšan proces odabira informacija tako što mogu izravno vidjeti popularnost određenih tema i objava. IPCC ima službene profile na Facebooku, Instagramu, Twitteru, LinkedInu, YouTubeu, Flickru i Vimeu s ukupno preko 500 tisuća pratitelja (About IPCC, 2022). UNFCCC ima službene profile na Facebooku, Instagramu, Twitteru, LinkedInu, YouTubeu i Flickru s ukupno preko 1,5 milijuna pratitelja (About the Secretariat, 2022). Koji je plan komuniciranja o klimatskim promjenama za članice koje su ratificirale ugovore, samim time i Hrvatsku, raspraviti ćemo u idućim odjeljcima.

## **2.2. Komunikacijske strategije u Europskoj uniji i Hrvatskoj**

Dionici koji su bitni za stvaranje općeg razumijevanja klimatskih promjena, poput medija, moraju biti upućeni u najnovija istraživanja i otkrića na tom području, zbog čega grupacije poput UNFCCC-a i IPCC-a objavljuju svoje izvještaje s detaljnim podacima. Kako bi se promjena zapravo i dogodila, države moraju implementirati određene strategije. Europska unija (dalje u tekstu: EU) na svojim je službenim mrežnim stranicama objavila Strateški plan za klimatsko djelovanje koji se odnosi na period od 2020 do 2024. godine. Jedan je od glavnih ciljeva komunikacija s dijalogom kako bi dionici imali „glas, prostor za osmišljavanje i provedbu klimatskih akcija, razmjenu informacija, pokretanje osnovnih aktivnosti i prikazivanje rješenja koja drugi mogu slijediti“ (Strategic plan 2020-2024 – Climate Action, 2022). Kako bi se ciljevi uspjeli postići do prethodno zadane 2050. godine, Europska se komisija mora



usredotočiti na provedbu višerazinskog komunikacijskog pristupa i pristupa pružanju pouzdanih, činjeničnih i znanstveno utemeljenih informacija kako bi se podigla svijest javnosti o (a) klimatskim promjenama, degradaciji okoliša i njihovim utjecajima, kao i (b) pojedinačne i kolektivne akcije i rješenja za suočavanje s klimatskim i ekološkim izazovima. Poduzeti procesi uključivanja građana i dionika bit će podržani komunikacijskim aktivnostima i događajima te korištenjem više kanala i alata (Strategic plan 2020-2024 – Climate Action, 2022).

Djelovanje komunikacijske strategije provjerit će se 2024. godine putem EU Barometra (postotak ispitanika koji su osobno poduzeli mjere u borbi protiv klimatskih promjena), broja stanovništva obuhvaćena Sporazumom gradonačelnika EU-a za klimu i energiju te broja potpisnika pakta za klimatske promjene (Strategic plan 2020-2024 – Climate Action, 2022).

Na službenim mrežnim stranicama objavljen je i Strateški plan za okoliš koji se također odnosi na razdoblje od 2020. do 2024. godine. Kad je riječ o komunikacijskim aktivnostima, Europska komisija naglašava da će one biti neophodne za realizaciju strategije. Glavni izvor za informiranje građana trebala bi biti ponajprije mrežna stranica *Europe Environment*, koju održava sama Komisija. U Strateškom planu istaknuto je da

tijekom razdoblja 2020. – 2024., DG ENV u potpunosti će transformirati svoju vanjsku prisutnost na internetu, pojednostavljajući sadržaj u novom višejezičnom formatu koji korisnike stavlja na prvo mjesto. Priopćenja za medije, intervjui i uvodnici koristit će se za komuniciranje politike okoliša EU-a na jednostavan i privlačan način, često prilagođen lokalnoj publici. Sve će se više koristiti i mreže društvenih mreža (Facebook, Twitter i Instagram). One su najbrže rastući mediji koje koriste europski građani i dionici, a njihova interaktivna priroda omogućuje njihovu izravnu povratnu informaciju (Strategic plan 2020-2024 – Environment, 2022.).

Dakle, Europska komisija prepoznaje važnost koju mediji imaju pri upoznavanju publike s temama poput okoliša, ali također otkrivaju korist koju mogu imati društvene mreže. Komunikacija se odvija i putem mrežne stranice *Green Spider* koju održavaju voditelji komunikacija ministarstava okoliša zemalja EU, kao i putem inicijative „CitizEnv“ koja održava radionice namijenjene mlađoj publici. Za medije su predviđene publikacije na svim službenim jezicima EU u elektroničkom obliku. Zbog pandemije COVID-19 Komisija potiče korištenje hibridnih formata i kombinacije fizičke prisutnosti s virtualnim događajima kako bi se događaji i dalje održali i kako bi imali veći broj posjetitelja (Strategic Plan 2020-2024 – Environment, 2022).

Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja RH, nadležno za brigu o klimatskim promjenama, nema komunikacijsku strategiju, ali na upit putem službene elektroničke pošte su odgovorili da 2022. planiraju pokrenuti komunikacijsku kampanju o niskougljičnom razvoju<sup>1</sup>. Ministarstvo turizma i sporta RH izdalo je komunikacijsku strategiju za razvoj održivog turizma koja vrijedi do 2027., odnosno 2030. godine. Ovaj je dokument važan za komunikaciju o klimatskim promjenama, jer je turizam značajan za BDP te klimatske promjene mogu imati velik utjecaj na poboljšanje ili pogoršanje turizma kao gospodarske grane u Hrvatskoj. Unutar strategije kao svoje ciljeve navode upoznavanje šire javnosti s Hrvatskom kao glavnom destinacijom održivog turizma na Mediteranu te usvajanje strategije s podrškom medija i ostalih dionika. Kao jedan od potencijalnih rizika navode nedovoljan interes medija, što potvrđuje činjenicu da su mediji i njihovo izvještavanje važni za poticanje građana na djelovanje. Neke od ključnih komunikacijskih poruka koje navode u strategiji su:

Održivi turizam sagledava svoj trenutni i budući ekonomski, društveni i okolišni utjecaj na cjelokupno društvo i okoliš te potiče odgovorni pristup poslovanju, koje dovodi u ravnotežu potrebe posjetitelja, industrije, okoliša i lokalnih zajednica. Hrvatska znatno ovisi o turizmu, gdje je ukupan doprinos turizma gospodarstvu visokih 16,9 posto, što nas čini ranjivim na promjene kakve smo iskusili 2020. godine - zato je upravo otporniji turizam jedan od ciljeva strategije. Osnježavanje održivosti, inovativnosti i otpornosti hrvatskog turizma postiže se ulaganjem u unapređenje turističkog ekosustava, razvoj održivog prometa i prometnu povezanost, pametnije upravljanje resursima i ulaganjem u razvoj pametnih vještina (Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan za proces usvajanja strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i nacionalnog plana razvoja održivog turizma od 2021. do 2027. godine, 2021).

Navedeni su i ključni komunikacijski alati, a neki od njih su konferencije za medije, podstranica na službenoj stranici Ministarstva, službena kontakt adresa [strategija2030@mints.hr](mailto:strategija2030@mints.hr), priopćenja za medije, komunikacija putem društvenih mreža, televizijska gostovanja, *briefing* sastanci s ključnim predstavnicima medija, intervjui te izjave za medije (Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan za proces usvajanja strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i nacionalnog plana razvoja održivog turizma od 2021. do 2027. godine, 2021).

---

<sup>1</sup> Ministarstvu smo se 27. siječnja 2022. obratili s pitanjem imaju li pripremljenu komunikacijsku strategiju, na što su nam 28. siječnja 2022. odgovorili: „ (...) ne raspolažemo strategijom komunikacije Republike Hrvatske vezanom uz klimatske promjene, ali u ovoj godini planiramo pokrenuti snažnu komunikaciju o klimatskim promjenama, odnosno kampanju o niskougljičnom razvoju.“

Fokus strategije je na dionicima koji imaju značajan učinak na provedbu zadanih ciljeva te posebno na medijima koji lako prenose informaciju građanima.

Europska komisija ima razrađen strateški plan u kojem su komunikacijske aktivnosti važan dio. Neophodno je da informacije koje dopiru do dionika budu vjerodostojne i znanstveno potvrđene te da sadržaj bude prilagođen lokalnoj ključnoj javnosti. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja trenutno nema dostupan dokument o planiranim komunikacijskim aktivnostima, dok Ministarstvo turizma i sporta ima detaljno razrađen plan kako komunicirati o održivom turizmu putem medija jer smatraju da je to budućnost turizma. Ipak, mediji mogu imati i negativan učinak na razvoj komunikacije znanstvenika o klimatskim promjenama. U sljedećem će odjeljku fokus biti na primjeru dviju globalno poznatih ekoloških katastrofa koje mogu poslužiti kao argument za važnost izrade komunikacijske strategije.

### **2.3. Afere *Exxon Mobil* i *Climategate***

Kao što je već spomenuto u pregledu problema komunikacije klimatskih promjena, prepreku u komunikaciji znanstvenika često su predstavljali lobisti plinskih i naftnih korporacija. Tvrtka Exxon bila je jedna od korporacija koja je ulagala velike napore kako se konvencije o klimi i klimatskim promjenama ne bi ratificirale jer su ranije otkrili kakav utjecaj točno mogu imati na njihovo poslovanje.

Exxon Mobil, nekadašnji Humble Oil, tvrtka je koja se bavi plinom i naftom sa središtem u Texasu, SAD. Njihovi su interni znanstvenici krajem 70-ih godina 20. stoljeća otkrili da njihova industrija može potencijalno prouzročiti veliko zagađenje okoliša. Unajmili su tim znanstvenika kako bi saznali kakav bi model poslovanja mogao biti učinkovit. Njihov znanstvenik James Black šalje internu poruku upravnom odboru u kojoj tvrdi da „postoji opća znanstvena suglasnost da je najvjerojatniji način na koji čovječanstvo utječe na globalnu klimu oslobađanje ugljičnog dioksida iz sagorijevanja fosilnih goriva“ (prema: Hall, 2015). Black upozorava da će daljnje poslovanje Exxon, kao i sličnih tvrtki, uzrokovati povećanje globalne temperature za dva do tri stupnja, što može imati ozbiljne posljedice za okoliš. Upravni odbor ne poduzima ozbiljnije mjere te krajem 80-ih pomaže u osnivanju Globalne klimatske koalicije (*Global Climate Coalition*), međunarodne udruge lobista koja je tvrdila da je znanost o okolišu kontroverzna i nedovoljno dokazana. Svojim su djelovanjem spriječili i svjetske lidere poput SAD-a i Kine da ratificiraju Protokol iz Kyota. Tek 2015. *InsideClimate News*, internetski

portal specijaliziran za vijesti o klimatskim promjenama, objavljuje reportažu Exxon Mobilu, zataškavanju njihovih otkrića kao i kontraproduktivnom djelovanju kako bi spriječili gubitak profita (Hall, 2015). Komunikacije ove korporacije još uvijek su vrlo zastupljena tema u medijima uzimajući u obzir da nastavljaju s poricanjem svoje odgovornosti te pronalaze „rupe“ u zakonu. Chris McGreal za *The Guardian* u siječnju 2022. godine piše o Exxon Mobilu koji pokušava iskoristiti svoje pravo Prvog amandmana, kao i zakona države Teksas te prikazati svoju komunikaciju protiv klimatskih promjena kao slobodu govora. Nadalje, u siječnju su Exxon, British Petrol i Shell bili tema razgovora zbog poziva na svjedočenje u Kongresu zbog širenja dezinformacija o klimatskim promjenama (McGreal, 2022).

Prema istraživanju Geoffrey Suprana i Naomi Oreskes (2021: 706 – 709), komunikacija tvrtke Exxon Mobil o klimatskim promjenama sličila je komunikaciji industrije duhanskih proizvoda u kontekstu smanjenja važnosti vlastite uloge u problemu. Istraživanjem editorijala *The New York Timesa*, kao i internih dokumenata same korporacije, otkrili su da se krivnja s industrije fosilnih goriva prebacuje na pojedinca, a ako je kriv kolektiv onda je samim time kriv i pojedinac koji sudjeluje u njemu. Klimatske su promjene za Exxon Mobil „moguća opasnost“ te nema potrebe za hitnim djelovanjem jer civilizacija ne može napredovati bez korištenja fosilnih goriva. Istraživači zaključuju da Exxon Mobil koristi manje očite tehnike za poricanje znanosti o klimatskim promjenama koje kao takve plasiraju u medije te da su propagandne tehnike fosilne industrije nedovoljno ispitane za razliku od duhanske industrije. Na taj način korporacije poput Exxon Mobila mogu lako utjecati na medije, a samim time utjecati i na javno mnijenje. Na publiku i polarizaciju mišljenja značajan je učinak imala i afera curenja informacija vodećih klimatskih znanstvenika koji su surađivali na projektima za IPCC.

Krajem 2009. godine hakiran je server u Jedinici za klimatska istraživanja (*Climate Research Unit* – dalje u tekstu: CRU) te je na internetu objavljena korespondencija znanstvenika koji su se bavili istraživanjem klimatskih promjena. Problem za javnost predstavljali su ravnatelj CRU-a Phill Jones te ravnatelj Znanstvenog centra na Sveučilištu u Pennsylvaniji Michael Mann, koji su pisali i pripremali izvješća za IPCC. U njihovoj razmjeni bio je prividan skepticizam o postojanju globalnog zatopljenja te je bila prisutna rasprava kako korigirati izvješća da potvrđuju njihova razmišljanja. Jones i Mann demantirali su sadržaj elektroničke pošte i naveli da su poruke prikazane izvan izvornog konteksta. Međutim, taj je događaj bio dovoljan za klimatske skeptike i poricatelje klimatskih promjena kako bi na društvenim mrežama i blogovima javno potvrdili svoje dotadašnje tvrdnje. Kao što je bio slučaj u prethodno predstavljenom istraživanju W. van Eck (2021: 149) o informacijskim balonima u

blogosferi, protivnici su klimatskih promjena ovaj slučaj vidjeli kao dokaz svog mišljenja i pisali o tome u blogovima koje su pratili i drugi skeptici kojima je događaj bio potvrda njihovog stava. Mediji su ovaj događaj popularno prozvali *Climategate*, po uzoru na druge skandale sa sufiksom – *gate* (Leiserowitz et al., 2012: 819).

Prije *Climategatea*, Anthony Leiserowitz i suradnici 2008. su godine proveli istraživanje u SAD-u kako bi procijenili uvjerenje javnosti o globalnom zatopljenju i njihovo djelovanje. Rezultati su pokazali da je 71 % Amerikanaca vjerovalo da globalno zatopljenje postoji, dok ih je 10 % reklo da ne vjeruje u to. Nakon afere hakiranja servera, 2010. godine istraživači su ponovili svoje istraživanje kako bi otkrili postoji li razlika u javnom mnijenju o globalnom zatopljenju. Rezultati su pokazali da 57 % Amerikanaca vjeruje da globalno zatopljenje postoji (pad od 14 %), a 20 % ih je reklo da ne vjeruje da postoji globalno zatopljenje (porast od 10 %). Također napominju da je u istraživanju 2010. otkriven pad povjerenja javnosti u znanstvenike kao izvor informacija o globalnom zatopljenju (pad od 9 %). Cjelokupno istraživanje pokazuje da je *Climategate* imao negativan utjecaj na razmišljanje ispitanika u 2010. godini (Leiserowitz et al, 2012: 824-828).

Edward Maibach i suradnici u svom istraživanju (2012: 291 – 292) ističu i pozitivne strane curenja informacija. Promijenjeno javno mnijenje i dezinformacije potaknule su znanstvenu zajednicu na bolju komunikaciju i češći javni angažman. Iako su prethodno postojale neke inicijative, ovaj je događaj potaknuo na hitnije djelovanje. Klimatolozi su počeli otvarati vlastite blogove kako bi uspostavili komunikaciju s publikom, ali i poricateljima klimatskih promjena te time ponovno zadobili povjerenje javnosti. Nakon incidenta promijenio se i način upravljanja podacima te su se postavili određeni standardi za analizu, pružanje pristupa podacima i izvještavanje medija. Istraživači potvrđuju da je *Climategate* imao utjecaj na podjelu na one koji vjeruju i na one koji ne vjeruju u klimatske promjene. Osim toga, zaključuju da klimatolozi moraju uložiti više truda u komunikaciju i razgovor s javnošću, ali i kreatore politike.

U ovom smo se prvom poglavlju bolje upoznali s općenitim problemom komunikacije znanstvene zajednice i zašto su znanstvenici smatrali da je popularizacija znanosti negativna. Nakon što su shvatili da im je odobrenje i shvaćanje javnosti potrebno kako bi djelovali, počinju prihvaćati medije i odnose s javnošću kao koristan alat napredovanja. I dalje postoje izazovi koji se odnose posebno na ekologe i klimatologe, kao što su nevidljivost antropogenog učinka ili geografski odmak, ali znanstvenici i dalje inzistiraju na edukaciji građana. Lay tvrdi da je

klimatska pismenost jedan od važnijih faktora za napredak na koji se ne obraća dovoljno pažnje. Kad bi klimatska pismenost bila uvedena u obrazovanje, riješio bi se i nadolazeći problem interneta kao mjesta na kojem je moguće konstruirati činjenice po volji. Iako je internet važan komunikacijski alat za znanstvenike unutar zajednice i prema javnosti, on može imati i suprotan efekt i stvoriti informacijske balone. Unutar njih će se zadržati pojedinci koji će putem algoritma i dalje dobivati informacije koje potvrđuju njihovo stajalište te neće moći informirano donositi odluke vezane uz klimatske promjene, ali i druge važne društvene teme. Ipak, oni koji moraju biti dobro informirani su kreatori politike te znanstvenici za njih moraju pripremiti posebnu komunikaciju. Putem udruženja IPCC i UNFCCC, znanstvenici sumiraju najvažnija otkrića u zadanom vremenskom roku i predstavljaju ih kreatorima politike koji mogu djelovati sukladno tim otkrićima. Iz toga su djelovanja proizašli Protokol iz Kyota te Pariški sporazum za koje danas znamo da su važni dokumenti kako bi se održao daljnji razgovor i kako bi došlo do novih odluka vezanih za klimatske promjene. Kako bi se dogovori na COP-ovima ostvarili, potrebno je razraditi komunikacijske strategije koje će pratiti donesene odluke. Europska unija ima dvije strategije, konkretno vezane uz okoliš i klimatske promjene, dok Hrvatska kao članica Europske unije trenutno nema samostalnu strategiju. Komunikacijska strategija Ministarstva turizma i sporta djelomično se dotiče teme klimatskih promjena jer je fokus na održivom razvoju turizma u Hrvatskoj. Takav je dokument važan za ovaj rad jer je turizam bitna gospodarska grana za Hrvatsku, pa i za komunikaciju o klimatskim promjenama općenito. Prethodno navedena istraživanja pokazala su da su afere Exxon Mobil i Climategate imale značajan utjecaj na javnost, kao i na izvještavanje medija o njima. U Exxon Mobilu se pravovremeno prepoznala opasnost koju klimatske promjene predstavljaju te su aktivno lobirali u svoju korist. Time su spriječili širenje informacija o utjecaju fosilnih goriva na klimatske promjene i nastavili s profitabilnim poslovanjem. U prilog im je išla i afera *Climategate* kad su procurile važne razmjene poruka između vodećih klimatologa. Iako je dokazano da su informacije koje su izašle u javnost bile izvučene iz konteksta, sam je događaj utjecao na javno mnijenje i povjerenje u znanstvenu zajednicu. Unatoč aferama, aktivizam vezan za klimu i klimatske promjene sve je rasprostranjeniji i uključuje sve veći broj ljudi, bilo putem društvenih mreža i medija ili uživo, o čemu će biti više riječi u idućem poglavlju.

### 3. Uloga aktivizma u komunikaciji o klimatskim promjenama

Građani imaju pravo na pristup informacijama koje će naposljetku oblikovati njihovo mišljenje, što je i slučaj s informacijama o okolišu i klimatskim promjenama. To je osigurano Aarhuškom konvencijom koja „utvrđuje prava u vezi s okolišem kao osnovu za uključivanje građana i njihovih udruženja u politike okoliša, što je preduvjet razvoja okolišne demokracije“ (Aarhuška konvencija, 2022). U konvenciji se navodi da građani imaju pravo na pristup informacijama o okolišu, sudjelovanje u odlučivanju o pitanjima vezanima uz okoliš te pristup pravosuđu što se tiče takvih pitanja. Aarhuška konvencija osigurava pravo građana na aktivizam koji može promijeniti daljnji razvoj klimatskih promjena. Budući da se klimatske promjene ostalih ekoloških problema koji su odmah vidljivi shvaćaju teže, aktivizam je važan kako bi ključne javnosti mogle reagirati pravovremeno.

Tatjana Borojević i suradnici definiraju aktivizam kao

pojam koji označava volontersku kulturu političke participacije na različitim razinama, bila ona borba oko konkretnih i lokalnih pitanja ili opća kritika društvenih i političkih sistema. Društveni aktivistički pokreti izražaji su kolektivnih težnji pojedinaca i grupa, ali i nositelji društvene promjene u industrijskom društvu. (Borojević et al., 2015: 8)

Dok se aktivizmom često smatraju izravna djelovanja poput ponekad i nasilnih prosvjeda, štrajkova, demonstracija ili bojkota, postoje razni oblici aktivizma koji su pasivni, poput pravosudnog aktivizma i lobiranja. Važno je napomenuti da u demokratskim društvima trenutno prevladava kombinacija strateškog razmišljanja i kontinuiranog otpora što će potencijalno rezultirati promjenom stavova, vrijednosti i ponašanja društva. Aktivisti se više nego ikad uključuju u nevladine organizacije ili inicijative te se koriste taktikama poput građanskog neposluha, demonstracijama i mirnim prosvjedima. Mediji su sredstvo propagande i interakcije za aktivistička udruženja jer tako mogu svojoj publici prenijeti određenu viziju i perspektivu. Koliko su važni samostalni kanali komunikacije, toliko su važni i *mainstream* i alternativni mediji, bili oni za probijanje informacijskog balona velikog broja ljudi ili samo za informiranje o novim otkrićima (Cammaerts, Carpentier, 2007: 217-220).

Razni aktivisti i promatrači aktivizma vide digitalne medije kao neophodno sredstvo povezivanja s drugim aktivistima, ali i znanstvenom zajednicom. Osim toga, pomažu i kod odnosa aktivista koji promiču određeno mišljenje s aktivistima suprotnog mišljenja te publike koja je između njih. Putem digitalnih medija i hiperpovezane komunikacije publika može

sudjelovati u njihovoj komunikaciji. Primjerice, korporacije vrše pritisak na rad vlada, ali zato nevladine organizacije mogu organizirati kampanje protiv tih tvrtki ili globalne demonstracije te objavljujati informacije o njima koje će utjecati na javno mnijenje. Zbog razvoja interneta, aktivisti mogu predstaviti svoje kampanje, vizije i informacije široj publici koja im prije nije bila dostupna ako nisu bili zastupljeni u medijima (Bennet, 2003: 144 – 151). Razvojem interneta pojavili su se pojedini aktivisti koji su postali svojevrsni *opinion leaderi* nove generacije aktivista.

Greta Thunberg 2018. je godine započela svoj aktivizam prosvjedom *Skolstrejk för klimatet* ispred parlamenta u Švedskoj. Nakon što je saznala da je njezina zemlja imala najtoplije ljeto otkad se temperatura počela bilježiti, odlučila je ne ići u školu i štrajkati (tada je imala petnaest godina). Na društvenim mrežama i putem medija se brzo proširila priča o djevojci koja prosvjeduje zbog klimatskih promjena te se do ožujka 2019. godine njezinom prosvjedu pridružilo 1,2 milijuna učenika i studenata iz 120 zemalja. Njezina ideja postaje inicijativa *Fridays for Future*. Thunberg i njezin tim rano su shvatili popularnost štrajka i njegove predvodnice te su iskoristili društvene mreže kako bi širili informacije (Jung et al., 2020: 1-2). Thunberg trenutno ima otvorene službene profile na Facebooku, Twitteru te na Instagramu s milijunima pratitelja. Iako je stekla popularnost na društvenim mrežama, njezino se značenje proširilo izvan tih granica te je pozvana na velike konferencije o klimatskim promjenama kao što su UN-ov klimatski samit (WATCH: Greta Thunberg's full speech to world leaders at UN Climate Action Summit, 2019) i Youth4Climate (Greta Thunberg at Youth4Climate Summit 2021 in Milan - full speech, 2021). Na samitu je izjavila:

Svi dolazite nama mladima po nadu. Kako se usuđujete! Ljudi pate. Ljudi umiru. Cijeli ekosustavi se urušavaju. Na početku smo masovnog izumiranja, a sve o čemu možete govoriti su novac i bajke o vječnom gospodarskom rastu (...) Iznevjeravate nas. Ali mladi ljudi počinju shvaćati vašu izdaju. Oči svih budućih generacija uprte su u vas. A ako nas odlučite iznevjeriti, ja kažem: nikada vam nećemo oprostiti (WATCH: Greta Thunberg's full speech to world leaders at UN Climate Action Summit, 2019).

U znanstvenoj se zajednici već govori o tzv. efektu Grete Thunberg, odnosno pretpostavci da izloženost radu Grete Thunberg utječe na kolektivnu učinkovitost i djelovanje što se tiče klimatskih promjena.

Istraživanje Anandite Sabherwal i suradnika (2020: 329) pokazalo je da su oni koji su bili upućeni u rad G. Thunberg vjerojatnije poduzeli mjere kako bi spriječili klimatske promjene. Također, rezultati su istraživanja pokazali da su pojedinci uvjereni da ako rade s



istomišljenicima za jednaki cilj, veća je vjerojatnost za kolektivnu učinkovitost i uspjeh. Mlađi ispitanici koji postaju ili su već postali klimatski aktivisti ističu upravo Gretu Thunberg kao motivaciju za djelovanje. Istraživači su uzeli u obzir da je važan i njezin identitet mlade osobe ili tinejdžera, s čime se druge mlade osobe mogu donekle poistovjetiti. Naglasili su pretpostavku da bi se maloljetne osobe mogle i više poistovjetiti s njom, ali oni nisu bili dio ispitane skupine.

Svrha je aktivizma promjena u društvu, pri čemu je od velike važnosti razmjena informacija putem medija ili društvenih mreža. Razvoj digitalnih medija omogućio je aktivistima lakšu organizaciju i nove mogućnosti djelovanja, ali i dolazak novih figura poput Grete Thunberg. Prethodno navedeno istraživanje je pokazalo da uistinu postoji tzv. efekt Grete Thunberg zbog kojeg sve više njezinih pratitelja i obožavatelja sudjeluje u aktivizmu protiv klimatskih promjena. Za napredak su značajne i neprofitne organizacije koje pokreću inicijative na lokalnim, ali i globalnim razinama.

### **3.1. Nevladine organizacije**

Prema definiciji Hrvatske enciklopedije, nevladine organizacije su „dobrovoljne neovisne i neprofitne organizacije pojedinaca i udruga utemeljene radi zaštite interesa svojih članova u političkom i društvenom prostoru između države i privatnih interesa“ (Nevladine organizacije, 2022). Iako nisu povezane s vladom, odnosno vlada ih ne financira, prepoznate su kao važan faktor pri kreiranju globalne politike. U područjima kao što su ekologija i klimatologija, nevladine organizacije imaju bitnu ulogu podizanja svijesti o pitanjima klime i klimatskih promjena, kao i kontroliranja aktivnosti koje provodi vlada, odnosno nadležno ministarstvo. Na konferencijama poput COP-a sudjeluju na pregovaračkim sjednicama, neformalnim sastancima te mogu raspravljati o željenim pitanjima sa zastupnicima država članica. Osim toga, nevladine organizacije često prije sličnih konferencija pripremaju prezentacije i rasprave o temama koje su te godine važne kako bi analizirale i komentirale situaciju. Osim toga, mogu isplanirati i određene materijale za medije i na taj način ih pripremiti za izvještavanja s konferencija, te tako mogu osigurati veću, ali i bolju medijsku pokrivenost (Carpenter, 2001: 319).

Kako bi se ostvarili ciljevi vlada, mora se povećati razina razumijevanja klimatskih promjena, jer je to jedini način da šira javnost razumije hitnost djelovanja u suzbijanju ekoloških problema. Značajnu ulogu imaju mediji koji mogu pružiti informacije koje su potrebne za promjenu, kao što je bio slučaj s klimatskim skepticima koji su prethodno ignorirali izvješća IPCC-a, a kasnije zahtijevali temeljitije istraživanje. Budući da se klima mijenja, sve veći dio globalne populacije može vidjeti klimatske promjene kao što su ekstremni vremenski uvjeti, prirodne katastrofe i globalno zatopljenje. Mediji će svakako izvijestiti o događajima u svijetu, ali ih pritom mogu povezati s klimatskim promjenama kako bi ključne javnosti stekle jasnu sliku o njima. Radi daljnjeg razvoja interneta i digitalnih medija, nevladine organizacije iskoristile su priliku samostalno stvarati sadržaj putem društvenih mreža i time upozoriti na sva događanja povezana s klimom (Carpenter, 2001: 323 – 325). Dvije organizacije koje se najčešće povezuju s očuvanjem okoliša djeluju i u Hrvatskoj, a o njima će biti više riječi u sljedećim odjeljcima.

### **3.1.1. Extinction Rebellion Hrvatska**

Jedna od njih je Extinction Rebellion (dalje u tekstu: XR), „decentralizirani, međunarodni i politički nestranački pokret koji koristi nenasilnu izravnu akciju i građansku neposlušnost kako bi uvjerio vlade da pravedno djeluju na klimatsko i ekološko izvanredno stanje“ (What is XR?, 2022). Pokret je s djelovanjem započeo krajem 2018. godine u Ujedinjenom Kraljevstvu kada se grupa aktivista okupila kako bi proglasila „Deklaraciju pobune protiv vlade“. Pritom su mirno blokirali glavne mostove preko rijeke Temze, sadili drveća te demonstrativno iskopali rupu za lijes u kojoj će biti pokopana budućnost čovječanstva. Na svojoj službenoj mrežnoj stranici postavljaju tri temeljna zahtjeva na kojima počiva rad njihovog pokreta. Prvi se zahtjev odnosi na to da je potrebno uvijek govoriti istinu. Smatraju da se vlade moraju aktivirati i početi surađivati sa znanstvenicima i stručnjacima koji mogu pomoći kod klimatske krize. U drugom zahtjevu navode da je potrebno djelovati sada, kako bi se spriječio gubitak bioraznolikosti te kako bi se zaustavila pretjerana emisija stakleničkih plinova do 2025. godine. Posljednji zahtjev se odnosi na to da je potrebno izići iz uskoga kruga politike. To znači da vlade trebaju formirati skupštine građana koje će moći sudjelovati u odlukama o klimatskim i ekološkim problemima. Navedeno je i deset glavnih vrijednosti pokreta, a neke od njih su dijeljenje vizije promjene,

otvoreno propitivanje sustava i samih sebe, izbjegavanje okrivljavanja te utemeljenost na autonomiji i decentralizaciji (What is XR?, 2022). Hrvatski XR pokret podijeljen je na dvije grupe: XR Zagreb i XR Dalmacija. Svaka grupa ima svoje zasebne društvene mreže (Facebook i Instagram) i elektroničku poštu na koju se mogu javiti zainteresirani s eventualnim pitanjima o pokretu (XR Hrvatska, 2022). U opisu svojih profila imaju i poveznicu *linktree* na kojoj su objavili svoje medijske istupe na portalima h-alter, kulturpunkt i sl. S inicijativom Fridays for Future organizirali su 12. studenog 2021. godine „Marš za opstanak“ u Zagrebu povodom zadnjeg dana konferencije COP26 u Glasgowu kako bi hrvatskoj vladi poručili da je krajnje vrijeme za djelovanje (Goršić, 2021).

U svom godišnjem izvješću za 2020. godinu, XR naglašava nužnost komunikacije putem društvenih mreža, ali i važnost suradnje s medijima. Njihov tim za medije i poruke biltene objavljuje jednom mjesečno, a u njima predstavljaju akcije lokalnih podružnica toga globalnog pokreta, kao što je primjerice XR Hrvatska. Naglašavaju da velik broj posjetitelja na službene mrežne stranice dolazi s društvenih mreža kao što su Facebook, Twitter, Instagram i YouTube te se za komunikaciju na tim profilima osnovao poseban tim. Također postoji i XR globalna galerija sadržaja za medije iz koje se mogu besplatno preuzeti razni sadržaji poput fotografija, videa i grafika (2020 XR Global Support Annual Report, 2022).

Znanstvenici su primijetili da XR postaje sve veća platforma koja se širi globalno te da ima velik potencijal za djelovanje na sve ključne javnosti koje su potrebne za promjenu. Wahyu Rozzaqi Ginanjar i Ahmad Zakky Mubarrok (2020: 43) smatraju da je XR „fenomen koji podsjeća današnji svijet da je, sa svim razvojem političkih i društvenih aspekata na globalnoj razini, važno gledati dalje od nacionalne države u našim nastojanjima da pronađemo učinkovitu i važnu vladu i sustave kreiranja politika.“ Ovaj je pokret pridobio međunarodnu pozornost jer govori o težnjama globalne javnosti kad je riječ o klimatskim promjenama, a ne fokusira se isključivo na lokalne potrebe neke države. Prema njihovom istraživanju, XR je civilno društvo koje je neizravno uključeno u stvaranje globalne politike kroz tri dimenzije djelovanja. One se odnose na oblikovanje javnog mnijenja kroz diskurs – društvene mreže i mediji, stavljanje klimatskih promjena na vrh političkog dnevnog reda te poticanje građana na sudjelovanje u donošenju odluka (Ginanjar, Mubarrok, 2022: 51). Neil Gunningham (2019: 200) zaključuje da je komunikacijska strategija XR pokreta bila uspješna uzimajući u obzir da se zbog njihovog djelovanja tema klimatskih promjena sve više pojavljuje u medijima – bilo da se piše o njihovom radu ili klimatskim promjenama općenito.

Colin Kinniburgh (2020: 125-133) smatra da su neke karakteristike pokreta XR problematične te da bi se na njima još trebalo raditi. Iako u svojim manifestima naglašava da se odmiče od politike i centralizacije te da je jedna od temeljnih vrijednosti da se prihvaćaju sve „političke“ opcije, kontroverze unutar pokreta pokazale su da ne postoji apolitičan klimatski pokret. XR Scotland se javno usprotivio radu globalne organizacije na svojim prosvjedima transparentom „Dekolonizirajte XR“ (engl. *Decolonize XR*). Dio članova osnovao je zaseban pokret pod imenom Global Justice Rebellion, s obzirom na to da izvorni članovi nisu htjeli kao jedan od temeljnih zahtjeva dodati pravdu za crnce, domorodačke narode, ljude različitih rasa i siromašne zajednice. Pritom Kinniburgh naglašava kako navedene grupacije nisu ponudile rješenje kako se suočiti s klimatskim promjenama, već protestima pokušavaju nagovoriti vlade da djeluju. On smatra da su kontradiktorni jer je, kao što je i ranije spomenuto u radu, jedan od postavljenih temeljnih zahtjeva osnivanje skupština građana koje će moći odlučivati o klimatskim promjenama.

Dakle, XR kao ekološki pokret temelji se na nenasilnom pristupu, a cilj mu je putem demonstracija i građanskog neposluha upozoriti kreatore politike na ekološke probleme i hitnost njihova rješenja. Gunnigham zaključuje da pokret ima utjecaj na javno mnijenje, jer se tema o klimatskim promjenama pojavljuje se u medijima više nego prije. XR Zagreb i XR Dalmacija aktivne su članice pokreta koje surađuju u organizaciji raznih događaja. Kinniburgh pak smatra da neke temeljne pretpostave XR pokreta proturječe njihovim djelima te da moraju prihvatiti da ne postoji apolitičan pokret koji želi promijeniti trenutno stanje, a u sljedećem će odjeljku fokus biti na već poznatoj i dugovječnijoj organizaciji - Greenpeace.

### **3.1.2. Greenpeace Hrvatska**

Greenpeace je „neovisna globalna organizacija koja putem kampanja nastoji mijenjati stavove i ponašanje, s ciljem zaštite i očuvanja okoliša te promicanja mira“ (O nama, 2022). Rad Greenpeacea kao organizacije započinje 1972. godine u Americi kad je grupa aktivista i novinara pokušala zaustaviti nuklearne eksperimente na otoku Amchitka blizu Aljaske. Njihov je način prosvjedovanja bio svjedočenje, odnosno nenasilan protest protiv pokušaja detoniranja bombe kod Aljaske time što su bili tamo prisutni. Trenutno Greenpeace ima 27 neovisnih organizacija u 55 zemalja u Europi, Amerikama, Aziji, Africi i na Tihom oceanu. Kao neke od

svojih ključnih aktivnosti nabrajaju ubrzavanje energetske revolucije kako bi se što prije riješila prijetnja klimatskih promjena, obranu mora i oceana suprotstavljanjem pretjeranom ribolovu te stvaranje budućnosti bez toksina. Greenpeace Hrvatska postoji od 2012. godine, a fokus njihovog rada je na održivom ribarstvu, obnovljivim izvorima energije te borbi protiv rada termoelektrane Plomin, eksploatacije nafte iz Jadranskog mora te uporabe jednokratne plastike (O nama, 2022).

S obzirom na to da je Greenpeace prisutna kao organizacija aktivista, njezin je utjecaj bio tema većeg broja istraživanja i znanstvenih radova. U intervjuu sa Soenkeom Lorenzenom, analitičarom međunarodnih medija za Greenpeace, Kevin Michael De Luca (2009: 264-265) saznaje na koji način organizacija stvara okvir objavljivanja u medijima. Lorenzen objašnjava da komunikacijske strategije dolaze iz nacionalnih i regionalnih ureda koji kreiraju globalni program. Strategije se razlikuju ovisno o zemlji u kojoj će se implementirati, odnosno kakav je pogled na pitanje o klimatskim promjenama te postoji li potreba za dodatnom izgradnjom svijesti o hitnosti rješavanja problema. Uredi zaključuju je li potrebno više motivirati tu specifičnu javnost kao i kreatore politike kako bi se došlo do opće informiranosti. Greenpeace shvaća da mediji ovisе o različitim organizacijama koje ih financiraju, što su nerijetko dobavljači energije, automobilska industrija, elektronika i sl., te ne mogu konstantno svojim objavama pozivati čitatelje na revoluciju i promjenu. Mediji su svakako imali važnu ulogu u reformiranju javnog mnijenja kad je riječ o klimatskim promjenama, što je bilo korisno ne samo za Greenpeace, već i za druge nevladine organizacije.

Medijske strategije Greenpeacea jedan su od ključnih faktora njihove uspješnosti i svjetske prepoznatljivosti. Jedan od aktivista kojeg su William Carroll i R. S. Ratner (1999: 6-15) intervjuirali za svoje istraživanje tvrdi da je

organizacija (...) potpuno fokusirana na medije; nečiji učinak u kampanji ocjenjuje se koliko uspješno možete prenijeti poruku kroz medije, jer su političari potpuno osjetljivi, kapitalizam reagira na medije. Ne žele da im se imidž ukalja; ne žele uništenje njihovih tržišta; ne žele da potrošači vide njihove proizvode kao loše, a njih kao pokvarene. (Carroll, Ratner, 1999: 7)

Kao što je već spomenuto u radu, u prvoj misiji na Aljasci dio posade su bili i novinari koji su mogli izvještavati izravno s događaja, što pokazuje jasnu medijsku strategiju Greenpeacea. Članovi i danas sudjeluju u svjedočenju demonstracija, što služi svrsi oglašavanja njihovog rada i predanosti rješavanju ekoloških problema. Pritom stvaraju događaje koji će privući medijsku pozornost i time širiti vlastitu agendu. Greenpeace zato intenzivno neguje

prijateljstvo s medijima, odnosno novinarima koji će u budućnosti pisati o njima jer će njima dojaviti lokaciju sljedeće demonstracije ili informacije koje procure.

Korištenje katastrofičnih vizuala koji pozivaju na djelovanje čest je alat komunikacije o uništavanju okoliša i upoznavanju javnosti s problemima koji im nisu bliski. Fotografija je ključna kako bi se djelovalo, odnosno prikazalo javnosti što se događa, a da organizacija zadrži svoju politiku nenasilnosti. Time se daje jasan okvir trenutne situacije te se zbog fotografskog dokaza informacija može lako prenijeti putem medija, a mogu ga razumjeti sve ključne javnosti. Smatra se da je zbog vizualnog aspekta djelovanja Greenpeace postao važna organizacija u rješavanju ekoloških problema i borbi protiv prijetnje klimatskih promjena (Doyle, 2007: 131).

U prvom dijelu drugog poglavlja objasnili smo što je aktivizam i zašto je komunikacija o aktivizmu u medijima važna za podizanje svijesti o klimatskim promjenama. Mediji mogu aktivistima služiti kao alat za širenje njihovih poruka, promidžbe i propagande, čime probijaju informacijski balon i eho komoru skeptika i poricatelja. Kao važna figura u ekološkim aktivističkim pokretima pojavljuje se Greta Thunberg, devetnaestogodišnja Šveđanka koja je započela inicijativu *Fridays for Future*. Istraživanje je pokazalo da postoji i „efekt Grete Thunberg“, odnosno fenomen da izloženost angažmanu G. Thunberg utječe na kolektivnu učinkovitost i djelovanje po pitanju klimatskih promjena. Aktivisti se udružuju i u nevladine organizacije te putem njih organiziraju proteste i demonstracije kako bi kreatorima politika ukazali na klimatske promjene i njihovu važnost za budućnost. Dvije najveće organizacije koje imaju svoje grupacije i u Hrvatskoj su Extinction Rebellion i Greenpeace. Iako je XR relativno mlad pokret, postao je predvodnik ekoloških pokreta te se smatra utjecajnom organizacijom zbog broja zemalja članica i uspješnih demonstracija. Njegovo značenje u Hrvatskoj je vidljivo i kroz prosvjed u Zagrebu u studenom 2021. godine u suradnji s inicijativom *Fridays for Future Croatia*. Greenpeace kao organizacija koja postoji već pedeset godina imala je značajan utjecaj na globalnu politiku, što su pokazala i istraživanja. Organizacija je brzo uvidjela da je uspješna medijska strategija važna kako bi kreatori politike shvatili njihove ciljeve. Zato Greenpeace i danas ulaže u svoj komunikacijski tim te njeguje prijateljske odnose s medijima i novinarima koji izvještavaju o ekološkim problemima. U drugom će dijelu poglavlja biti više riječi o *opinion leaderima* ekološkog pokreta s fokusom na Davida Attenborougha i Sylviju Earle.

### 3.2. *Opinion leaderi* na području komunikacije ekoloških pokreta

Lazarsfeld i Katz *opinion leadere* definiraju kao „određene pojedince koji su posvećivali veliku pozornost nekom pitanju, često raspravljali o tom pitanju i smatrali se uvjerljivijim u uvjeravanju drugih da usvoje mišljenje ili određeni pravac djelovanja“ (prema: Nisbet, Kotcher, 2009: 329). U njihovom djelu *Personal Influence* iz 1955. iznesena je pretpostavka da interakcija ili informacija koju može pružiti utjecajan pojedinac ima značajniji učinak od masovnih medija. Građani bi se za savjete prilikom procesa donošenja odluka trebali ponajprije obratiti prijateljima i osobama za koje smatraju da su utjecajne. Zbog toga se smatra da je *opinion leader* i dalje važan faktor kod formiranja mišljenja o različitim pitanjima. Za razliku od vremena kad su istraživali Lazarsfeld i Katz, danas publika ima veći pristup informacijama, što uključuje i informacije o klimatskim promjenama. Ipak, građani biraju što će prihvatiti na temelju vlastitih preferencija i ideologije te ne vjeruju medijima, već obitelji, prijateljima i kolegama.

Matthew Nisbet i John Kotcher dalje zaključuju da, kad su u pitanju klimatske promjene, *opinion leaderi* mogu svojim znanjem pomoći mobilizirati javnost. Ako bi uspjeli potaknuti pojedince, na koje imaju utjecaja, na raspravu i promišljanje o temi klime, mogu potencijalno promijeniti i njihovu percepciju o klimatskim promjenama i potrebi žurnog političkog djelovanja. *Opinion leaderi* mogu i nastojati promijeniti ponašanje svojih sljedbenika kad je riječ o proizvodima i uslugama koje emitiraju stakleničke plinove te im ponuditi alternative. Katz naglašava da *opinion leader* mora biti osoba koja odgovara sljedećim uvjetima:

tko je netko – uključuje određene karakteristike osobnosti ili vrijednosti koje posjeduje pojedinac; ono što netko zna – uključuje stupanj znanja i stručnosti koje netko ima o određenom pitanju ili proizvodu; i koga netko poznaje – uključuje broj kontakata koje netko ima u krugu svojih prijatelja i poznanika (prema: Nisbet, Kotcher, 2009: 332)

Osoba koja ispunjava zadane uvjete može ujedno upozoriti na problem klimatskih promjena te prikazati kako reagirati i što poduzeti. Kako bi to uspješno napravila, poruka *opinion leadera* mora biti ispravno uokvirena, posebno kad je riječ o klimatskim promjenama koje su kompleksan pojam većini javnosti. Izazov predstavlja dosadašnja percepcija klimatskih promjena kao nečega što je nesigurno i neizvjesno te bi rješenje moglo biti povezati ključne javnosti s nečim što već razumiju. Ankete su pokazale da je rad COP-a i IPCC-a medijski

popraćen te predstavlja priliku za razgovor o klimi preko *opinion leadera* (Nisbet, Kotcher, 2009: 332 – 343).

Kao što smo prethodno rekli, Lazarsfeld i Katz predstavljaju koncept *opinion leadera* kao pojedinca koji posjeduje znanje o određenoj temi te svojim utjecajem može uvjeriti svoje sljedbenike da promijene stavove. Istraživači su zaključili da *opinion leaderi* postoje i danas te da mogu imati utjecaja na ključne javnosti, ali i na kreatore politike kad je riječ o klimatskim promjenama. Zbog toga je važno da te osobe budu vjerodostojne i transparentne u svom radu. U sljedećim ćemo odjeljcima predstaviti dva *opinion leadera* u području ekologije i klimatskih promjena.

### 3.2.1. David Attenborough

David Attenborough je prirodoslovac poznat po obrazovnim televizijskim emisijama, uglavnom na BBC-ju. Nakon što je postao televizijski producent za BBC, pokreće niz emisija o antropologiji i prirodoslovlju u kojima često preuzima i ulogu naratora (David Attenborough, 2021). Nakon uspjeha na BBC-u, 1964. je godine pozvan na mjesto glavnog urednika novog kanala BBC2 koji je dotad primao loše kritike zbog manjka inovativnosti. Pritom je izjavio da je plan „napraviti nove programe s temama koje su obrađene kao što nijedna mreža nije radila. Ne planiramo raditi kopije onoga što već postoji“ (Changing the Face of the BBC | Sir David Attenborough - Life on Air | BBC Studios, 2008). Upravo je Attenborough zaslužan za prve prijenose televizijskog programa u boji, što je bio dio njegovog plana za inovaciju BBC-ja. Nakon njegove odluke, sportovi koji nisu bili zanimljivog sadržaja u crno-bijeloj tehnici (primjerice biljar) postigli su veću gledanost nego ikad dotad te je BBC2 počeo imati bolje rejtinge (Changing the Face of the BBC | Sir David Attenborough - Life on Air | BBC Studios, 2008). Nakon odlaska s BBC-ja, vraća se produciranju i naraciji te započinje *Life*, svoj najpoznatiji serijal dokumentaraca. Dok je *Life* fokusiran na antropologiju i prirodoslovlje, Attenboroughova kasnija djela fokusiraju se na klimatsko stanje, a posebno *Climate Change – The Facts* i *A Life on Our Planet* (David Attenborough, 2021).

Prema istraživanju o pametnim vođama u održivom razvoju, osim efekta Grete Thunberg postoji i efekt Davida Attenborougha koji je očit u njegovim dokumentarnim



filmovima koji prikazuju antropogeni utjecaj na okoliš i klimu, ali i na društvene sustave. Sve više građana smatra da bi se sve institucije morale baviti pitanjima održivosti kako bi osigurali svoju budućnost. Usto spominju važnost vodstva koje se zasniva na vrijednostima i empatiji, što za njih predstavljaju Attenborough i Thunberg koji podižu svijest o klimatskim promjenama (Haddock-Fraser, Gorman, 2020: 3-17). Attenboroughova sposobnost vodstva odražava se kroz dokumentarce, posebno kroz dokumentarce o klimatskim promjenama. *Breaking Boundaries: The Science of Our Planet* (Clay, 2021) jedan je od dokumentaraca čiji je fokus na prikazu klimatskih promjena iz znanstvene perspektive koji ulazi u vjerojatni scenarij što će se dogoditi ako se način modernog života ne promijeni. Iako se prikazuje znanstvena perspektiva, predstavljena je na jednostavan i razumljiv način uz pomoć grafikona, animacija i videa usporedbe, a posebno s obzirom na to da je pripremljena za platformu Netflix. Među temama koje se spominju ističu se požari u Australiji i utjecaj COVID-19 pandemije za koje Attenborough smatra da su paralela onome što klimatske promjene mogu napraviti planetu i globalnoj populaciji.

Uz dokumentarne filmove, Attenborough podržava borbu protiv klimatskih promjena kroz medije kao što su *The New York Times* (Smallman, 2020), *Forbes* (Vetter, 2021) i *Rolling Stone* (Marks, 2021) te putem društvenih mreža Instagram i YouTube. Razgovarao je i s aktivisticom Gretom Thunberg ('People are listening', Greta meets Sir David – BBC, 2021) o tome što se može dogoditi i što ljudi mogu učiniti za planet te je odgovarao na pitanja fanova koji su ujedno glumci, pjevači i sl., ali i bivših suradnika iz prethodnih dokumentaraca (Sir David Attenborough Answers Questions From Famous Fans, 2020). Prilikom otvaranja profila na Instagramu, srušio je svjetski rekord najbrže postignutih milijun pratitelja na toj društvenoj mreži, što nam pokazuje njegovu planetarnu popularnost i utjecaj koji ima na generacije (Punt, 2020).

Kao što je već spomenuto u radu, Katz postavlja tri uvjeta za osobu koja može biti *opinion leader*. David Attenborough je kao producent i urednik na BBC-ju pokazao jasne karakteristike vođe time što je uspješno vodio BBC2 i popravio dotadašnje rejtinge novim i inovativnim programskim idejama. Također, stručan je za razgovor o klimi i klimatskim promjenama jer je po struci prirodoslovac te posjeduje stupanj znanja koji je potreban za informiranost. Uz to, tijekom godina svog rada mogao je i sam vidjeti kako se planet mijenja i kakav je to utjecaj imalo na prirodu. Vrijeme koje je proveo na BBC-ju kao urednik emisija s prirodoslovnim temama rezultiralo je brojnim poznanstvima u svijetu znanosti, ali i medija koji su naposljetku zaslužni za donošenje zaključaka te širenje informacija. Pritom možemo

zaključiti da je Attenborough *opinion leader* u području klimatskih promjena te da svojim pojavljivanjem u medijima može utjecati na razmišljanje publike. U sljedećem će odjeljku biti više riječi o Sylviji Earle.

### 3.2.2. Sylvia Earle

Sylvia Earle je oceanografkinja i istraživačica poznata po svojim knjigama i dokumentarcima o prijetnjama prekomjernog ribolova i onečišćenja za planet. Radila je kao istraživačica za Sveučilište Harvard i Institut Radcliffe s fokusom na oceanografiju, a o njezinoj stručnosti govori činjenica da je predvodila tim istraživača u sklopu eksperimenata za istraživanje podmorja te održivosti staništa u dubokim vodama. Također je bila glavna znanstvenica u američkoj Nacionalnoj upravi za oceane i atmosferu te je tijekom svoje karijere objavila preko sto znanstvenih radova. Njezino iskustvo s medijima započinje suradnjom s National Geographicom te produkcijom filmova i objavom knjiga o istraživanjima oceana (Sylvia Earle, 2021). Nadalje, osnovala je i inicijativu *Mission Blue* koja „ujedinjuje globalnu koaliciju kako bi potaknula podizanje javne svijesti, pristupa i podrške svjetskoj mreži zaštićenih morskih područja – *Hope Spots*. Pod vodstvom dr. Earle, tim *Mission Blue* provodi komunikacijske kampanje koje *Hope Spots* dovode na svjetsku pozornicu preko dokumentaraca, društvenih mreža, tradicionalnih medija i inovativnih alata poput Esri ArcGIS-a“ (About us, 2022). Dokumentarni film „Mission Blue“, nazvan po samoj inicijativi, predstavlja istraživački rad Earle i njezina nastojanja da javnost prepozna kakav utjecaj klimatske promjene imaju na morski svijet (Nixon, Stevens, 2014).

Slično kao i Attenborough, Earle je čest sugovornik u intervjuima u kojima pokušava osvijestiti javnost o klimatskim promjenama i što se događa u oceanima. NBC News je u razmaku od 44 godine objavio dva intervjua s Earle. U prvom je govorila o ljudima kao neprijateljima kitova i nagovijestila antropogene promjene u oceanima dok se u drugom osvrnula na tadašnji intervju i iskazala razočaranje nazadovanjem situacije u oceanima. Sudjelovala je i na COP26 u Glasgowu kako bi političarima jasnije prikazala budućnost morskog svijeta ako klimatske promjene uznapreduju (Oceanographer Dr. Sylvia Earle: 'We Are In Trouble As A Species', 2021). Prije početka konferencije je u suradnji s drugim znanstvenicima napisala znanstveni članak kao poziv kreatorima politika koji su sudjelovali na

COP26 kako bi spriječili daljnje onečišćenje oceana (Earle, 2021). Sudjelovala je i na TEDxOilSpill konferenciji gdje je održala predavanje o važnosti očuvanja oceana za budućnost čovjeka (TEDxOilSpill - Sylvia Earle - By Killing the Ocean, We Kill Ourselves, 2011). Ostvarila je i suradnju s medijima poput Washington Posta (Stead Sellers, 2021), The Guardian (Harvey, 2021) i Timea (Lull, Worland, 2017) u kojima poziva građane na djelovanje i zaštitu oceana.

Prema Katzovim uvjetima, Sylvia Earle je *opinion leader* za razgovore o klimatskim promjenama. Earle je oceanografkinja s iskustvom u istraživanju promjena morskog svijeta, ali i u medijima kao suradnik National Geographica. Njezin stupanj znanja potvrđen je objavljenim znanstvenim radovima, ali i kontinuiranim radom njezine inicijative *Mission Blue* koja komunikacijskim kampanjama uspješno podiže svijest o važnosti uloge oceana u borbi protiv klimatskih promjena. Budući da se bavi istraživanjem dugi niz godina, mogla je iz prve ruke vidjeti kako se ocean mijenjao i koliko su ljudi imali utjecaja na to. Naposljetku, vidljivo je iz intervjua s važnim svjetskim medijima i konferencija na kojima je sudjelovala, kao i iz broja suradnika s kojima je pisala znanstvene radove, da je osoba čije je mišljenje i aktivnost bitna za javno mnijenje.

U drugom dijelu drugog poglavlja utvrdili smo definiciju *opinion leadera* kao osoba koje imaju značajan doseg, zbog čega možemo pretpostaviti da utječu na stavove i razmišljanja svojih sljedbenika. Budući da smo već u radu zaključili da znanstvena zajednica ima otežanu komunikaciju s javnošću, ovakvi pojedinci mogu prenijeti određenu poruku i potencijalno mobilizirati javnost. U kontekstu klimatskih promjena *opinion leaderi* su bitni zbog općeg problema nevidljivosti i geografske udaljenosti, a *opinion leaderi* mogu prenijeti i svoje iskustvo tako da njihovi sljedbenici bolje prime poruku od osobe koju već poznaju. Kao dva primjera smo uzeli znanstvenike Davida Attenborougha i Sylviju Earle. Attenborough se može karakterizirati kao *opinion leadera* zbog njegovog producentskog i uredničkog iskustva na programu BBC2, ali primarno zbog njegovog znanja na području prirodoslovlja kojeg, zbog iskustva u medijima, zna prenijeti publici. Earle je kao znanstvenica i oceanografkinja uspjela putem medija prenijeti poruku o stanju oceana i što se može dogoditi ako se ljudi nastave jednako ponašati prema prirodi. Putem svoje inicijative *Mission Blue* koristi komunikacijske strategije koje su upućene ključnim javnostima poput kreatora politika, ali i aktivistama koji shvaćaju hitnost zaustavljanja klimatskih promjena. Važno je spomenuti da aktivistica Greta Thunberg ima neke karakteristike *opinion leadera*, međutim nije uključena u ovaj odjeljak jer prema Katzovim pretpostavkama nema stupanj znanja, odnosno stručnosti koja je potrebna.

Moguće je da će u budućnosti steći razinu stručnosti koja je potrebna, ali za vrijeme pisanja ovog rada to nije postigla.

## **4. Metodologija i rezultati istraživanja**

### **4.1. Predmet i ciljevi istraživanja**

Predmet istraživanja ovog rada prikaz je ključnih ekoloških tema s fokusom na klimatske promjene te kako su predstavljene u hrvatskom medijskom prostoru. Ekološke teme postaju sve više prisutne kako u svakodnevnom razgovoru tako i u stručnim raspravama, a posebno je prisutna perspektiva antropogenih klimatskih promjena, to jest promjena na koje utječe čovjek. Aktivizam za okoliš postaje sve rašireniji način borbe protiv onih koji izazivaju te probleme (podrazumijevaju se mirni prosvjedi, konferencije, umjetnički performansi i sl.), ali i se također zauzima za predstavljanje stajališta priznatih znanstvenika na području klimatskih promjena. Mediji kao ključan izvor informacija šire javnosti imaju važnu ulogu u prijenosu i pojednostavljenju relevantnih podataka iz istraživanja stručnjaka vezanih uz klimatske promjene.

Zbog klimatskih promjena koje počinju biti vidljive i u Europi, znanje o njima bitno je različitim ključnim javnostima kao što su kreatori politika, ali i građani na čiju budućnost utječu. Mediji u procesu upoznavanja javnosti s posljedicama klimatskih promjena imaju važnu ulogu pružanja informacije koju će javnost percipirati kao točnu i objektivnu. Ipak, mediji se moraju osloniti na organizacije kao što su UNFCCC i IPCC koje će imati točne informacije koje se mogu objaviti kako bi kreatorima politike i široj javnosti uspješno prenijeli da je potrebno hitno djelovati. Naravno, neophodno je uzeti u obzir problem kulturalne važnosti, odnosno razlike u obrascima ponašanja populacije na koju izravno utječu klimatske promjene naspram populacije koja nema direktan uvid u posljedice koje sa sobom donosi primjerice globalno zatopljenje. Stoga smo se odlučili provesti analizu sadržaja u medijima kako bismo dobili jasan prikaz komunikacije o ekološkim temama u Hrvatskoj.

Budući da analiza sadržaja uključuje različite varijable i kategorije istraživanja kako samoga novinarskog priloga, tako i njegove opreme, među kojima i subjektivne elemente, poput prepoznavanja mamilica i senzacionalizma, potrebno ih je jasno definirati. Mamilica (engl.

*clickbait*) se odnosi na naslove koji „ne odgovaraju tradicionalnim načelima novinarstva i čiji je glavni cilj zadržati čitatelja na web stranici što je duže moguće. (...) Takvi naslovi ciljaju na znatiželju korisnika, iako informacija ne mora biti povezana s naslovom te ne ispunjava očekivanja“ (Bazaco et al., 2019: 97). Dakle, mamilice se koriste u naslovima kako bi informativni portali natjerali čitatelje, odnosno korisnike, da kliknu na poveznicu i pročitaju tekst koji ne mora nužno dati informaciju koja se očekivala. Senzacionalizam „podrazumijeva način pisanja novinarskih tekstova u kojem novinari krše etička pravila svoje struke“ (Kako prepoznati senzacionalizam u medijima, 2022). Dok se mamilice odnose na naslove koji privlače korisnike na čitanje, senzacionalizam se odnosi i na stil pisanja tekstova. Pritom novinari ne navode izvore, ne navode način na koji su došli do informacija te objavljuju fotografije koje izazivaju strah i paniku kod čitatelja (Kako prepoznati senzacionalizam u medijima, 2022).

Glavni cilj istraživanja je analizirati prikaz ekoloških tema najčitanijih hrvatskih portala, odnosno stil pisanja naslova, teksta te grafičku opremu teksta. Sukladno glavnom cilju, postavljeni su i specifični ciljevi istraživanja:

1. Utvrditi stil pisanja u medijskom izvještavanju.
2. Utvrditi prisutnost senzacionalističkih elemenata u medijskom izvještavanju.
3. Utvrditi prisutnost teme klimatskih promjena u medijskom izvještavanju.
4. Utvrditi pesimizam, odnosno optimizam stila pisanja u medijskom izvještavanju.

Prema specifičnim ciljevima istraživanja postavljene su sljedeće istraživačke hipoteze:

H1: Hrvatski informativni portali pišu o ekološkim temama s negativnom vrijednosnom usmjerenošću.

H2: Naslovi priloga o ekološkim temama su pesimistični i imaju odlike mamilica.

H3: Grafička oprema priloga o ekološkim temama na hrvatskim portalima senzacionalistički prikazuje priloge o klimatskim promjenama.

## **4.2. Metoda i uzorak istraživanja**

Istraživanje je provedeno metodom analize sadržaja koja je „istraživačka tehnika koja na objektivni i sustavan način kvantitativno opisuje sadržaj nekog aspekta komunikacije“ (Milas, 2005: 500). Kao glavna svojstva analize sadržaja izdvajaju se objektivnost i sustavnost te važnost za društvene znanosti poput komunikologije i psihologije. Uz pomoć ove metode istraživanja moguće je otkriti podatke koji su važni za razumijevanje ponašanja pojedinca i zajednice (Milas, 2005: 500-503). Putem ove metode želimo saznati koliko se medijskog prostora posvećuje klimatskim promjenama te na koji način se o njima piše.

Analizirat će se prilozi vezani za klimu objavljeni u 2021. godini na internetskim portalima Index.hr ([www.index.hr](http://www.index.hr)), 24sata ([www.24sata.hr](http://www.24sata.hr)) i Jutarnji list ([www.jutarnji.hr](http://www.jutarnji.hr)). Ovi su informativni portali odabrani sukladno Reutersovoj ljestvici najčitanijih *online* izvora vijesti u Hrvatskoj za 2021. godinu. Reutersovo istraživanje pokazalo je da 88 % ispitanika iz Hrvatske navodi *online* izvore kao primarne izvore vijesti zbog čega će se ovo istraživanje provoditi na uzorku informativnih portala (Newman et al., 2021). Ljestvica Gemius Rating nije uzeta u obzir jer ne surađuju sa svim informativnim portalima u Hrvatskoj. U obzir su ušli prilozi objavljeni od 1. srpnja 2021. do 31. prosinca 2021. godine, a sveukupno je analizirano 487 priloga te je u Tablici 1 vidljivo koliko je članaka preuzeto s kojeg portala.

Tablica 1. *Broj objavljenih priloga*

<b>Informativni portal</b>	<b>Broj objavljenih priloga</b>
index.hr	316
24sata.hr	90
jutarnji.hr	81

### **4.3. Analitička matrica**

Matrica za ovo istraživanje sadržava dvadeset četiri čestice podijeljene u šest cjelina. Prvi dio matrice analizira opća obilježja priloga kao što su datum, naslov, vrsta priloga, autor, dostupnost te duljina priloga. U drugom dijelu matrice analiziramo teme priloga, odnosno zastupljenost te odnos prema glavnoj temi klimatskih promjena. U trećem dijelu analiziramo

obradu teme te aktualnost priloga, dok u četvrtom dijelu matrice istražujemo podatke o izvoru informacija. U petom dijelu matrice analiziramo povezanost naslova, kao i njegove karakteristike mamilica te vrijednosnu usmjerenost, a u posljednjem šestom dijelu analitičke matrice istražujemo grafičku opremu, odnosno vrstu opreme, povezanost s naslovom i senzacionalistički prikaz.

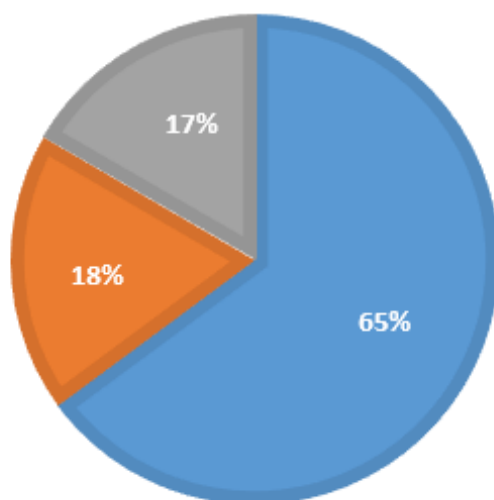
#### **4.4. Rezultati istraživanja**

Prilozi o klimatskim promjenama prikupljeni su na informativnim portalima index.hr, 24sata.hr te jutarnji.hr pomoću pretraživanja ključne riječi „klimatske promjene“ putem tražilice same mrežne stranice. Iznimka je jutarnji.hr na kojem se ne mogu pronaći svi prilozi koji su objavljeni u razdoblju koje smo analizirali, a redakcija nije odgovorila na službeni upit kojega smo im poslali na e-adresu 18. ožujka 2022. godine. Zbog toga su u obzir za analizu ušli prilozi koji su u trenutku istraživanja bili dostupni na mrežnoj stranici www.jutarnji.hr. Rezultati istraživanja postavljeni su sukladno analitičkoj matrici, odnosno svaka čestica je analizirana zasebno. Svi rezultati analize prikazani su u postotcima te su apsolutni brojevi istraživanja prikazani u zasebnim tablicama.

##### **4.4.1. Opća obilježja priloga**

U ovom su se dijelu matrice prikupljali podaci o datumu izdavanja, novinskoj vrsti priloga, autoru priloga, dostupnosti priloga te duljini priloga na portalu. Većina analiziranih priloga bila je s portala index.hr, točnije 65 %, s 24sata.hr preuzeto je 18 % te s portala jutarnji.hr 17 posto analiziranih priloga što je vidljivo u Grafikonu 1. Najviše analiziranih priloga bilo je u obliku izvještaja (37 %) i vijesti (27 %), manje zastupljeni oblici bili su članak (24 %), reportaža (9 %) te intervju (3 %). Većina analiziranih tekstova bila je dostupna bez plaćanja (99 %).

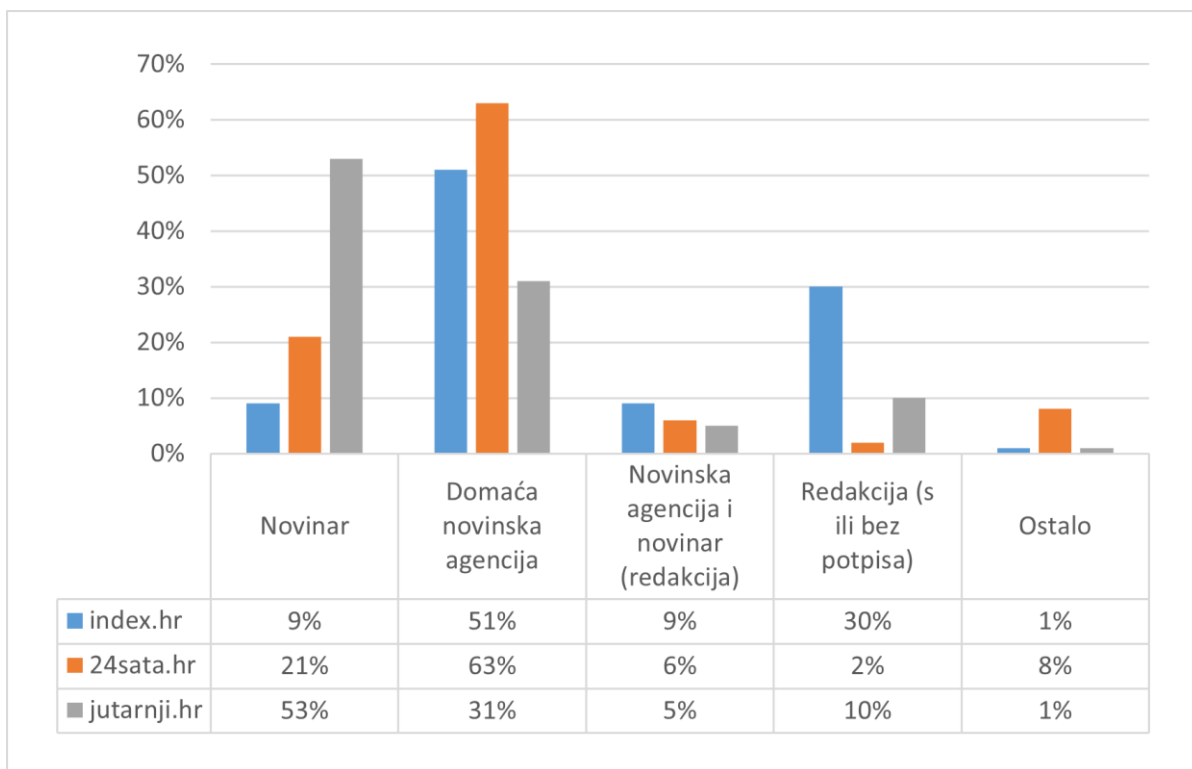
■ index.hr ■ 24sata.hr ■ jutarnji.hr



Grafikon 1. *Raspodjela objavljenih priloga*

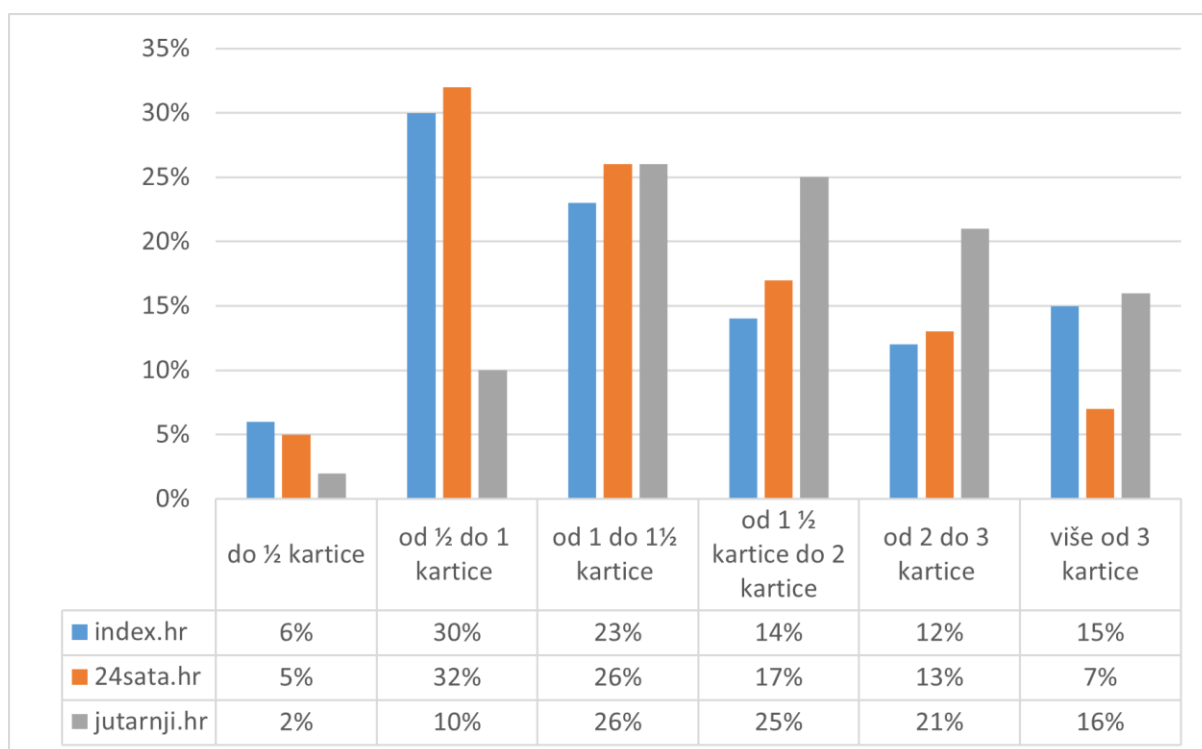
Najčešće naveden autor u priložima bila je domaća novinska agencija sa sveukupno 49 posto rezultata, slijedila je redakcija s 22 % rezultata te novinar s 19 % rezultata (Grafikon 2). U pojedinačnim slučajevima portala index.hr i 24sata.hr najčešći autor bila je također domaća novinska agencija s 51 % i 63 %, dok je na portalu jutarnji.hr učestaliji autor novinar sa 53 % analiziranih priloga. Na portalu index.hr novinari potpisuju 9 % analiziranih priloga, dok novinari 24sata.hr potpisuju 21 % priloga o klimatskim promjenama. Redakcija je autor češće kod portala index.hr i jutarnji.hr s 30 % i 20 % priloga, nego u tekstovima 24sata.hr u kojima je redakcija autor 2 % priloga.





Grafikon 2. Autor priloga

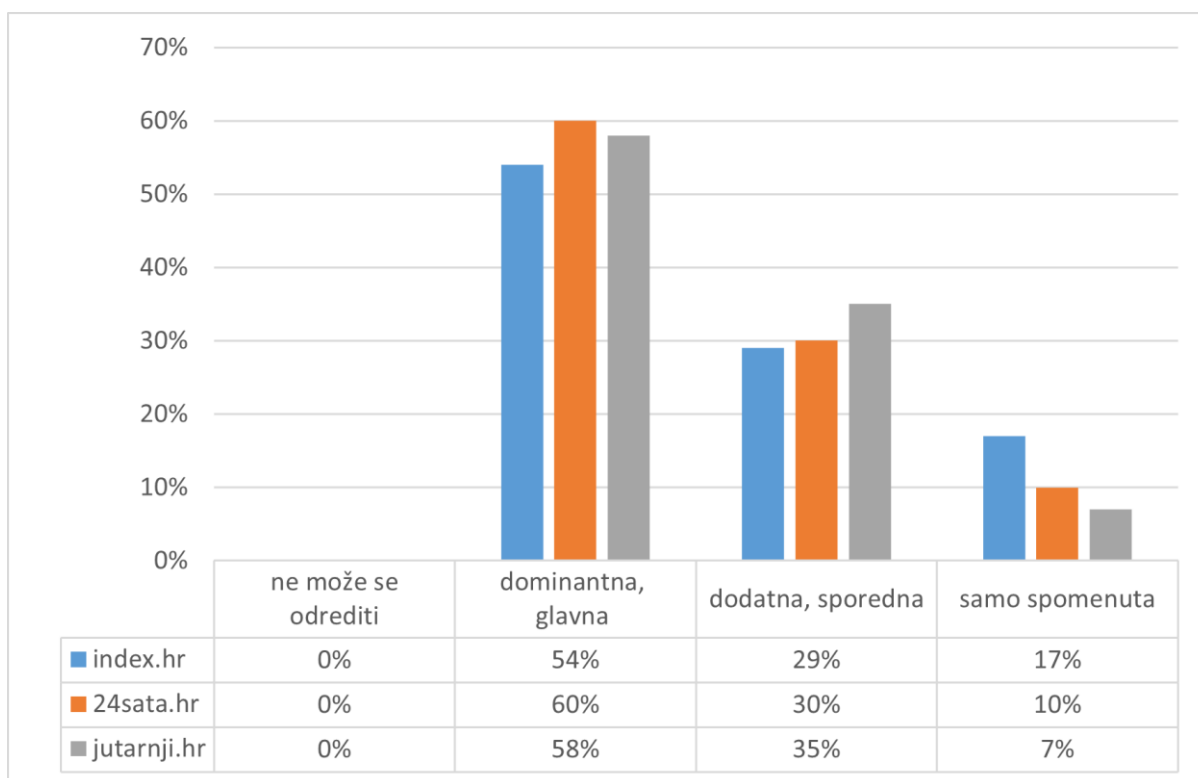
Analiza priloga o klimatskim promjenama pokazala je da je najčešća duljina priloga  $\frac{1}{2}$  kartice do 1 kartice (27 %), dakle riječ je o kraćim prilozima (Grafikon 3). Sljedeći najčešći rezultati analize bili su od 1 do  $1\frac{1}{2}$  kartice (24 %) te od  $1\frac{1}{2}$  do 2 kartice (16 %). Ipak, jutarnji.hr ponovno odstupa od prosječnog rezultata te je njegova najučestalija duljina priloga između 1 i  $1\frac{1}{2}$  kartice. Na portalu index.hr su nadalje učestale duljine između 1 i  $1\frac{1}{2}$  kartice te do 2 kartice teksta, dok na portalu 24sata.hr su nadalje učestale duljine između 1 i  $1\frac{1}{2}$  kartice te do više od 3 kartice teksta. Jutarnji.hr rijetko donosi priloge kraće od 1 kartice, već preferira opširnije tekstove, od 1,  $1\frac{1}{2}$  kartice do više od 3 kartice.



Grafikon 3. *Duljina priloga*

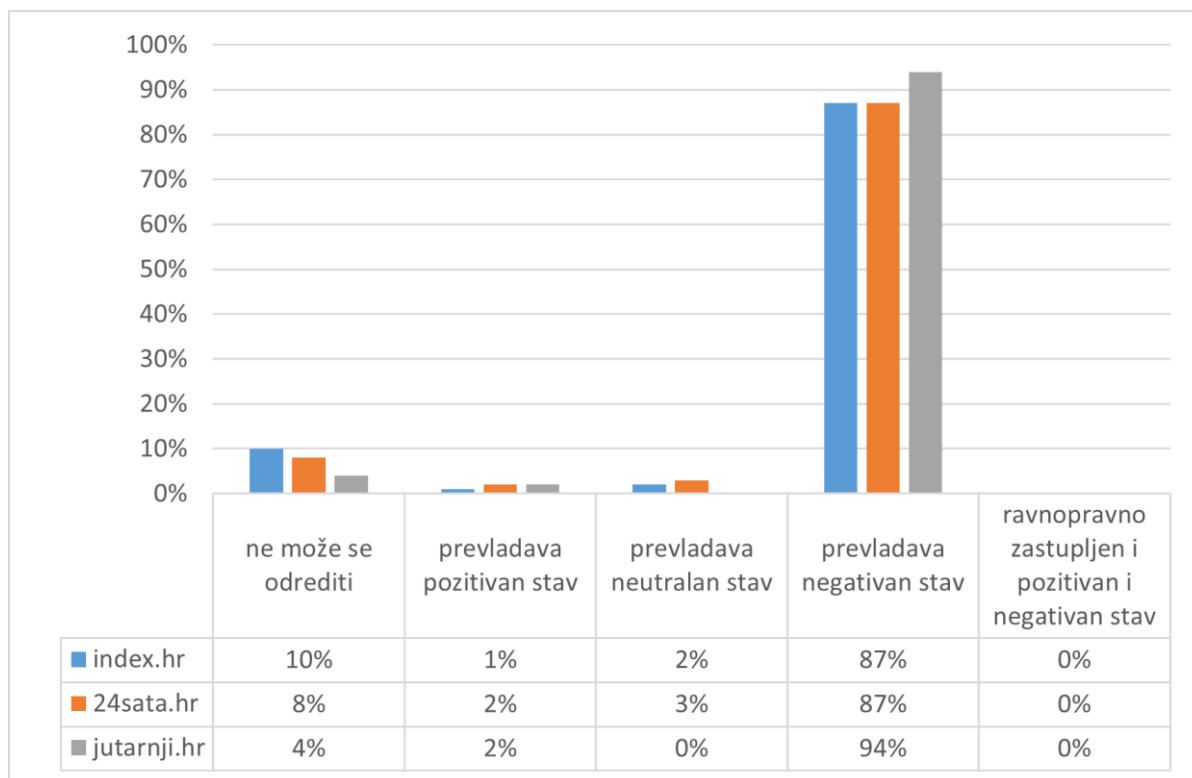
#### 4.4.2. Teme priloga

Što se tiče tema priloga, analizirali smo zastupljenost glavne teme klimatskih promjena te odnos prema temi klimatskih promjena u prilogu. U 56 % svih analiziranih priloga tema klimatskih promjena bila je dominantna, odnosno glavna tema, u 30 % analiziranih priloga tema istraživanja bila je dodatna sporedna te je u 14 % bila samo spomenuta. Na portalu index.hr je o klimatskim promjenama kao glavnoj temi pisano u 54 % priloga, a kao o dodatnoj, odnosno sporednoj temi pisano je u 29 % analiziranih tekstova te je u 17 % priloga samo spomenuta. Na portalu 24sata.hr o klimatskim promjenama je kao o dominantnoj temi pisano u 60 % analiziranih tekstova, kao o dodatnoj temi pisano je u 30 % priloga, a samo je spomenuta u 10 % priloga. Na portalu jutarnji.hr o klimatskim promjenama kao glavnoj temi pisano je u 58 % analiziranih tekstova, kao sporedna tema spominje se u 35 % priloga, a samo je spomenuta u 7 % analiziranih tekstova, što je vidljivo iz Grafikona 4.



Grafikon 4. Zastupljenost teme u prilogu

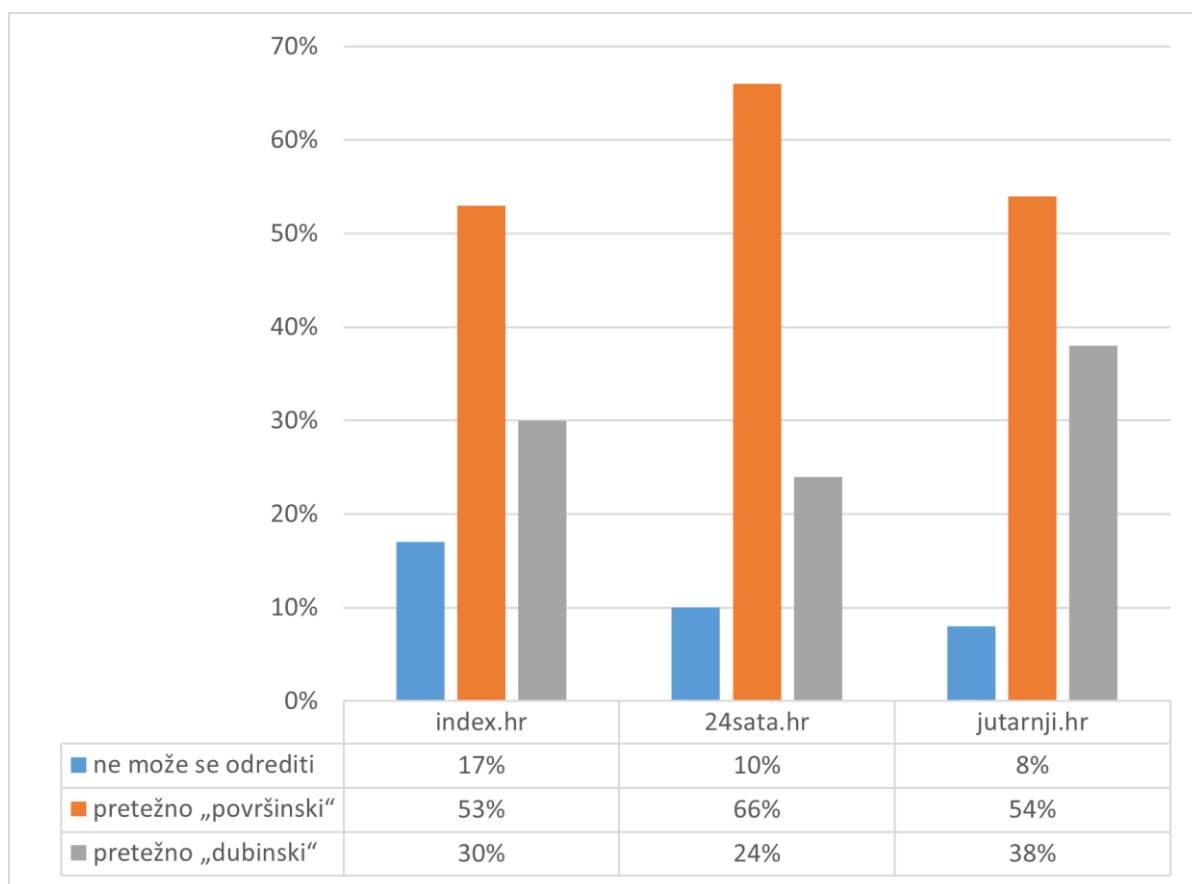
U većini analiziranih priloga prevladavao je negativan stav prema temi o klimatskim promjenama (88 %), uz 8 % analiziranih priloga sa stavom koji se nije mogao odrediti te 2 % tekstova pozitivnog i neutralnog stava. Kao što je vidljivo iz Grafikona 5, sveukupno 87 % analiziranih tekstova portala index.hr i 24sata.hr imali su negativan stav prema temi te 1 %, odnosno 2 % tekstova koji su imali pozitivan stav prema temi. Portal jutarnji.hr imao je slučaj od 94 % tekstova koji su imali izražen negativan stav prema temi klimatskih promjena te 2 % tekstova s pozitivnim stavom prema temi. Značajan broj priloga imao je neodređen stav, što se ponajviše odnosilo na članke u kojima su se klimatske promjene samo spominjale.



Grafikon 5. Odnos prema temi

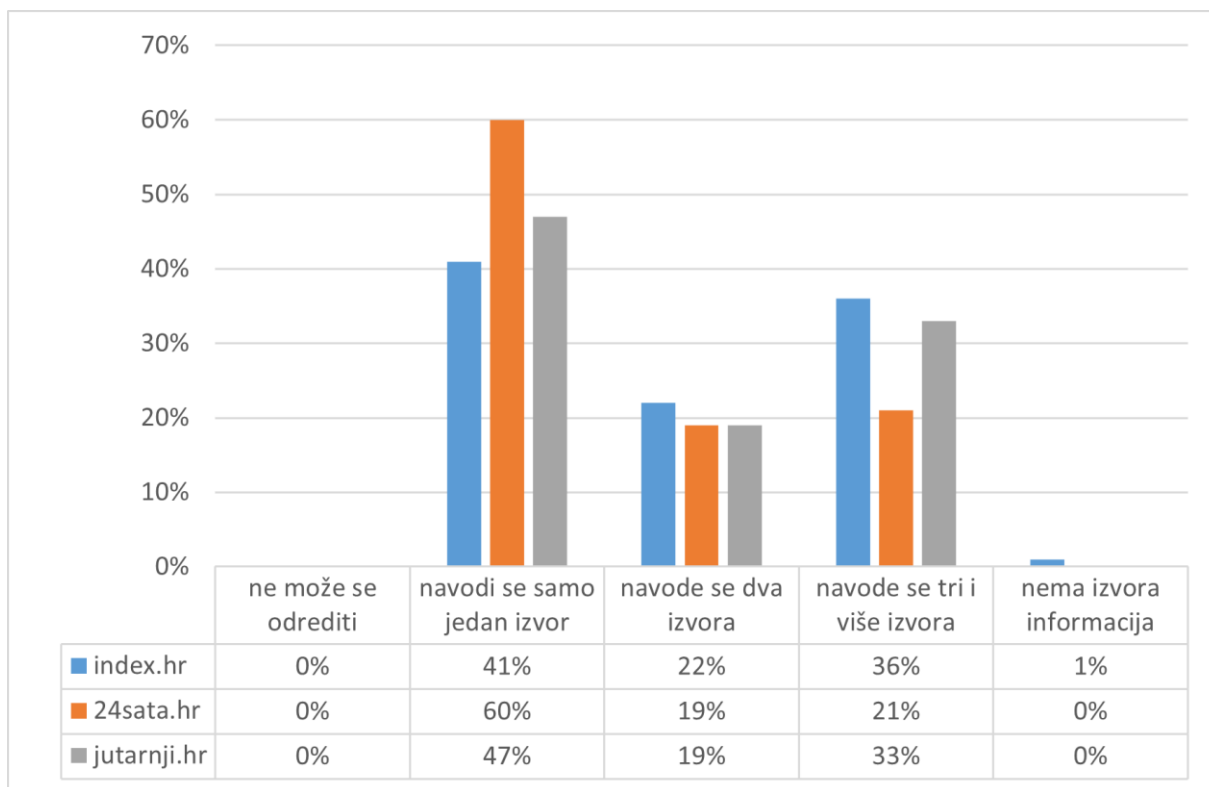
#### 4.4.3. Način obrade priloga i izvori informacija

U nastavku istraživanja, analizirali smo „dubinu“ obrade teme klimatskih promjena te aktualnost priloga, kao i broj izvora, pluralnost izvora te informacije o samom izvoru. Većina analiziranih tekstova bila je vezana za aktualna događanja u odnosu na vrijeme objave članka (61 %) i buduće događaje (31 %), dok su prilozi o događajima starijima od tjedan dana (3 %) i šest mjeseci (4 %) bili manje učestali. Također, 85 % tekstova imao je jednostran izbor izvora, dok je 14 % bilo dvostran, odnosno 1 % pluralan izbor. U Grafikonu 6 vidljiv je rezultat analize dubine obrade informacije. Svi ispitani portali imali su najviše tekstova s površinskom obradom (56 %), odnosno deskripcijom pojava, osoba ili događaja. Slijedili su tekstovi s dubinskom obradom (30 %) te tekstovi čija se obrada nije mogla definirati (14 %). U člancima u kojima je tema bila samo spomenuta nije bilo moguće odrediti dubinu teme. Na index.hr je 53 % analiziranih tekstova bilo površinski obrađeno, dok je 30 % bilo obrađeno dublje, odnosno s definiranim uzrocima i širim kontekstom teme. Na portalu 24sata.hr je 66 % priloga bilo površinski obrađeno, a 24 % dubinski. Na portalu jutarnji.hr 54 % priloga bilo je površinski obrađeno, dok je 38 % bilo obrađeno dubinski.



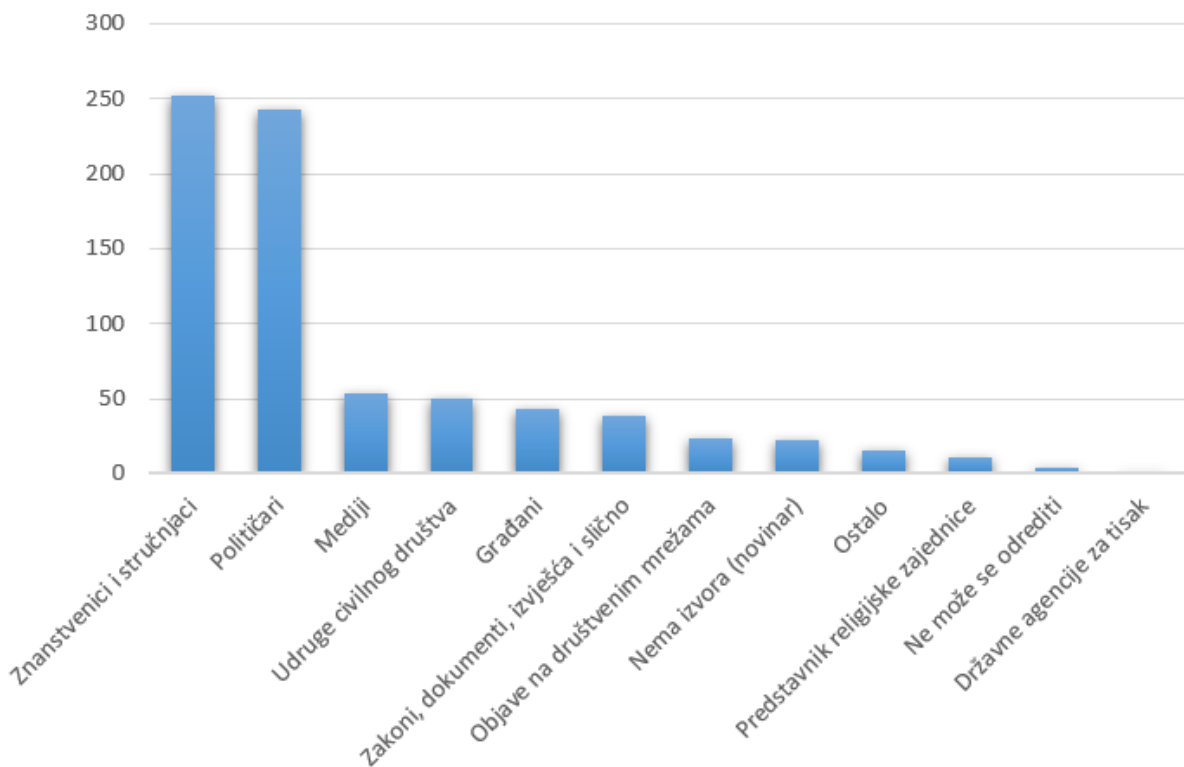
Grafikon 6. „Dubina“ obrade teme

Najčešći broj izvora analiziranih portala bio je jedan izvor (45 %), što je i konzistentno s analizom pluralnosti izvora. Slijedili su tekstovi s dva izvora (21 %) te tekstovi s tri i više izvora (33 %). Od analiziranih priloga 14 % ih nije imalo definiran izvor. Kao što je vidljivo u Grafikonu 7, analiza portala index.hr pokazala je 41 % priloga s jednim izvorom te 36 % s tri ili više izvora informacija, kao i 22 % tekstova s dva izvora. Portal 24sata.hr imao je 60 % tekstova s jednim izvorom informacija te 21 % priloga s tri ili više izvora, kao i 19 % tekstova s dva izvora. Portal jutarnji.hr imao je 47 % priloga s jednim izvorom, 33 % s tri ili više izvora te 19 % priloga s dva izvora informacija za tekst.



Grafikon 7. Broj izvora

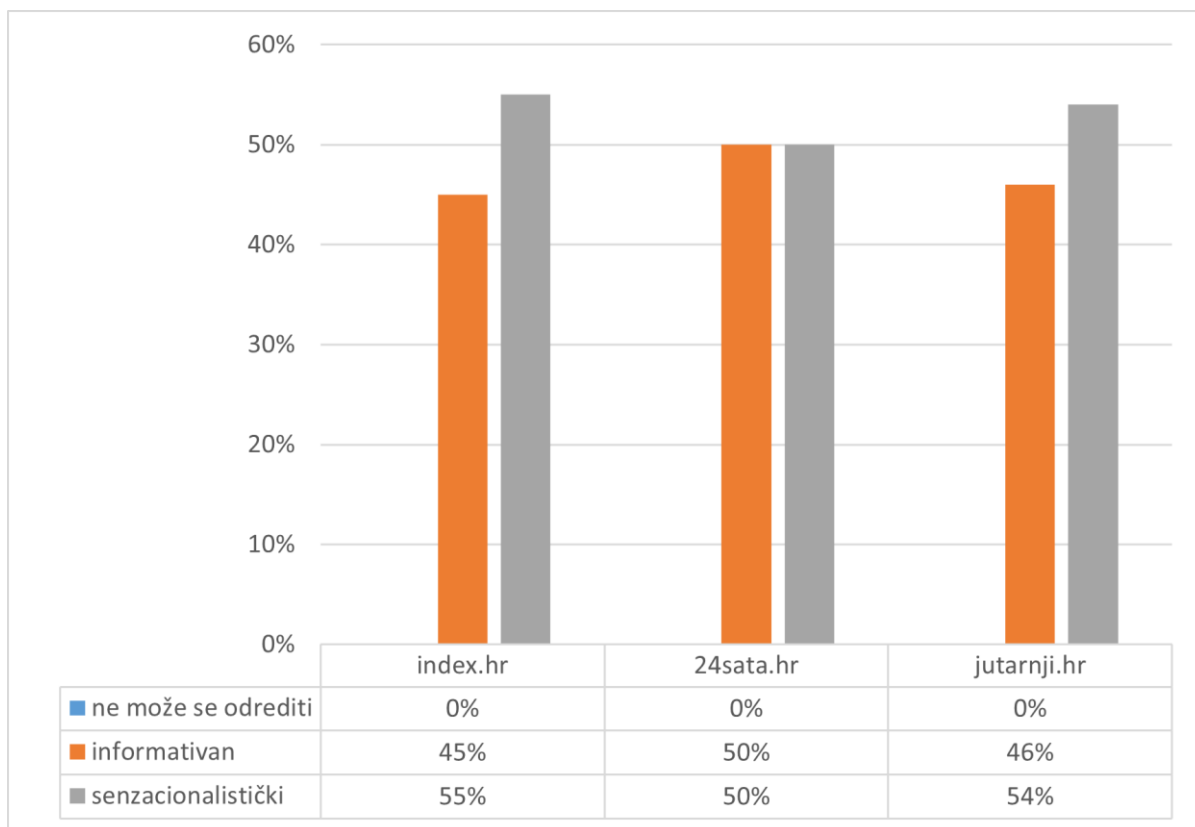
Prilikom analize samih izvora, primijećeno je da su primarni izvori slični za sva tri portala, zbog čega je Grafikon 8. prikaz skupnog rezultata analiziranih priloga. Najčešći izvor za priloge o klimatskim promjenama bili su znanstvenici i stručnjaci za to područje koji su bili izvor za 52 % analiziranih tekstova. Nakon njih najčešći su izvor bili političari u 50 % priloga te mediji u 11 % priloga. U udruge civilnog društva ubrojili smo i aktivističke skupine koje su činile 10 % izvora u analiziranim priložima. Manji postotak izvora činili su pojedini građani, izvješća i dokumenti te objave na društvenim mrežama.



Grafikon 8. *Izvor informacija*

#### 4.4.4. Naslovi

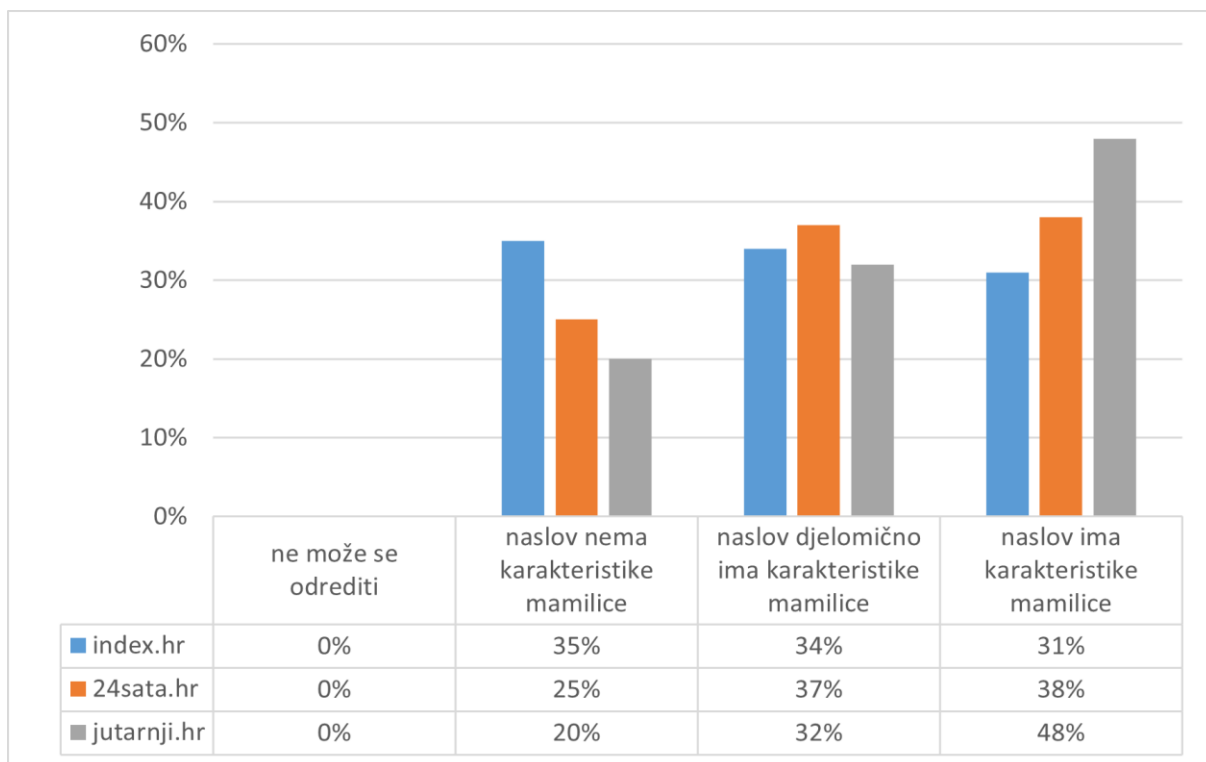
Povezanost naslova i teksta, senzacionalizam u naslovu, mamilica kao karakteristika naslova te vrijednosna usmjerenost bili su sljedeći korak naše analize. Većina analiziranih naslova povezana je s tekstem (82 %), dok je 18 % naslova bilo djelomično povezano s naslovom. Senzacionalizam u naslovu pronađen je u 54 % svih naslova odabranih portala te nije pronađen u 46 % analiziranih naslova. Iz Grafikona 9. vidljiv je rezultat analize senzacionalizma u naslovima zasebnih portala. Na portalu index.hr prepoznat je senzacionalizam u 55 % naslova, dok je 45 % naslova bilo informativno. Na portalu 24sata.hr pronađen je senzacionalizam u 50 % naslova analiziranih priloga, kao i 50 % informativnih naslova. Na portalu jutarnji.hr prepoznat je senzacionalizam u 54 % naslova, dok je 46 % naslova analiziranih tekstova bilo informativno.



Grafikon 9. *Senzacionalizam u naslovu*

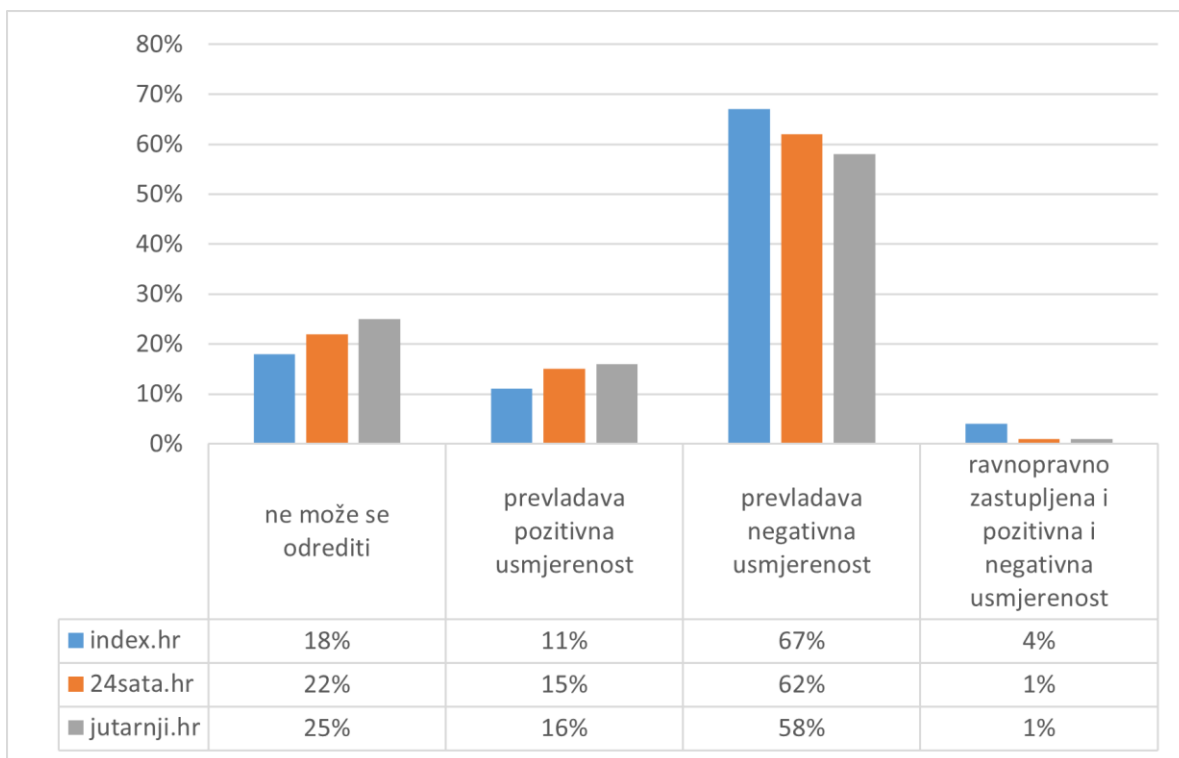
Većina analiziranih naslova imala je u potpunosti karakteristike mamilice (35 %) ili elemente mamilice (34 %) – sveukupno 69% svih analiziranih naslova – dok 31 % naslova nije imalo karakteristike mamilice. Kao što je predstavljeno u Grafikonu 10, analiza priloga portala index.hr pokazala je 35 % priloga bez karakteristika mamilice, odnosno 65% tekstova koji su djelomično ili u potpunosti imali mamilice u naslovu. Analiza portala 24sata.hr pokazala je 25 % tekstova bez mamilice u naslovu, odnosno 75 % priloga s djelomičnim ili potpunim karakteristikama mamilice. Analiza portala jutarnji.hr pokazala je 20 % priloga bez karakteristika mamilice, odnosno 80 % tekstova koji su sadržavali mamilice u naslovu u potpunosti ili djelomično.





Grafikon 10. *Mamilica kao karakteristika naslova*

U analiziranim priložima prevladavala je negativna usmjerenost naslova (64 %), u 20 % tekstova vrijednost se nije se mogla odrediti dok je 13 % analiziranih priloga imalo pozitivnu usmjerenost u naslovu. Kao što je vidljivo u Grafikonu 11, analizom portala index.hr utvrđeno je 67 % naslova negativne usmjerenosti, 18% čija se usmjerenost nije mogla odrediti, 11 % pozitivne usmjerenosti te 4 % ravnopravne zastupljenosti. Analizom portala 24sata.hr utvrđeno je 62 % posto naslova s negativnom usmjerenošću, 22 % čija se usmjerenost nije mogla odrediti, 15 % pozitivne usmjerenosti te 1 % priloga s ravnopravnom zastupljenom pozitivnom i negativnom usmjerenosti. Analizom portala jutarnji.hr utvrđeno je 58 % naslova negativne usmjerenosti, 25 % čija se usmjerenost nije mogla odrediti, 16 % pozitivne usmjerenosti te 1 % ravnopravno zastupljene vrijednosne usmjerenosti.

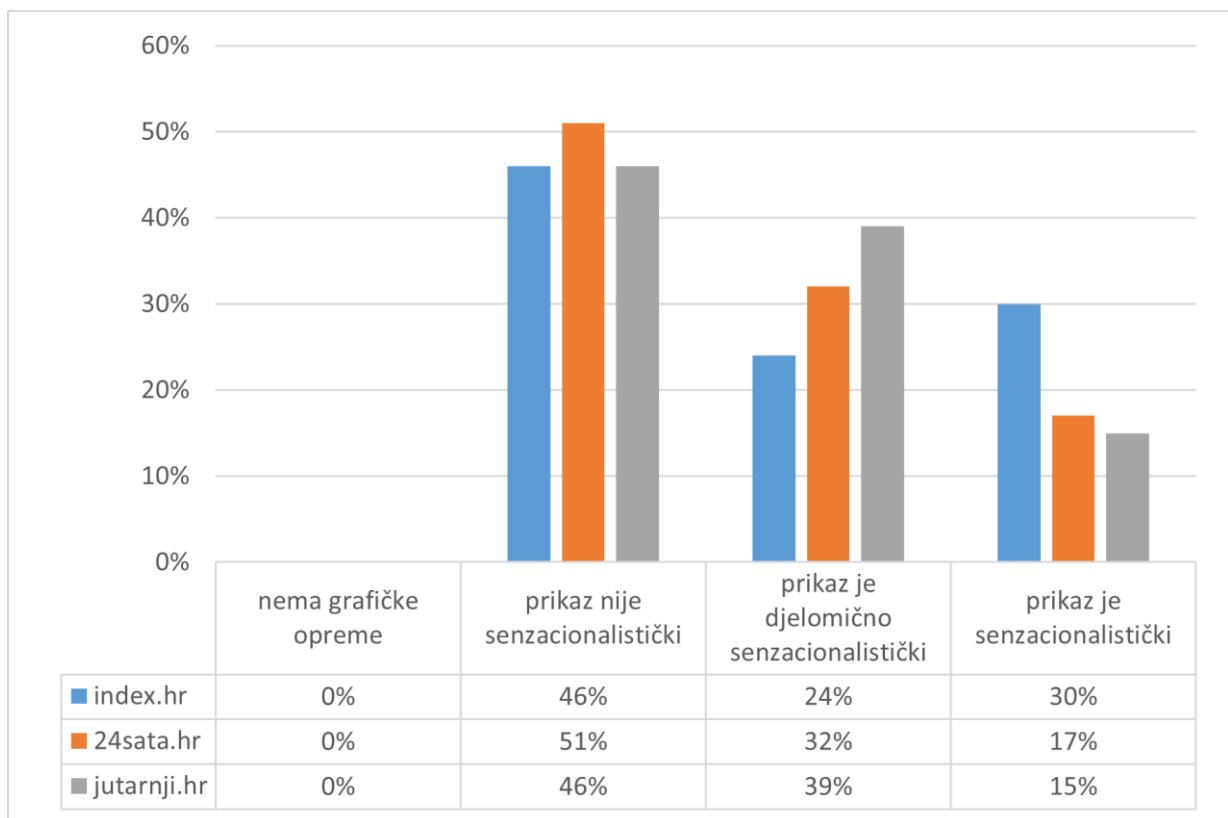


Grafikon 11. Vrijednosna usmjerenost naslova

#### 4.4.5. Grafička oprema

Nadalje, analizirali smo i grafičku opremu priloga, odnosno nadnaslov i podnaslov priloga, potpis pod fotografijom, vrstu opreme, povezanost slikovnog priloga i teksta te senzacionalizam grafičke opreme. Analiza svih priloga pokazala je da je većina grafičke opreme korištene u priložima bila preuzeta od stranih fotografskih agencija (64 %) i domaćih fotografskih agencija (28 %) (Grafikon 12). U potpisu pod grafičkom opremom su rjeđe bili nepoznati izvori označeni pod „ostalo“ (11 %) te objave s društvenih mreža (6 %). Rezultati su pokazali da je većina analiziranih priloga kao grafičku opremu imala fotografije (90 % svih analiziranih priloga) te grafike (7 %) što uključuje infografike, tabele i slično, kao i 3 % ilustracija. Prema analizi tekstova portala, oprema je većinski povezana s tekстом (90 %), dok 10 % tekstova nije bilo povezano s naslovom. Analiza svih portala pokazala je da većina grafičke opreme analiziranih priloga ima senzacionalističke elemente (53 %), odnosno 28% analiziranih prikaza imalo je elemente senzacionalizma dok je 25 % svih analiziranih prikaza bilo u potpunosti senzacionalistički. Analizirani prilozi portala index.hr imali su 54 % grafičke opreme s

djelomično (24 %) ili u potpunosti (30 %) senzacionalističkim elementima te 46 % opreme nije imalo senzacionalističke elemente. Analizirani prilozi portala 24sata.hr imali su 51 % grafičke opreme bez senzacionalističkih elemenata, a 49 % opreme je imalo senzacionalističke elemente, što je iznimka unatoč maloj razlici u rezultatima. Analizirani prilozi portala jutarnji.hr imali su 54 % grafičke opreme sa senzacionalističkim elementima (15 % u potpunosti senzacionalistički) te 46 % opreme bez elemenata senzacionalizma.



Grafikon 12. *Senzacionalizam grafičke opreme*

## 5. Rasprava rezultata istraživanja

Analizom sadržaja najčitanijih informativnih portala (index.hr, 24sata.hr, jutarnji.hr) od 1. 7. 2021. do 31. 12. 2021. godine prikupili smo podatke iz 487 priloga koji su bili vezani za klimatske promjene.

Velika razlika u broju analiziranih priloga koja je vidljiva na Grafikonu 1 i u Tablici 2 može se objasniti činjenicom da index.hr najčešće ne nadopunjava svoje prethodno objavljene tekstove, već piše potpuno nove članke s novom web adresom. Kod analize portala 24sata.hr i jutarnji.hr primijećeno je da se ista događanja rijetko ponavljaju u novim tekstovima. Za primjer uzmimo izvještavanje o požarima u Grčkoj u rujnu i kolovozu 2021. Na portalu index.hr pronađeno je deset različitih priloga vezanih za spomenutu temu, dok su na portalu 24sata.hr pronađena dva priloga, isto kao i na portalu jutarnji.hr. Bitno je spomenuti da su na portalu index.hr svi tekstovi vezani uz ekstremne vremenske nepogode u Europi 2021. povezani s klimatskim promjenama. Također, prethodno je spomenut problem s analiziranjem priloga na portalu jutarnji.hr, međutim iz perspektive čitatelja koji se želi educirati o klimatskim promjenama putem tog portala, upravo su ti tekstovi dostupni te su uzeti u obzir za analizu.

Analiza autorstva priloga pokazala je da se portali obuhvaćeni u istraživanju uvelike oslanjaju na domaću novinsku agenciju kad je riječ o temi klimatskih promjena, točnije Hinu. Iznimka je bio portal jutarnji.hr čiji je najčešće spomenut autor bio novinar, ali važno je uzeti u obzir činjenicu da je značajan broj tih tekstova dio projekta koji je sufinanciran sredstvima Europskog parlamenta, što i naglašavaju na dnu članka koji je dio projekta. Duljina priloga je u prosjeku bila relativno kratka (do jedne kartice teksta) što je indikacija preuzimanja vijesti od novinske agencije, bez dodavanja vlastitog teksta koji bi inače bio označen kao rad novinske agencije i redakcije. Kao što znamo iz teorije medije, prilozi koje potpisuje novinar kod publike nailaze na više povjerenja i više im se vjeruje, pa bi se i na portalima koje smo analizirali o tome trebalo voditi više računa. Pretpostavaka je publike, naime, da je novinar sam istražio temu što dodaje dodatnu vrijednost samome prilogu, pa i onima o klimatskim promjenama.

U većini analiziranih priloga izvori su bili jednostrani, ali i broj izvor za većinu priloga bio je samo jedan te se prikazuje isključivo jedna strana određene situacije. Najčešći su izvori bili znanstvenici i stručnjaci te političari, što je pozitivno uzimajući u obzir činjenicu da su znanstvenici kvalificirani za razgovor o klimatskim promjenama. Ipak, kreatori politike, čija

jurisdikcija ne spada u gospodarstvo i zaštitu okoliša, nisu nužno dovoljno stručni za razgovor o toj temi, a i sami znamo da profesionalni kodeksi i etički kodeksi navode da je u istome prilogu potrebno navesti barem dva ili više izvora, što je nedostatak ovih analiziranih priloga koji su navodili samo jedan izvor, bez obzira na kompetentnost osobe koja je bila izvor informacija. Analiza sadržaja informativnih portala u Čileu (Dotson, Jacobson, 2011: 75), kao i istraživanje o uokvirivanju klimatskih promjena u SAD-u i Švedskoj (Shehata, Hopmann, 2012: 188) pokazali su da se mediji počinju više oslanjati na političare kao glavni izvor za pisanje o klimatskim promjenama. Istraživači spomenutih radova smatraju da političari mogu biti glavni izvor informacija medijima, ali uz pretpostavku da su vrlo dobro upoznati s pojmom klimatskih promjena. Uz znanstvenike i političare, istraživanje je pokazalo su Greta Thunberg i David Attenborough relativno često izvor, ali i sama tema priloga analiziranih portala. Pojavljivanje Thunberg i Attenborougha na COP26 bilo je dovoljno važno medijima da napišu tekst isključivo o njihovom pojavljivanju. U slučaju 24sata, uz plaćanje mjesečne pretplate mogu se pročitati isječci iz nove knjige Davida Attenborougha.

Odnos prema temi klimatskih promjena odabranih portala bio je većinom negativan, a fokus analiziranih tekstova bio je na izvještavanju o posljedicama klimatskih promjena koje imaju negativnu konotaciju. Kao što je i prethodno spomenuto u radu, Moser (2010: 33) postavlja izazove koje komunikacija o okolišu mora premostiti kako bi bila uspješna, a jedna od stavki bila je i postavljanje okvira kroz medije kako bi publika jasno shvatila posljedice koje klimatske promjene mogu imati na daljnji razvoj civilizacije. Analizirani tekstovi nisu uspjeli niti prikazati moguća rješenja koja pojedinci mogu ostvariti niti ponuditi detaljnije pojašnjenje o uzročno-posljedičnim vezama klimatskih promjena. Portali su se usredotočili na izvještavanje o konferencijama poput COP26 na kojima se kreatori politike nisu uspjeli dogovoriti kako zaustaviti klimatske promjene, prirodne katastrofe u Europi koje su prema znanstvenicima vrlo vjerojatno uzrokovane klimatskim promjenama, dok je nedovoljno tekstova detaljno objašnjavalo što su klimatske promjene, što je njihov uzrok te kako ih je moguće spriječiti. Taj je rezultat istraživanja povezan i s duljinom priloga s obzirom na to da nije bilo moguće dubinski prikazati temu unutar jedne kartice teksta, što je bila najčešća duljina teksta. Stoga zaključujemo da je potvrđena hipoteza 1: „Hrvatski informativni portali pišu o ekološkim temama s negativnom vrijednosnom usmjerenošću“.

Istraživanje odabranih portala pokazalo je da je više analiziranih naslova imalo senzacionalističke elemente nego što su bili u potpunosti informativni. Važno je napomenuti da je razlika rezultata bila između 5 i 10 %, što znači da su portali podjednako koristili

informativne i senzacionalističke naslove, no s većim fokusom na potonje. U senzacionalističke naslove smo ubrajali one poput „Snijeg u Alpama postaje krvavo crven“ (prilog o crvenim snježnim algama koje „cvjetaju“ u to vrijeme), „Influencerica popisala razloge zbog kojih ne misli imati djecu s dugogodišnjim dečkom“ (prilog o postu na Instagramu gdje su klimatske promjene spomenute unutar same objave) te „Klimatske promjene uzrokovale su i porast razine alkohola u crnom vinu“ (naslov naglašava klimatske promjene kao uzrok, dok su u samom tekstu samo spomenute). Prema već spomenutom istraživanju Moser i Dilling (2012: 164), naslovi i grafička oprema čija je svrha šokirati i zastrašiti publiku ne pomaže pri prihvaćanju klimatskih promjena kao ozbiljnog i hitnog problema društva. Na to se nadovezuju i rezultati korištenja mamilica u naslovima, koji su često dolazili uz senzacionalističke elemente naslova. Primjerice, naslovi za koje smatramo da su koristili mamilice su: „Ljudi su poremetili jedan od glavnih zakona oceana, osobito u Jadranu“, „Poznata meteorologinja: ‘Sada smo na pragu šestog masovnog istrebljenja na Zemlji‘“ i „Znanstvenici kažu da bi ovaj nevidljivi plin mogao zapečatiti sudbinu Zemlje“. U analitičkoj matrici razdvajaju se rezultati djelomičnog korištenja mamilica te potpunog korištenja s obzirom na to da je sama definicija podložna individualnoj interpretaciji te su naslovi imali informativne elemente unutar mamilice. Analiza priloga pokazala je da je većina obrađenih naslova imala negativnu usmjerenost prema temi klimatskih promjena, što reflektira rezultat vrijednosne usmjerenosti samih priloga. Većina je priloga fokusirana na posljedice klimatskih promjena koje imaju negativnu konotaciju, dok nekoliko tekstova pruža informaciju o samoj temi te postupcima koji mogu spriječiti njihov daljnji utjecaj, što utječe i na odabir naslova. Primjeri takvih naslova su „Zagrijavanje atmosfere ugrožit će i Hrvatsku: Pola stupnja više i dio će se pretvoriti u pustinju“, „Povijesni summit o klimi mogao bi ispasti fijasko koji nas vodi u katastrofu“, te „U Zagrebu upozorenje zbog visoke razine ozona. To može biti opasno, evo zašto“. Ipak, mediji i ne mogu objavljivati isključivo priloge koji su pozitivni ako se uzroci klimatskih promjena trenutno ne mijenjaju, kao što se i dalje moraju osloniti na oglašavanje kao izvor sredstava. Prethodno je spomenuto u intervjuu s članom Greenpeacea (DeLuca, 2009: 264 – 265) da su najčešći oglašivači u medijima automobilska industrija i elektronika koji su veliki zagađivači okoliša. S obzirom na to da je 64 % svih analiziranih priloga imalo negativnu vrijednosnu usmjerenost naslova te da je 69 % svih analiziranih priloga imalo elemente mamilica u svojim naslovima, potvrđena je i hipoteza 2: „Naslovi priloga o ekološkim temama su pesimistični i imaju odlike mamilica“.

Slično kao i kod istraživanja mamilica u naslovu, prilikom analize grafičke opreme rezultati su podijeljeni na djelomično i potpuno korištenje elemenata senzacionalizma. Većina

rezultata odgovarala je tim dvjema kategorijama, točnije 53 % svih analiziranih priloga imali su grafičku opremu s elementima senzacionalizma. Kao što je slučaj i kod istraživanja mamilica u naslovu, definicija senzacionalizma je podložna individualnoj interpretaciji korisnika, no prilikom istraživanja u obzir je uzet kriterij privlačenja publike na otvaranje poveznice. Istraživanje je pokazalo da su slikovni prilogi bili povezani sa samim tekstom, ali da su oni prikazani na senzacionalistički način koji je privlačio čitatelje na otvaranje poveznice. Primjerice, index.hr često je koristio fotografije prosvjeda aktivista za tekstove koji su bili povezani s izjavama političara o klimatskim promjenama. U tekstu se nisu spominjali niti prosvjedi niti aktivističke skupine koje su bile prikazane na fotografijama. Posebno se moraju istaknuti i članci vezani za požare u Grčkoj, Turskoj i Kanadi čija grafička oprema znatno krši čl. 14 i 15 Kodeksa časti hrvatskih novinara koji nalaže oprezno izvještavanje o tragedijama (Kodeks časti hrvatskih novinara, 2009). Na temelju analiziranih priloga možemo zaključiti da je potvrđena i hipoteza 3: „Grafička oprema priloga o ekološkim temama na hrvatskim portalima senzacionalistički prikazuje priloge o klimatskim promjenama“.

## **6. Zaključak**

Tema ovog rada bila je komunikacija o ključnim ekološkim temama, konkretnije o klimatskim promjenama u medijima. Rad se sastoji od teorijskog i istraživačkog dijela, koji su stvorili jasniju sliku u trenutnoj medijskoj, ali i komunikacijskoj atmosferi kad su klimatske promjene u pitanju. Cilj rada bio je teorijski ispitati pozadinu ekološke komunikacije te istražiti prikaz ekoloških tema najčitanijih hrvatskih portala metodom analize sadržaja. Pritom su postavljene tri hipoteze koje su istraživanjem i potvrđene.

Mediji kao posrednik između šire javnosti, ali i vlasti, znanstvenika, stručnjaka i svoje publike imaju veliku odgovornost u prenošenju važnih informacija o klimatskim promjenama. Od njih se očekuje da su dovoljno stručni za pisanje o temi, ali i da uspješno približe temu svojoj publici tako da ju pritom educiraju. Prilikom provođenja analize sadržaja na najčitanijim portalima u Hrvatskoj zaključeno je da je izvještavanje o klimatskim promjenama obilježeno pesimizmom, senzacionalizmom te korištenjem mamilica. Autor većine analiziranih priloga je domaća novinska agencija (HINA) zbog čega ne možemo zaključiti nešto više o stručnosti novinara najčitanijih portala. Naslovi priloga su većinom negativnog stava, opisuju događaje

koji su uzrokovani klimatskim promjenama poput poplava, požara te predviđaju da se klimatske promjene neće moći zaustaviti pravovremeno. Tekst u priložima je također negativno usmjeren te se klimatske promjene površinski obrađuju, odnosno opisuju se događaji ili pojave bez detaljnog opisivanja uzroka. Grafička oprema je također većinom senzacionalistička te u nekim slučajevima krši Kodeks časti hrvatskih novinara. Potrebno je daljnje istraživanje javnosti koja prima informacije putem ovih portala kako bi se zaključilo kakav učinak ovakvo izvještavanje ima na njihove stavove o klimatskim promjenama te mijenja li to njihove navike u korist okoliša. Mediji imaju potencijal za pokretanje promjene, ali kao što je već spomenuto u radu, na to utječu razni dionici o kojima mediji ovise.

Kreatori politika kao osobe koje mogu imati velik utjecaj na promjene trebaju zauzeti čvrsti stav o klimatskim promjenama i o tome što svaka pojedina zemlja može učiniti kako bi buduće generacije mogle živjeti bez brige o svojoj okolini. Ministarstvo gospodarstva i okoliša, pod koje spada Uprava za klimatske aktivnosti, nema komunikacijski plan vezan za klimatske promjene. Pritom ne mogu precizirati komunikaciju koju žele predstaviti u javnosti, pokrenuti projekte klimatske pismenosti kao ni pojasniti glavne i specifične ciljeve svog rada. Kako bi mediji uspješno prenijeli informaciju o klimatskim promjenama, Uprava za klimatske promjene mora imati komunikacijski plan kako surađivati s medijima, jer bi tako javnosti bilo poznatije što točno Hrvatska radi da ih i spriječi. Građani koji ovise o turizmu, ali i poljoprivredi, ovise o promjenama klime te je za njih važno znati kako ljudi na vlasti, ponajprije političari, postupaju i u kojem smjeru razmišljaju za budućnost. Bez jasnog komunikacijskog plana ministarstvo će teško podići razinu svijesti o opasnosti klimatskih promjena. Ipak, pritom im mogu pomoći mediji kao ključan dionik.

Uz medije, značajan potencijal utjecanja na stavove mladih osoba imaju društvene mreže i istaknuti pojedinci koji se fokusiraju na klimatske promjene. Primjer Grete Thunberg pokazao je da je uz pomoć popularnosti na društvenim mrežama moguće postati osoba od važnosti kad se govori o temi promjene klime. Ona sudjeluje na konferencijama poput COP-a kao i na prosvjedima diljem Europe, a mediji prenose njezine izjave jer postoji velika zainteresiranost za njezine stavove o aktualnim temama. Iako Thunberg trenutno ne zadovoljava sve Katzove uvjete da bi bila *opinion leader* jer nije u potpunosti stručna za razgovor o temi, postoji mogućnost da će ih u budućnosti ispuniti. David Attenborough je u razgovoru s Thunberg izjavio da je njezina generacija ona koja mora napraviti promjenu te da je njezin glas iznimno važan zbog pozitivnog učinka na mlade ('People are listening', Greta meets Sir David – BBC, 2021). Na primjeru Attenborougha i Earle primjećujemo kako komunikacija *opinion leadera*



može biti korisna za ostvarenje cilja kao što je podizanje razine svijesti o posljedicama klimatskih promjena.

Rezultati istraživanja Indeksa učinka klimatskih promjena za 2021. godinu pokazali su da niti jedna zemlja na svijetu ne može zauzeti prva tri mjesta jer ne rade dovoljno da u potpunosti zaustave posljedice klimatskih promjena. Na vrhu ljestvice je Danska, a Hrvatska zauzima 29. mjesto, što označava pad od 11 mjesta od istraživanja koje je provedeno godinu dana ranije (Burck et al., 2021: 7). Naš su glavni problem emisije stakleničkih plinova. Može li se problem koji Hrvatska ima riješiti jasnijom komunikacijom s dionicima? Kako postupiti s industrijama koje najviše štete okolišu? Mogu li građani dovoljno promijeniti svoje navike kako bi i oni pridonijeli zaustavljanju klimatskih promjena? Kako možemo educirati građane i kako možemo utjecati na njih?, samo su neka od pitanja koja se postavljaju i dalje.

Provedbom istraživanja medijskog izvještavanja u Hrvatskoj u svrhu ovog rada uočena je prisutnost pesimizma i senzacionalizma koji prema proučavanju drugih znanstvenika nije efikasan način za predstavljanje okvira klimatskih promjena. Postoji mogućnost da će učestalija i detaljnija komunikacija pomoći širenju klimatske pismenosti te naposljetku i zaustavljanju djelovanja klimatskih promjena, ali kako bismo to potvrdili potrebno je provesti daljnja istraživanja. Fokus može biti i na potencijalnim rješenjima na mikro i makro razinama, predstavljanju inovativnih istraživanja u području okoliša, predstavljanju pozitivnih priča o zaštiti okoliša kako bi se publici prikazalo da je napredak moguć. Znanstvenici u suradnji s aktivistima i medijima mogu promijeniti narativ o klimatskim promjenama kao nečemu što je neizbježno i promijeniti način razmišljanja društva.

## 7. Popis literature

- Bazaco, A. et al. (2019) "Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and methods", *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 74 (1): 94 – 115
- Bennet, W. (2003) „COMMUNICATING GLOBAL ACTIVISM Strengths and vulnerabilities of networked politics“, *Information, Communication & Society*, vol. 6 (2): 143 – 168
- Borojević, T. et al. (2015) „Aktivizam mladih i zaštita životne sredine“, str. 6 – 11 u: Mladenović, N. et al. (ur.) *42nd International Symposium on Operations Research*, Beograd: Matematički institut SANU
- Brainard, C. (2015) „The changing ecology of news and news organizations“, str. 168 – 175 u: Hansen, A., Cox, R. (ur.) *The Routledge Handbook of Environment and Communication*, London: Routledge
- Cammaerts, B., Carpentier, N. (2007) *Reclaiming the media: communication rights and democratic media roles*, Bristol: Intellect
- Carpenter, C. (2001) „Businesses, green groups and the media: the role of non-governmental organizations in the climate change debate“, *International Affairs*, vol. 77 (2): 313 – 328
- Carroll, W., Ratner, R. (1999) „Media Strategies and Political Projects: A Comparative Study of Social Movements“, *The Canadian Journal of Sociology*, vol. 24: 1 – 34
- Clay, J. (2021) *Breaking Boundaries: The Science of Our Planet*, dokumentarni film, Netflix
- Cox, R., Depoe, S. (2015) „Emergence and growth of the “field” of environmental communication“, str. 13 – 26 u: Hansen, A., Cox, R. (ur.) *The Routledge Handbook of Environment and Communication*, London: Routledge
- De Luca, K. (2009) „Greenpeace International Media Analyst Reflects on Communicating Climate Change“, *Environmental Communication*, vol. 3 (2): 263 – 269
- Dotson, D. , Jacobson, S. et al. (2012) „Media Coverage of Climate Change in Chile: A Content Analysis of Conservative and Liberal Newspapers“, *Environmental Communication*, vol. 6, 64 – 81
- Doyle, J. (2007) „Picturing the Clima(c)tic: Greenpeace and the Representational Politics of Climate Change Communication“, *Science as Culture*, vol. 16 (2): 129 – 150
- Dunwoody, S. (2015) „Environmental scientists and public communication“, str. 63 – 70 u: Hansen, A., Cox, R. (ur.) *The Routledge Handbook of Environment and Communication*, London: Routledge
- Earle, S. et al. (2021) „The forgotten ocean: Why COP26 must call for vastly greater ambition and urgency to address ocean change“, *Aquatic Conservation*, vol. 32: 217 – 228
- Ginanjar, W.R., & Mubarrok, A.Z. (2020). „Civil Society and Global Governance: The Indirect Participation of Extinction Rebellion in Global Governance on Climate Change“ *Journal of Contemporary Governance and Public Policy*, vol. 1: 41 – 52

- Guenther, L., Weingart, P. (2016) „Science communication and the issue of trust“, *Journal of Science Communication*, vol 15 (5): 2, 1 – 11
- Gunningham, N. (2019) „Averting Climate Catastrophe: Environmental Activism, Extinction Rebellion and Coalitions of Influence“ *King's Law Journal*, vol. 30 (2): 194 – 202
- Haddock-Fraser, J., Gorman, D. (2020) „Building your influence: the role of the smart sustainability leader“, *Emerald Open Research*, vol. 2 (53): 1 – 24
- Jung, J. et al. (2020) „When a Girl Awakened the World: A User and Social Message Analysis of Greta Thunberg“, *Sustainability*, vol. 12 (7): 1 – 17
- Kinniburgh, C. (2020) „Can Extinction Rebellion Survive?“ *Dissent*, vol. 67: 125 – 133
- Lay, V. (2016) „Klimatska pismenost: analiza osnovnih prepreka razvoju i širenju klimatske pismenosti“ *Socijalna ekologija*, vol. 25, 39 – 49
- Leiserowitz, A. et al. (2012) „Climategate, Public Opinion, and the Loss of Trust“, *American Behavioral Scientist*, vol. 57 (6): 818 – 837
- Maibach, E. et al. (2012) „The legacy of climategate: undermining or revitalizing climate science and policy?“ *WIREs Climate Change*, vol. 3 (3): 289 – 295
- Milas, G. (2005). *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*, Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Moser, S. (2010) „Communicating climate change: history, challenges, process and future directions“, *WIREs Climate Change*, vol. 1: 31-53
- Moser, S., Dilling, L. (2012) „Communicating Climate Change: Closing the Science-Action Gap“, str. 161 – 174 u: Dryzek, J. et al. (ur.) *The Oxford Handbook of Climate Change and Society*, New York: Oxford
- Napoli, C. (2012) „Understanding Kyoto's Failure“ *SAIS Review of International Affairs*, vol. 32(2): 183 – 196
- Nelkin, D. (1977) “Scientists and professional responsibility: The experience of American ecologists,” *Social Studies of Science*, vol 7: 75 – 95.
- Newman, N. et al. (2021) *Reuters Institute Digital News Report 2021*, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism
- Nisbet, M., Kotcher, J. (2009) „A Two-Step Flow of Influence? Opinion-Leader Campaigns on Climate Change“, *Science Communication*, vol. 30 (3): 328 – 354
- Nixon, R., Stevens, F. (2014) „Mission Blue“, dokumentarni film, Netflix
- Sabherwal, A. et al. (2020) „The Greta Thunberg Effect: Familiarity with Greta Thunberg predicts intentions to engage in climate activism in the United States“, *Journal of Applied Social Psychology*, vol 51 (4): 321 – 333
- Shehata, A., Hopmann, D. (2012) „FRAMING CLIMATE CHANGE“, *Journalism Studies*, vol. 13 (2), 175 – 192

- Supran, G., Oreskes, N. (2021) „Rhetoric and frame analysis of ExxonMobil's climate change communications“, *One Earth*, vol. 4 (5): 696 – 719
- W. van Eck, C. et al. (2021) „Echo Chamber Effects in the Climate Change Blogosphere“ *Environmental Communication*, vol. 15 (2): 145 – 152

### Internetski izvori:

- 2020 XR GLOBAL SUPPORT ANNUAL REPORT* (2022), Extinction Rebellion, <https://cloud2.organise.earth/s/sJoQg2Bti5HXmdK#pdfviewer> (stranica posjećena: 1.2.2022)
- Aarhuška konvencija* (2022) Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, <https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug-4925/medjunarodna-suradnja/multilateralni-medjunarodni-sporazumi-1138/aarhuska-konvencija/1139> (stranica posjećena 27.1.2022)
- About the IPCC* (2022) The Intergovernmental Panel on Climate Change IPCC, <https://www.ipcc.ch/about/> (stranica posjećena 19. siječnja 2022)
- About the Secretariat* (2022) United Nations Framework Convention on Climate Change, <https://unfccc.int/about-us/about-the-secretariat> (stranica posjećena 20.1.2022)
- About us* (2022) Mission Blue, <https://mission-blue.org/about/> (stranica posjećena: 7. veljače 2022)
- AR5 Synthesis Report: Climate Change 2014* (2014) The Intergovernmental Panel on Climate Change IPCC, <https://www.ipcc.ch/report/ar5/syr/> (stranica posjećena: 20.1.2022)
- Burck, J. et al. (2021) *RESULTS – Monitoring Climate Mitigation Efforts of 60 Countries plus the EU – covering 92% of the Global Greenhouse Gas Emissions*, Bonn, Berlin, Cologne: GermanWatch, New Climate Institute, dostupno na: <https://ccpi.org/download/climate-change-performance-index-2022-2/>
- Changing the Face of the BBC | Sir David Attenborough - Life on Air | BBC Studios* (2008) videozapis na platformi YouTube, BBC Studios, dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=Ml4fc5ayuf4>
- Climate Change: How Do We Know?* (2022) National Aeronautics and Space Administration NASA, <https://climate.nasa.gov/evidence/> (stranica posjećena 18.1.2022.)
- COP26: Together for our planet* (2022) United Nations, <https://www.un.org/en/climatechange/cop26> (stranica posjećena: 20.1.2022.)
- „David Attenborough“ (2021) *Encyclopedia Britannica*, Encyclopædia Britannica, Inc., <https://www.britannica.com/biography/David-Attenborough> (datum zadnje izmjene: 14. svibnja 2021.)
- Goršić, R. (2021) *Klimatski marš za opstanak*, videozapis na platformi YouTube, CROPIX , dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=qGcq4rQz5eU>

- Greta Thunberg at Youth4Climate Summit 2021 in Milan - full speech* (2021), videozapis na platformi YouTube, Connect4Climate, dostupno na: [https://www.youtube.com/watch?v=ceIE\\_ehQhtc](https://www.youtube.com/watch?v=ceIE_ehQhtc)
- Hall, S. (2015) „Exxon knew about climate change almost 40 years ago“, *Scientific American*, dostupno na: <https://www.scientificamerican.com/article/exxon-knew-about-climate-change-almost-40-years-ago/> (preuzeto: 10. siječnja 2022.)
- Harvey, F. (2021) „‘We’re causing our own misery’: oceanographer Sylvia Earle on the need for sea conservation“, *theGuardian*, 12. lipnja 2021., dostupno na: Lull, <https://www.theguardian.com/environment/2021/jun/12/were-causing-our-own-misery-oceanographer-sylvia-earle-on-the-need-for-sea-conservation>
- Kako prepoznati senzacionalizam u medijima* (2022) Djeca medija, <https://djecamedija.org/wp-content/uploads/2021/09/Kako-prepoznati-senzacionalizam-u-medijima.pdf> (stranica posjećena 2. ožujka 2022)
- Kodeks časti hrvatskih novinara* (2009) Hrvatsko novinarsko društvo, <https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinaral> (stranica posjećena 29. ožujka 2022)
- Komunikacijska strategija i komunikacijski akcijski plan za proces usvajanja strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i nacionalnog plana razvoja održivog turizma od 2021. do 2027. godine* (2021) Ministarstvo turizma i sporta, dostupno online na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2021\\_dokumenti//210517\\_komunikac\\_strateg\\_plan.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2021_dokumenti//210517_komunikac_strateg_plan.pdf)
- Kyotski protokol* (2022) Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, <https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu1065/djelokrug-4925/klima/zastita-klime/kyotski-protokol/1883> (stranica posjećena 20.1.2022.)
- Lull, J., Worland, J. (2017) „This Marine Biologist Has a Message for Climate Change Deniers: ‘Get Over It’“ *Time Magazine*, 7. lipnja 2017., dostupno na: <https://time.com/4808959/climate-change-sylvia-earle-oceans-week/>
- Marks, A. (2021) „Sir David Attenborough on How We Can Still Save Our ‘Finite’ Home“, *Rolling Stone*, 7. lipnja 2021. dostupno na: <https://www.rollingstone.com/culture/culture-news/david-attenborough-climate-change-environmental-destruction-60-minutes-1179706/>
- McGreal, C. (2022) „How Exxon is using an unusual law to intimidate critics over its climate denial“, *theGuardian*, dostupno na: <https://www.theguardian.com/environment/2022/jan/18/exxon-texas-courts-critics-climate-crimes> (preuzeto 28.1.2022)
- Nevladine organizacije* (2022) Hrvatska enciklopedija, dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=43612> (stranica posjećena: 31.1.2022)

- O nama* (2022) Greenpeace Hrvatska, dostupno na : <https://www.greenpeace.org/croatia/o-nama/> (stranica posjećena: 3.2.2021)
- Oceanographer Dr. Sylvia Earle: 'We Are In Trouble As A Species'* (2021) videozapis na platformi YouTube, NBC News, dostupno na: [https://www.youtube.com/watch?v=qXjMWBWU\\_fQ](https://www.youtube.com/watch?v=qXjMWBWU_fQ)
- Pariški sporazum o klimatskim promjenama* (2022) Vijeće Europske Unije, <https://www.consilium.europa.eu/hr/policies/climate-change/paris-agreement/> (stranica posjećena: 20.1.2022)
- 'People are listening', Greta meets Sir David – BBC* (2021) videozapis na platformi YouTube, BBC Studios, dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=o4Cw2ASwSnU>
- Punt, D. (2020) „Sir David Attenborough breaks Instagram record for fastest time to reach one million followers“, Guinness World Records, 24. rujna 2020. , dostupno na: <https://www.guinnessworldrecords.com/news/2020/9/sir-david-attenborough-breaks-instagram-record-for-fastest-time-to-reach-one-mill-632391>
- Sir David Attenborough Answers Questions From Famous Fans* (2020) videozapis na platformi YouTube, Still Watching Netflix, dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=Cycz7Ftae9A>
- Smallman, E. (2020) „David Attenborough Still Has Hope for Our Future“ The New York Times, 25. prosinca 2020., dostupno na: <https://www.nytimes.com/2020/12/25/arts/television/david-attenborough-perfect-planet.html>
- Stead Sellers, F. (2021) „Climate Solutions: A Conversation with Sylvia Earle“ Washington Post, 15. lipnja 2021., dostupno na: <https://www.washingtonpost.com/washington-post-live/2021/06/15/washington-post-live-climate-solutions-sylvia-earle/>
- Strategic plan 2020-2024 – Climate Action* (2022) Europska komisija, [https://ec.europa.eu/info/publications/strategic-plan-2020-2024-climate-action\\_hr](https://ec.europa.eu/info/publications/strategic-plan-2020-2024-climate-action_hr) (stranica posjećena 26.1.2022)
- Strategic plan 2020-2024 – Environment* (2022) Europska komisija, [https://ec.europa.eu/info/publications/strategic-plan-2020-2024-environment\\_hr](https://ec.europa.eu/info/publications/strategic-plan-2020-2024-environment_hr) (stranica posjećena 26.1.2022)
- „Sylvia Earle“ (2021) *Encyclopedia Britannica*, Encyclopædia Britannica, Inc., <https://www.britannica.com/biography/Sylvia-Earle> (datum zadnje izmjene: 26. kolovoza 2021)
- TEDxOilSpill - Sylvia Earle - By Killing the Ocean, We Kill Ourselves* (2011) videozapis na platformi YouTube, TEDx Talks, dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=nbgeXbhNMpU>
- Vetter, D. (2021) „David Attenborough’s Powerful Speech To COP26 Leaders: ‘The World Is Looking To You‘“, Forbes, 1. studenog 2021., dostupno na:

<https://www.forbes.com/sites/davidrvetter/2021/11/01/david-attenboroughs-powerful-speech-to-cop26-leaders-the-world-is-looking-to-you/?sh=7a510dce6f1b>

*WATCH: Greta Thunberg's full speech to world leaders at UN Climate Action Summit (2019)*,  
videozapis na platformi YouTube, PBS NewsHour, dostupno na:  
<https://www.youtube.com/watch?v=KAJsdgTPJpU>

*What is XR?* (2022) Extinction Rebellion, <https://rebellion.global/about-us/> (stranica  
posjećena: 1.2.2022)

*XR Hrvatska* (2022) Extinction Rebellion, <https://rebellion.global/groups/hr-croatia/#groups>  
(stranica posjećena: 1.2.2022)

## **7.1. Popis grafikona i tablica**

**Grafikon 1.** Raspodjela objavljenih priloga

**Grafikon 2.** Autor priloga

**Grafikon 3.** Duljina priloga

**Grafikon 4.** Zastupljenost teme u prilogu

**Grafikon 5.** Odnos prema temi

**Grafikon 6.** „Dubina“ obrade teme

**Grafikon 7.** Broj izvora

**Grafikon 8.** Izvor informacija

**Grafikon 9.** Senzacionalizam u naslovu

**Grafikon 10.** Mamilica kao karakteristika naslova

**Grafikon 11.** Vrijednosna usmjerenost naslova

**Grafikon 12.** Senzacionalizam grafičke opreme

**Tablica 1.** Broj objavljenih priloga

**Tablica 2.** Apsolutni brojevi rezultata analize sadržaja

## 8. Prilozi

### Analitička matrica

#### OPĆE ZNAČAJKE PRILOGA

##### P1. Datum izdavanja:

##### P2. Naziv informativnog portala:

1. index.hr
2. 24sata.hr
3. jutarnji.hr

##### P3. Naslov analiziranog priloga:

##### P4. Novinska vrsta priloga:

- 1) vijest
- 2) izvještaj
- 3) članak – analiza
- 4) reportaža
- 5) komentar
- 6) intervju
- 7) foto-vijest
- 8) ispravak – demanti
- 9) anketa
- 10) prilozi, pisma, reagiranja čitatelja
- 11) citati
- 12) ostalo

##### P5. Autor priloga:

- 1) novinar
- 2) inicijali novinara
- 3) domaća novinska agencija
- 4) strana novinska agencija
- 5) novinska agencija i novinar (redakcija)
- 6) redakcija (s ili bez potpisa redakcije)
- 7) javne osobe, stručnjaci (nisu novinari)
- 8) čitatelji
- 9) ostalo

##### P6. Dostupnost priloga na portalu:

- 1) bez plaćanja
- 2) uz plaćanje

##### P7. Duljina priloga na portalu (1800 znakova s bjelinama):

- 1) do ½ kartice
- 2) od ½ do 1 kartice (900 do 1800)
- 3) od 1 do 1½ kartice (do 2700)
- 4) od 1 ½ kartice do 2 kartice (do 3600)



- 5) od 2 do 3 kartice (do 5400)
- 6) više od 3 kartice

## **TEME PRILOGA**

### **P8. Zastupljenost glavne teme klimatskih promjena u prilogu:**

- 0) ne može se odrediti
- 1) dominantna, glavna
- 2) dodatna, sporedna
- 3) samo spomenuta

### **P9. Odnos prema temi klimatskih promjena u prilogu:**

- 1) ne može se odrediti
- 2) prevladava pozitivan stav
- 3) prevladava neutralan stav
- 4) prevladava negativan stav
- 5) ravnopravno zastupljen i pozitivan i negativan stav

## **NAČINI NOVINARSKE OBRADJE PRILOGA**

### **P10. „Dubina“ obrade teme klimatskih promjena u tekstu:**

- 0) ne može se odrediti
- 1) pretežno „površinski“ (zadržava se samo na deskripciji pojave, događaja ili osobe)
- 2) pretežno „dubinski“ (ulazi u uzorke, predviđa posljedice, obrađuje temu u širem kontekstu)

### **P11. Aktualnost priloga (aktualnost se prosuđuje prema porijeklu događaja – kada je događaj nastao):**

- 1) ne može se odrediti
- 2) prilog je pretežno vezan uz aktualna događanja (događaj u posljednjih tjedan dana)
- 3) prilog je pretežno vezan uz događaje starije od tjedan dana pa do šest mjeseci
- 4) prilog pretežno govori o događajima starijima od šest mjeseci
- 5) prilog pretežno govori o budućim događajima

## **IZVOR(I) INFORMACIJA U PRILOGU**

### **P12. Broj izvora informacija na koji se prilog poziva:**

- 0) ne može se odrediti
- 1) navodi se samo jedan izvor
- 2) navode se dva izvora
- 3) navode se tri i više izvora
- 4) nema izvora informacija

### **P13. Jednostranost – pluralnost izbora izvora:**

- 0) ne može se odrediti
- 1) jednostranost – naveden jedan ili više izvora koji zastupaju istu stranu
- 2) dvostranost – navedena minimalno dva izvora koji predstavljaju različite strane
- 3) pluralnost – navedena minimalno tri izvora koji predstavljaju različite pristupe

**P14. Tko je izvor informacija u prilogu (moguće više odgovara):**

- 1) ne može se odrediti
- 2) političari
- 3) znanstvenici i ostali stručnjaci (uključuje IPCC i UNFCCC)
- 4) državne agencije za tisak
- 5) glas javnosti – mediji
- 6) predstavnik religijske zajednice
- 7) zakoni, dokumenti, propisi, odluke, ankete i slično
- 8) nema izvora (novinar je izvor – kolumne, komentari itd.)
- 9) građani
- 10) udruge civilnog društva (uključuje aktivističke skupine)
- 11) objave na društvenim mrežama
- 12) ostali izvori

**NASLOV**

**P15. Povezanost naslova i teksta:**

- 0) ne može se odrediti
- 1) naslov proizlazi iz teksta
- 2) naslov ne proizlazi iz teksta
- 3) naslov samo djelomično odgovara tekstu
- 4) nema naslova

**P16. Naslov je:**

- 0) ne može se odrediti
- 1) informativan
- 2) senzacionalistički

**P17. Mamilica kao karakteristika naslova:**

- 0) ne može se odrediti
- 1) naslov nema karakteristike mamilice
- 2) naslov djelomično ima karakteristike mamilice
- 3) naslov ima karakteristike mamilice

**P18. Vrijednosna usmjerenost naslova:**

- 0) ne može se odrediti
- 1) prevladava pozitivna usmjerenost
- 2) prevladava negativna usmjerenost
- 3) ravnopravno zastupljena i pozitivna i negativna usmjerenost

**GRAFIČKA OPREMA PRILOGA**

**P19. Nadnaslov grafičke opreme:**

**P20. Podnaslov grafičke opreme:**

**P21. Potpis pod fotografijom:**

- 1) fotograf informativnog portala
- 2) domaća fotografska agencija
- 3) strana fotografska agencija
- 4) privatna arhiva redakcije
- 5) javne osobe, stručnjaci
- 6) preuzeto s društvenih mreža
- 7) čitatelji
- 8) ostalo

**P22. Vrsta grafičke opreme:**

- 0) nema grafičke opreme
- 1) fotografija
- 2) ilustracija (crteži)
- 3) grafika (tabele, grafovi, mape, info-grafike)
- 4) fotografija i ilustracija i/ili grafika
- 5) ostalo

**P23. Povezanost slikovnog priloga i teksta:**

- 0) nema slikovnih priloga
- 1) slikovni prilog je povezan s informacijama u tekstu
- 2) slikovni prilog je u suprotnosti s informacijama u tekstu
- 3) slikovni prilog nije povezan s informacijama u tekstu
- 4) ne može se odrediti povezanost slikovnog priloga i informacije u tekstu

**P24. Prikaz grafičke opreme je senzacionalistički:**

- 0) nema grafičke opreme
- 1) prikaz nije senzacionalistički
- 2) prikaz je djelomično senzacionalistički
- 3) prikaz je senzacionalistički

## Tablice i grafikoni

Tablica 2. *Apsolutni brojevi rezultata analize sadržaja*

	<b>index.hr</b>	<b>24sata.hr</b>	<b>jutarnji.hr</b>
Broj objavljenih članaka	316	90	81

	<b>Vrsta priloga</b>
vijest	133
izvještaj	181
članak – analiza	117
reportaža	42
komentar	0
intervju	13
foto-vijest	0
ispravak – demanti	0
anketa	0
prilozi, pisma, reagiranja čitatelja	0
citati	0
ostalo	1

<b>Autor priloga</b>	<b>index.hr</b>	<b>24sata.hr</b>	<b>jutarnji.hr</b>
Novinar	28	19	43
Domaća novinska agencija	160	56	25
Novinska agencija i novinar (redakcija)	29	5	4
Redakcija (s ili bez potpisa)	96	2	8
Ostalo	2	7	1

<b>Dostupnost priloga</b>	
Dostupno bez plaćanja	480
Dostupno uz plaćanje	7

<b>Duljina priloga</b>	<b>index.hr</b>	<b>24sata.hr</b>	<b>jutarnji.hr</b>
do ½ kartice	20	5	2

od ½ do 1 kartice (900 do 1800)	94	29	8
od 1 do 1½ kartice (do 2700)	73	23	21
od 1 ½ kartice do 2 kartice (do 3600)	43	15	20
od 2 do 3 kartice (do 5400)	38	12	17
više od 3 kartice	48	6	13

<b>Zastupljenost teme</b>	<b>index.hr</b>	<b>24sata.hr</b>	<b>jutarnji.hr</b>
ne može se odrediti	1	0	0
dominantna, glavna	172	54	47
dodatna, sporedna	90	27	28
samo spomenuta	53	9	6

<b>Odnos prema temi</b>	<b>index.hr</b>	<b>24sata.hr</b>	<b>jutarnji.hr</b>
ne može se odrediti	31	6	3
prevladava pozitivan stav	4	2	2
prevladava neutralan stav	5	3	0
prevladava negativan stav	275	79	76
ravnopravno zastupljen i pozitivan i negativan stav	1	0	0

<b>Dubina obrade</b>	<b>index.hr</b>	<b>24sata.hr</b>	<b>jutarnji.hr</b>
ne može se odrediti	53	9	6
pretežno „površinski“	168	59	44
pretežno „dubinski“	94	21	31

<b>Aktualnost priloga</b>			
ne može se odrediti		7	
prilog je pretežno vezan uz aktualna događanja		299	
prilog je pretežno vezan uz događaje starije od tjedan dana pa do šest mjeseci		13	
prilog pretežno govori o događajima starijima od šest mjeseci		18	
prilog pretežno govori o budućim događajima		150	

<b>Broj izvora</b>	<b>index.hr</b>	<b>24sata.hr</b>	<b>jutarnji.hr</b>
--------------------	-----------------	------------------	--------------------

ne može se odrediti	0	0	1
navodi se samo jedan izvor	129	54	38
navode se dva izvora	70	17	15
navode se tri i više izvora	113	19	27
nema izvora	4	0	0

---

#### **Pluralnost izbora izvora**

ne može se odrediti	5
jednostranost	41
dvostranost	68
pluralnost	2

---

#### **Izvor**

ne može se odrediti	4
političari	243
znanstvenici i ostali stručnjaci (uključuje IPCC i UNFCCC)	252
državne agencije za tisak	0
glas javnosti - mediji	53
predstavnik religijske zajednice	11
zakoni, dokumenti, propisi, odluke, ankete i slično	38
nema izvora (novinar je izvor – kolumne, komentari itd.)	22
građani	43
udruge civilnog društva (uključuje aktivističke skupine)	50
objave na društvenim mrežama	24
ostali izvori	16

---

#### **Povezanost naslova i teksta**

ne može se odrediti	0
naslov proizlazi iz teksta	398
naslov ne proizlazi iz teksta	3
naslov samo djelomično odgovara tekstu	86
nema naslova	0

---

<b>Naslov je</b>	<b>index.hr</b>	<b>24sata.hr</b>	<b>jutarnji.hr</b>
------------------	-----------------	------------------	--------------------

ne može se odrediti	0	0	0
informativan	143	45	37
senzacionalistički	173	45	44

<b>Mamilica kao karakteristika</b>	<b>index.hr</b>	<b>24sata.hr</b>	<b>jutarnji.hr</b>
ne može se odrediti	1	0	0
naslov nema karakteristike mamilice	110	23	16
naslov djelomično ima karakteristike mamilice	106	33	26
naslov ima karakteristike mamilice	99	34	39

<b>Vrijednosna usmjerenost naslova</b>	<b>index.hr</b>	<b>24sata.hr</b>	<b>jutarnji.hr</b>
ne može se odrediti	58	19	20
prevladava pozitivna usmjerenost	35	15	13
prevladava negativna usmjerenost	210	55	47
ravnopravno zastupljena i pozitivna i negativna usmjerenost	13	1	1

<b>Potpis pod fotografijom</b>	
fotograf informativnog portala	2
domaća fotografska agencija	134
strana fotografska agencija	311
privatna arhiva redakcije	0
javne osobe, stručnjaci	21
preuzeto s društvenih mreža	29
čitatelji	1
ostalo	54

<b>Vrsta grafičke opreme</b>	
nema grafičke opreme	0

fotografija	438
ilustracija (crteži)	11
grafika (tabele, grafovi, info-grafike)	35
fotografija i ilustracija i/ili grafika	2
ostalo	1

#### **Povezanost teksta i slikovnog priloga**

nema slikovnih priloga	0
slikovni prilog je povezan s informacijama u tekstu	437
slikovni prilog je u suprotnosti s informacijama u tekstu	0
slikovni prilog nije povezan s informacijama u tekstu	49
ne može se odrediti povezanost slikovnog priloga i informacije u tekstu	1

<b>Senzacionalizam grafičke opreme</b>	<b>index.hr</b>	<b>24sata.hr</b>	<b>jutarnji.hr</b>
nema grafičke opreme	0	0	0
prikaz nije senzacionalistički	146	46	37
prikaz je djelomično senzacionalistički	75	29	32
prikaz je senzacionalistički	95	15	12

#### **Popis analiziranih priloga**

<b>Datum izdavanja</b>	<b>Informativni portal</b>	<b>Naslov</b>
31. 12. 2021.	index.hr	VIDEO 2021. je bila godina divljeg vremena. "To je najava onoga što dolazi"
31. 12. 2021.	index.hr	Golemi požari u Coloradu. Deseci tisuća ljudi u bijegu, šire se dramatične snimke
30. 12. 2021.	index.hr	Stiže 300 novih direktora turističkih zajednica. Stari ostaju zaposleni



30. 12. 2021.	index.hr	Čileanski znanstvenici proučavaju klimatske promjene kroz izmet kitova
29. 12. 2021.	index.hr	Na Aljasci je nenormalno toplo, umjesto snijega padaju obilne kiše
28. 12. 2021.	index.hr	Bunker u Albaniji napravljeni da mogu izdržati nuklearni udar. Sad ih guta more
24. 12. 2021.	index.hr	Studija potvrdila: Smanjuje se broj smrti uzrokovanih emisijama ispušnih plinova
22. 12. 2021.	index.hr	Čorić (tć) tvrtkama: Ako uštedite na struji, troškovi proizvodnje će vam biti manji
22. 12. 2021.	index.hr	Njemački znanstvenik: Mnoga mjesta postat će nenastanjiva, ovo je scenarij katastrofe
22. 12. 2021.	index.hr	Broj poginulih u poplavama u Maleziji porastao na 27
22. 12. 2021.	index.hr	Himalajski ledenjaci tope se iznimno velikom brzinom
20. 12. 2021.	index.hr	Štern: Cijena nafte je pala, ali cijena energenata ne pada. To je energetska skandal
20. 12. 2021.	index.hr	Znanstvenici: Jeguljama prijete rizik od izumiranja
16. 12. 2021.	index.hr	Klimatske promjene prijete proizvodnji nafte i plina u svijetu
15. 12. 2021.	index.hr	Biden posjetio tornadom razoreni Kentucky
14. 12. 2021.	index.hr	Znanstvenici upozoravaju: Na Arktiku je sve više smeća
14. 12. 2021.	index.hr	Srbija poslije dvogodišnjeg zastoja napravila novi korak u pregovorima s EU
14. 12. 2021.	index.hr	Svjetska meteorološka organizacija potvrdila temperaturni rekord za Arktik
14. 12. 2021.	index.hr	Znanstvenici: Događaju se dramatične promjene na "ledenjaku sudnjeg dana"
13. 12. 2021.	index.hr	Četiri nizozemske stranke postigle dogovor o vladi devet mjeseci nakon izbora
13. 12. 2021.	index.hr	Raste broj mrtvih nakon tornada u SAD-u, pronađeno sto preživjelih radnika tvornice
13. 12. 2021.	index.hr	Nova njemačka vlada produljuje program subvencioniranja kupnje električnih automobila
13. 12. 2021.	index.hr	Profesorica s KBF-a širi teorije zavjere o koroni. Oglasio se Fakultet
13. 12. 2021.	index.hr	VIDEO Aktivisti blokirali ulaz u Ministarstvo gospodarstva, došla i policija
12. 12. 2021.	index.hr	U Italiji održana Konferencija o budućnosti Europe: "Mlade manje zanima politika"
12. 12. 2021.	index.hr	Na Visu pokrenuta akcija za spas malih riba i ekosustava Jadrana
11. 12. 2021.	index.hr	Tornado u SAD-u grad pretvorio u ruševine, mnogo je nestalih: "Ovo je kao ratna zona"
11. 12. 2021.	index.hr	Širi se priča da mediji šute o naglom rastu leda na Grenlandu. Što je prava istina?
11. 12. 2021.	index.hr	VIDEO Tornado u Illinoisu srušio krov na Amazonovom skladištu, traga se za radnicima
10. 12. 2021.	index.hr	Vijeće Europe: Moramo se zauzeti za ljudska prava više nego ikada

10. 12. 2021.	index.hr	Američki institut Brijunima dodijelio prestižnu nagradu
8. 12. 2021.	index.hr	Istraživanje: 10% najbogatijih sada posjeduje više od polovine svjetskog bogatstva
8. 12. 2021.	index.hr	Musk: Civilizacija će se urušiti ako ljudi ne budu imali više djece
7. 12. 2021.	index.hr	Tisuću volontera u mjesec dana u Hrvatskoj posadilo 15 tisuća sadnica
1. 12. 2021.	index.hr	Austrija zbog zaštite prirode otkazala gradnju autoceste kod Beča
1. 12. 2021.	index.hr	Studija: Kiša bi na Arktiku mogla zamijeniti snijeg i prije nego što se očekivalo
30. 11. 2021.	index.hr	Hrvatski lovci na tartufe zabrinuti zbog klimatskih promjena
29. 11. 2021.	index.hr	Grlić Radman u Barceloni pričao o migrantima i katastrofalnim požarima na Mediteranu
21. 11. 2021.	index.hr	Ljudi su poremetili jedan od glavnih zakona oceana, osobito u Jadranu
19. 11. 2021.	index.hr	UN konačno odgovorio Musku kako riješiti glad na svijetu sa 6 milijardi dolara
15. 11. 2021.	index.hr	Dok se u svijetu natežu oko financiranja klimatske krize, mjesta na Lagosu guta more
14. 11. 2021.	index.hr	Predsjednik COP26: Kina i Indija će trebati objasniti svoj stav o ugljenu
14. 11. 2021.	index.hr	Greta o klimatskom summitu: Bla, bla, bla
14. 11. 2021.	index.hr	Mazzocco Drvar: Povećani broj bolesti je direktna posljedica klimatskih promjena
14. 11. 2021.	index.hr	Jesu li krave zaslužile titulu velike prijetnje okolišu? Čini se da je kriv čovjek
14. 11. 2021.	index.hr	Razine Jadrana ubrzano rastu. Koliko i što to znači?
13. 11. 2021.	index.hr	Postignut dogovor o klimi, je li svijet spašen od katastrofalnih klimatskih promjena?
13. 11. 2021.	index.hr	Poruka iz Glasgowa: Trenutak istine za planet, zajedno ćemo ili uspjeti ili propasti
12. 11. 2021.	index.hr	"Klimatski marš za opstanak" u Zagrebu: Sudjelovali Peović, Rada Borić, sindikalist
12. 11. 2021.	index.hr	Zadnji dan summita o klimi COP26: Raste pritisak, države se razilaze u mišljenjima
12. 11. 2021.	index.hr	Bez dogovora: Samo šest proizvođača za ukidanje prodaje automobila na fosilna goriva
12. 11. 2021.	index.hr	U ponedjeljak virtualni sastanak Bidena i Xija? Pričat će i o porijeklu korone
11. 11. 2021.	index.hr	Sutra je zadnji dan velike konferencije o klimi: "Pred nama je i dalje golem izazov"
11. 11. 2021.	index.hr	Povijesni summit o klimi mogao bi ispasti fijasko koji nas vodi u katastrofu
11. 11. 2021.	index.hr	Biden i kineski predsjednik će se vjerojatno virtualno sastati idući tjedan
11. 11. 2021.	index.hr	Profesorica s KBF-a: Hrvatska je totalitarna, a pandemija je planirana
11. 11. 2021.	index.hr	Hrvatska po Indeksu učinka klimatskih promjena lošija nego lani
10. 11. 2021.	index.hr	Tomašević: Idemo na povećanje broja drveća u Zagrebu

10. 11. 2021.	index.hr	Obuljen Koržinek sudjeluje na zasjedanju Opće skupštine UNESCO-a u Parizu
9. 11. 2021.	index.hr	Znanstvenici na summitu u Glasgowlu: Svijet bi se mogao zagrijati za više od 2 stupnja
9. 11. 2021.	index.hr	Stanković najavio sljedeću gošću NU2, ljudi pišu: Što će reći, a da se već ne zna?
8. 11. 2021.	index.hr	Obama na klimatskom summitu u Glasgowlu: Ne možemo si dopustiti da padnemo u beznađe
8. 11. 2021.	index.hr	Zoološki vrt uzgaja najveće guštere na svijetu kako bi ih spasio od izumiranja
8. 11. 2021.	index.hr	Sve više koala umire od klamidije
8. 11. 2021.	index.hr	WFP: Afganistancima prijete humanitarna katastrofa neviđenih razmjera
8. 11. 2021.	index.hr	FOTO Ovaj otok mogao bi nestati. Pogledajte kako se njegov ministar obratio UN-u
8. 11. 2021.	index.hr	Istraživanje: 98 posto Velikog koraljnog grebena zahvaćeno je izbjeljivanjem
7. 11. 2021.	index.hr	Kako će svijet izgledati 2070.? Ovo su scenariji, mnoge države mogle bi nestati
7. 11. 2021.	index.hr	Emisije CO2 na Zemlji su najviše u zadnjih 3 milijuna godina. Evo kako stoji Hrvatska
6. 11. 2021.	index.hr	Klimatski aktivisti prosvjeduju diljem svijeta: "Političari samo puno pričaju"
5. 11. 2021.	index.hr	Mladi u Glasgowlu prosvjeduju zbog klimatskih promjena: "Velesile nisu učinile ništa"
5. 11. 2021.	index.hr	Konferencija o budućnosti Europe: Želimo da se mladi vrate na hrvatske otoke
5. 11. 2021.	index.hr	Tisuće mladih planiraju prosvjed protiv klimatskog summita, dolazi i Greta Thunberg
4. 11. 2021.	index.hr	Plenkovićevoj vladi predstavljen "Klimatski kolaž", ministri igrali kviz
4. 11. 2021.	index.hr	Von der Leyen na skupu o klimi govorila o putovanjima, a ona koristi privatni avion
4. 11. 2021.	index.hr	U utorak otvorio Instagram i skupio 2.4 milijuna pratitelja. Danas je izbrisao profil
4. 11. 2021.	index.hr	Ekstremno UV zračenje prži grad u Boliviji: "Ovo sunce nije normalno"
3. 11. 2021.	index.hr	Stotine na ulicama Glasgowa. Lidere svijeta optužuju za "greenwashing", evo što je to
3. 11. 2021.	index.hr	Na jug Italije stiže jaka oluja, zatvaraju se škole, groblja, parkovi
2. 11. 2021.	index.hr	U Bjelovaru se planira otvaranje treće geotermalne bušotine
2. 11. 2021.	index.hr	Venecija aktivirala obranu od poplava zbog oluja i jakog vjetra
2. 11. 2021.	index.hr	Prošla su 2 dana, iz UN-a još nisu odgovorili Musku kako bi riješili svjetsku glad
2. 11. 2021.	index.hr	Više od 100 svjetskih čelnika želi prestati krčiti šume do 2030.
1. 11. 2021.	index.hr	Ekstremno topljenje leda na Grenlandu svijetu prijete velikim poplavama, kaže studija

1. 11. 2021.	index.hr	Svjetski vođe odlučuju o pitanju podizanja razine mora. To se ozbiljno tiče Hrvatske
1. 11. 2021.	index.hr	Šefica Europske komisije: Države moraju odrediti cijenu emisije CO2
1. 11. 2021.	index.hr	Plenković na ključnoj svjetskoj konferenciji o klimi: Hrvatska nije problem
1. 11. 2021.	index.hr	Biden najavljuje velike promjene: Ovo mora biti početak desetljeća akcije
1. 11. 2021.	index.hr	Johnson o budućnosti svijeta: Minuta je do ponoći na satu sudnjeg dana
1. 11. 2021.	index.hr	Čelnik UN-a na konferenciji o budućnosti svijeta: Kopamo vlastite grobove
1. 11. 2021.	index.hr	U Škotskoj se danas odlučuje o budućnosti svijeta
1. 11. 2021.	index.hr	UN upozorava: Zadnjih sedam godina su najtoplije do sada
31. 10. 2021.	index.hr	Talijanski premijer brani rezultate G20, kaže da summit predstavlja uspjeh
31. 10. 2021.	index.hr	Šefovi G20 dogovaraju kako spasiti klimu. Johnson: Ovo je kap u sve toplijem oceanu
31. 10. 2021.	index.hr	Musk: Ako UN objasni kako 2% mojeg novca može riješiti glad u svijetu, napraviti ću to
31. 10. 2021.	index.hr	Najjače ekonomije svijeta objavile zajedničku izjavu o klimi, nema konkretnih mjera
31. 10. 2021.	index.hr	Ledenjak koji se brzo topi nazvan po gradu domaćinu važnog summita o klimi
31. 10. 2021.	index.hr	Najveće svjetske ekonomije dogovorile zajedničku izjavu, uključivat će i klimu
31. 10. 2021.	index.hr	Objavljen tekst pape u talijanskom listu: "Vrijeme je da djelujemo zajedno"
31. 10. 2021.	index.hr	200 zemalja protiv velike prijetnje čovječanstvu: "Ovo je trenutak istine za svijet"
31. 10. 2021.	index.hr	Najmoćnije zemlje svijeta dogovorile globalni porez, ali oko klime - ništa
30. 10. 2021.	index.hr	VIDEO Počeo summit G20 u Rimu, glavne teme su pandemija i klima
29. 10. 2021.	index.hr	Svijet ubrzava prema klimatskoj katastrofi, kaže šef UN-a
29. 10. 2021.	index.hr	Papa traži radikalne odluke zbog klimatskih promjena
29. 10. 2021.	index.hr	Klimatolog: Toplinski valovi u budućnosti će biti češći i pogubniji
29. 10. 2021.	index.hr	Kineski predsjednik sudjelovat će na G20 putem videoveze
29. 10. 2021.	index.hr	U saboru se danas glasa o tri važna zakona
28. 10. 2021.	index.hr	Zemlju od 170 milijuna ljudi čeka najveće preseljenje u povijesti, kažu klimatolozi
28. 10. 2021.	index.hr	Studija: Za borbu protiv klimatskih promjena potrebno je 5 bilijuna dolara godišnje
28. 10. 2021.	index.hr	Sastanak najmoćnijih ekonomija svijeta u Rimu, mobilizirano 500 vojnika
28. 10. 2021.	index.hr	Zašto je beton tako opasan za Zemlju?
28. 10. 2021.	index.hr	Australija neće podržati Globalno obećanje o metanu

27. 10. 2021.	index.hr	VIDEO Oluje haraju južnom Italijom. Poginule su dvije osobe, jedna nestala
27. 10. 2021.	index.hr	2% bogatstva Elona Muska moglo bi riješiti glad u svijetu, kaže šef UN-ovog programa
26. 10. 2021.	index.hr	Novo dramatično izvješće UN-a: Idemo prema klimatskoj katastrofi, sat glasno otkucava
26. 10. 2021.	index.hr	Grlić Radman sudjelovao na sastanku Europske i Afričke unije u Ruandi
26. 10. 2021.	index.hr	Australija se obvezuje na nultu emisiju ugljika do 2050.
25. 10. 2021.	index.hr	Zašto Bill Gates želi da ljudi počnu jesti sintetičku govedinu?
25. 10. 2021.	index.hr	Zdravstveni problemi povezani s globalnim zagrijavanjem postaju sve gori
25. 10. 2021.	index.hr	Razine CO2 na Zemlji su najviše u zadnjih 3 milijuna godina
25. 10. 2021.	index.hr	Kineski predsjednik: Podržavat ćemo svjetski mir
24. 10. 2021.	index.hr	Mnoge zemlje grade nuklearke. Mogla bi i Hrvatska. Evo zašto
23. 10. 2021.	index.hr	Mlada klimatska aktivistica: Njih je briga samo za bijelu djecu, što je sa smeđom?
23. 10. 2021.	index.hr	Island pokazao kako izgleda budućnost proizvodnje mesa
23. 10. 2021.	index.hr	Princ Charles: Ostalo je opasno malo vremena da se ubrza klimatska akcija
22. 10. 2021.	index.hr	Objavljeno dramatično istraživanje o klimatskim promjenama, ugrožene milijarde ljudi
21. 10. 2021.	index.hr	EP podržao inicijativu za bržu borbu protiv klimatskih promjena, Ilić bio protiv
21. 10. 2021.	index.hr	Zanimljivo istraživanje: Mikroplastika u zraku hladi našu klimu
20. 10. 2021.	index.hr	Francuski pčelari očekuju lošu godinu, proizvodnja za dvije trećine manja nego 2020.
19. 10. 2021.	index.hr	Nadbiskup Uzinić: Ako vam je član obitelji ili prijatelj homoseksualac, prihvatite ga
16. 10. 2021.	index.hr	Greta Thunberg o klimatskoj konferenciji: Neće donijeti velike promjene
16. 10. 2021.	index.hr	Trebamo li bježati u kolonije u svemiru ili spašavati Zemlju?
16. 10. 2021.	index.hr	Pariz će posaditi 170.000 stabala kako bi poboljšao klimu u gradu
16. 10. 2021.	index.hr	UN pozvao na globalno djelovanje protiv gladi i klimatskih promjena
15. 10. 2021.	index.hr	Ako se Zemlja zagrije za 3°C, ovako bi mogli izgledati Zadar, Split i Pula
15. 10. 2021.	index.hr	Obilne kiše u Grčkoj, ljudi se penjali na krovove kako bi se spasili
13. 10. 2021.	index.hr	Bulj traži vladu da reagira zbog rasta cijena energenata, pokazivao i bocu ulja
13. 10. 2021.	index.hr	Agencija za energiju: Svijet ne investira dovoljno da zadovolji energetske potrebe
13. 10. 2021.	index.hr	Slovenski ministar: Ne možemo intervenirati oko rasta cijene uvoznih naftnih derivata
13. 10. 2021.	index.hr	Sve je više prirodnih katastrofa. Priprema se "okvir Sendai", MUP objasnio što je to
13. 10. 2021.	index.hr	Zašto su eksplodirale cijene prirodnog plina?

12. 10. 2021.	index.hr	Velika studija: Ovako bi rast razine mora mogao izgledati diljem svijeta
11. 10. 2021.	index.hr	Klimatske promjene već sad utječu na većinu svjetskog stanovništva
8. 10. 2021.	index.hr	Zemlja u tri godine izgubila dio svog sjaja
7. 10. 2021.	index.hr	Ovogodišnji rujan jedan je od najtoplijih od kada postoje mjerenja
6. 10. 2021.	index.hr	Ćorić: Hrvatska je posvećena postizanju klimatske neutralnosti
6. 10. 2021.	index.hr	U Italiji pala povijesna kiša, srušen europski rekord
6. 10. 2021.	index.hr	Europski parlament hvali zaštitu ribe u Jabučkoj kotlini: "To je primjer drugima"
4. 10. 2021.	index.hr	Unija za Mediteran: Sredozemno more je jedno od najzagađenijih dijelova svijeta
4. 10. 2021.	index.hr	Zašto znanosti trebamo vjerovati više nego vlastitim instinktima?
30. 9. 2021.	index.hr	Drugi najveći vrh u Europi smanjio se za gotovo jedan metar
30. 9. 2021.	index.hr	SAD proglašava 23 životinjske vrste izumrlima, jedna od njih nije viđena od 1944.
29. 9. 2021.	index.hr	Počela prodaja genski uređenih rajčica koje nisu GMO, a smiruju
28. 9. 2021.	index.hr	VIDEO Pogledajte kako je Greta ismijala svjetske lidere: "Bla, bla, bla"
27. 9. 2021.	index.hr	Hrvatski analitičari: Nije isključeno ponavljanje izbora u Njemačkoj
26. 9. 2021.	index.hr	Izvešće SOA-e: Zbog pandemije jača ekstremizam, sve više hakerskih napada na RH
26. 9. 2021.	index.hr	Hrvatski znanstvenici: Trebamo zaštititi Jadran, sve je više riba iz toplih mora
26. 9. 2021.	index.hr	Masovna izumiranja mogu pretvoriti vode u otrovne juhe. Znanstvenici: To se već zbiva
26. 9. 2021.	index.hr	Macron najavio da će Francuska dati dvostruko više cjepiva siromašnim zemljama
25. 9. 2021.	index.hr	Plenković se uključio u prijenos uživo i objavio: Doniramo još 200.000 doza cjepiva
25. 9. 2021.	index.hr	Island bira novi saziv parlamenta
25. 9. 2021.	index.hr	Američka ministrica energetike: Klimatska kriza otvara prostor nuklearnoj energetici
24. 9. 2021.	index.hr	FOTO Ogroman prosvjed mladih u Njemačkoj zbog klime, govorila i Greta Thunberg
24. 9. 2021.	index.hr	Čelnici SAD-a, Japana, Indije i Australije sastaju se u Bijeloj kući
24. 9. 2021.	index.hr	Mladi klimatski aktivisti prvi put tijekom pandemije izašli na ulice
23. 9. 2021.	index.hr	Bidenova vlada smanjuje upotrebu plina koji se koristi u frižiderima i klimama
23. 9. 2021.	index.hr	WHO: Zagađenje zraka je gore nego što smo mislili
23. 9. 2021.	index.hr	J. Lo, Coldplay, Billie Eilish... Diljem svijeta organizira se Global Citizen Live
22. 9. 2021.	index.hr	Posljedice klimatskih promjena mogle bi teško pogoditi banke u eurozoni, tvrdi ECB
22. 9. 2021.	index.hr	Ćorić: Hrvatska intenzivno radi na dekarbonizaciji cijelog gospodarstva

22. 9. 2021.	index.hr	Božinović: Klimatske promjene jedna su od najvećih sigurnosnih prijetnji svijetu
22. 9. 2021.	index.hr	Kina zbog klime odustaje od financiranja elektrana na ugljen u inozemstvu
21. 9. 2021.	index.hr	Ovo je Milanovićev govor na glavnoj raspravi Opće skupštine UN-a, pročitajte ga
21. 9. 2021.	index.hr	Biden u UN-u: Svijet se suočava s odlučujućim desetljećem
21. 9. 2021.	index.hr	Krumpir u Europi: Ljubavna priča kojoj prijete klimatske promjene
20. 9. 2021.	index.hr	Boris Johnson poziva svjetske lidere: Uplatite u fond za klimu
18. 9. 2021.	index.hr	Biden pozvao svjetske čelnike da smanje emisije metana
17. 9. 2021.	index.hr	Novo izvješće UN-a o klimi: "Svijet je na katastrofalnom putu"
17. 9. 2021.	index.hr	Lideri mediteranskih zemalja obećali jaču suradnju u borbi protiv klimatskih promjena
17. 9. 2021.	index.hr	Poruka s konferencije HGK: Tvrtke koje ne čine društvo boljim ne trebaju postojati
17. 9. 2021.	index.hr	Plenković je danas u Grčkoj na sastanku "mediteranskog kluba"
16. 9. 2021.	index.hr	Istraživanje: Mladi misle da je čovječanstvo osuđeno na propast
14. 9. 2021.	index.hr	Klimatske promjene mogle bi izazvati masovne unutarnje migracije, kaže Svjetska banka
14. 9. 2021.	index.hr	Udvostručio se broj dana s temperaturama preko 50 stupnjeva
14. 9. 2021.	index.hr	50 godina Greenpeacea: Od trijumfa i tragedija do rezignacije
13. 9. 2021.	index.hr	Parlamentarni izbori u Norveškoj, izgledna je pobjeda lijevog centra
10. 9. 2021.	index.hr	Biden i kineski predsjednik razgovarali o odnosima Kine i SAD-a i izbjegavanju sukoba
9. 9. 2021.	index.hr	Fosilna goriva moraju ostati pod zemljom, kažu znanstvenici
8. 9. 2021.	index.hr	Preko 230 medicinskih časopisa poslalo apel: Ne možemo čekati da pandemija prođe
7. 9. 2021.	index.hr	Zbog britanskih korona-pravila traži se odgađanje konferencije o klimi. UN odbio
7. 9. 2021.	index.hr	Kršćanski vođe uputili apel o klimatskim promjenama: "Poslušajte Zemljin vapaj"
7. 9. 2021.	index.hr	Europski znanstvenici: Ovo ljeto je najtoplije u povijesti mjerenja
7. 9. 2021.	index.hr	Zašto raste cijena hrane?
6. 9. 2021.	index.hr	Vodeći medicinski časopisi: Klima ne može čekati kraj pandemije
5. 9. 2021.	index.hr	Pogledajte što se zbiva u Jadranu kad na 40 metara bude 25°C
4. 9. 2021.	index.hr	Kina i SAD nisu postigli sporazum o klimatskim promjenama
3. 9. 2021.	index.hr	Zbog karantene i mjera privremeno je poboljšana kvaliteta zraka, kaže UN
3. 9. 2021.	index.hr	Klimatski znanstvenik: Zapanjeni smo. Znali smo što nas čeka, ali ovako brzo...
2. 9. 2021.	index.hr	Vučković sa stočarima: Veliki problem je zatvaranje malih mljekarskih farmi
2. 9. 2021.	index.hr	Nekim od najpoznatijih vrsta drveća prijete izumiranje

1. 9. 2021.	index.hr	Izješće UN-a: Broj katastrofa u svijetu povećao se pet puta u zadnjih 50 godina
30. 8. 2021.	index.hr	Uragani će postajati sve razorniji i dugotrajniji
30. 8. 2021.	index.hr	Mjesec dana do njemačkih izbora: Nakon debate u prednosti socijaldemokrat
26. 8. 2021.	index.hr	Plenković: Hrvatska vanjskopolitički nikad nije bila jača
25. 8. 2021.	index.hr	Bidenov izaslanik za klimatska pitanja odlazi u drugi posjet Kini
24. 8. 2021.	index.hr	Klimatske promjene: Smrtonosne poplave u Njemačkoj bile su do 9 puta vjerojatnije
24. 8. 2021.	index.hr	Pandemija je ništa u odnosu na ono što nam donose klimatske promjene
23. 8. 2021.	index.hr	Šef ruskog naftnog diva: Europski porez na ugljik je za gospodarstvo gori od sankcija
23. 8. 2021.	index.hr	Dijelovi Bliskog istoka ostaju bez vode i postaju nenastanjivi
20. 8. 2021.	index.hr	UNICEF: Milijardi djece prijeti ekstremna opasnost od klimatske krize
19. 8. 2021.	index.hr	Prvi put u povijesti mjerenja na vrhu Grenlanda pala kiša, a ne snijeg
18. 8. 2021.	index.hr	Porasle cijene žitarica, očekuje se poskupljenje kruha i mesa: "Nema drugog rješenja"
18. 8. 2021.	index.hr	Dvoje poginulih u požaru na jugu Francuske
17. 8. 2021.	index.hr	Prvi put u povijesti ponestaje vode u rijeci Colorado u SAD-u, vlasti uvele redukcije
15. 8. 2021.	index.hr	Imamo još samo par godina da izbjegnemo klimatsku katastrofu. Evo kako
15. 8. 2021.	index.hr	CNN: Antarktika se mijenja. Posljedice bi mogle biti katastrofalne
15. 8. 2021.	index.hr	Izmjerena najviša temperatura u Španjolskoj ikad
14. 8. 2021.	index.hr	Tekst iz 1989. otkriva da je u Rijeci u veljači 1957. zabilježeno - 15 stupnjeva
14. 8. 2021.	index.hr	U unutrašnjosti Dalmacije danas izmjereno 40 stupnjeva, na vrhu Biokova 27
14. 8. 2021.	index.hr	Vrućina ne popušta, u Dalmaciji usred noći 34°C: "Moglo bi doći do obaranja rekorda"
13. 8. 2021.	index.hr	Srpanj je bio najtopliji mjesec ikad: "Ovo je uznemiravajuće"
13. 8. 2021.	index.hr	Znanstvenici upozoravaju: Zalihe drevnog metana u Sibiru su tempirana bomba
12. 8. 2021.	index.hr	Otkriveno kolika je površina izgorjela u Grčkoj. Premijer: Sve se mora promijeniti
12. 8. 2021.	index.hr	EU poziva najveće svjetske ekonomije da podignu klimatske ciljeve
12. 8. 2021.	index.hr	Znanstvenici kažu da bi ovaj nevidljivi plin mogao zapečatiti sudbinu Zemlje
12. 8. 2021.	index.hr	Zračna luka Zagreb smanjila emisiju CO2 za 4%, planira izgradnju solarne elektrane
11. 8. 2021.	index.hr	NASA objavila interaktivnu kartu. Evo koliko bi u Hrvatskoj mogla rasti razina mora
11. 8. 2021.	index.hr	Znanstvenici: Mediteranu prijeti katastrofa, strašni požari, vrućine, nove bolesti...



11. 8. 2021.	index.hr	Astronaut objavio fotografiju požara u Grčkoj snimljenu iz svemira, pogledajte
11. 8. 2021.	index.hr	Božinović: Vjerojatno ćemo produžiti mjere, očekujemo porast zaraženih
11. 8. 2021.	index.hr	U Tunisu 49 stupnjeva, na Siciliji 47: "Ovo je samo početak toplinskog vala"
10. 8. 2021.	index.hr	Mediteran je žarište zatopljenja. Sahara se može proširiti u Hrvatsku
10. 8. 2021.	index.hr	Američki Senat odobrio Bidenov golemi infrastrukturni plan
10. 8. 2021.	index.hr	Otočne nacije strahuju, cijele zemlje mogle bi nestati: "Na rubu smo istrebljenja"
10. 8. 2021.	index.hr	Geoinženjering za spas planeta, da ili ne?
10. 8. 2021.	index.hr	Gori na grčkom otoku, dio ljudi se ne želi evakuirati: "Ne možemo ostaviti domove"
10. 8. 2021.	index.hr	Grčka se suočava s katastrofom neviđenih razmjera dok požari pustoše zemlju
10. 8. 2021.	index.hr	Kako se o klimi pisalo 1979.: Dimimo, dimimo, pa što onda. Ništa nam se neće dogoditi
9. 8. 2021.	index.hr	Objavljeni su scenariji za budućnost Zemlje, svi su dramatični. Što čeka Hrvatsku?
9. 8. 2021.	index.hr	Klimatologinja o dramatičnom izvješću: Europa se zagrijava brže od ostatka svijeta
9. 8. 2021.	index.hr	Greta Thunberg kritizirala političare: Samo pričaju umjesto da djeluju. Što čekaju?
9. 8. 2021.	index.hr	Vatra na grčkom otoku guta sve pred sobom: "Strašno, neobjašnjivo, kao film strave"
9. 8. 2021.	index.hr	Blinken: Ovo desetljeće je kritično za izbjegavanje ekološke katastrofe
9. 8. 2021.	index.hr	VIDEO Permafrost u Rusiji se topi. Otvaraju se rupe, ulice propadaju, kuće nestaju
9. 8. 2021.	index.hr	Poplava u Veneciji, voda je bila čak metar visoka
9. 8. 2021.	index.hr	Zemlja se zagrijava sve brže, sve je manje šanse da se izbjegne katastrofa
9. 8. 2021.	index.hr	UN-ovo izvješće o klimi poziva i na smanjivanje emisije metana
9. 8. 2021.	index.hr	Upravo objavljeno upozorenje znanstvenika o klimi: "Ovo je crveni alarm za svijet"
8. 8. 2021.	index.hr	Očaj zavladao grčkim otokom. Voda iz kanadara ispari prije nego što padne na tlo
8. 8. 2021.	index.hr	Nešto se opasno događa s Atlantikom. Može li se Gofska struja stvarno ugaziti?
8. 8. 2021.	index.hr	Apokaliptične scene u Ateni, gradu pod opsadom
6. 8. 2021.	index.hr	Engleska se otvorila, broj slučajeva prepолоvio. Znanstvenici: Ovo je bez presedana
6. 8. 2021.	index.hr	FOTO I VIDEO Golemi požar kod Atene je izvan kontrole
5. 8. 2021.	index.hr	Vjetrovi razbuknuli požare kod Atene. Premijer: Ako sumnjate u promjenu klime, dođite
5. 8. 2021.	index.hr	Struje u Atlantskom oceanu pokazuju da stižu velike vremenske promjene

5. 8. 2021.	index.hr	Biden: Želim da do 2030. pola auta prodanih u Americi bude s nultim emisijama
5. 8. 2021.	index.hr	Reportaža iz Knina: Nostalgija za ratom
3. 8. 2021.	index.hr	Znanstvenici zabrinuti zbog razvoja "mrtvih zona" u Tihom oceanu
2. 8. 2021.	index.hr	Klimatski aktivisti okupirali središte financijske četvrti u Zürichu
2. 8. 2021.	index.hr	Klimatske promjene: U gradu u Africi s 24 milijuna ljudi uskoro se neće moći živjeti
1. 8. 2021.	index.hr	VIDEO Požari bjesne Mediteranom. Stručnjaci: Balkan čeka ekstreman kolovoz
1. 8. 2021.	index.hr	Europska komisija ima plan za spas šuma. Veliki projekt na jesen kreće i u Hrvatskoj
31. 7. 2021.	index.hr	NASA objavila da će Mjesec pokrenuti velike poplave. Što čeka Hrvatsku?
31. 7. 2021.	index.hr	Dijelovi Sicilije gore: Stanovnici evakuirani, izgorjeli suncobrani i ležaljke
31. 7. 2021.	index.hr	Klimatske promjene: Smrtonosni toplinski valovi, poplave i šumski požari sve češći
31. 7. 2021.	index.hr	Snijeg u Alpama postaje krvavo crven
31. 7. 2021.	index.hr	Grenland je ovog tjedna izgubio ogromnu količinu leda, znanstvenici šalju upozorenja
30. 7. 2021.	index.hr	Turskom haraju masovni požari, srušeni temperaturni rekordi: "Ovo je pakao"
30. 7. 2021.	index.hr	Led koji se u utorak otopio na Grenlandu može pokriti Floridu s 5 centimetara vode
29. 7. 2021.	index.hr	VIDEO Lososi umiru u pregrijanim rijekama u Americi, puni su rana
29. 7. 2021.	index.hr	EU donijela smjernice za poboljšanje infrastrukture tijekom klimatskih promjena
27. 7. 2021.	index.hr	Influencerica popisala razloge zbog kojih ne misli imati djecu s dugogodišnjim dečkom
25. 7. 2021.	index.hr	Ljudi se jako muče da pronađu skrivenu veliku mačku na ovoj fotki, vidite li je vi?
25. 7. 2021.	index.hr	U Londonu se održava pripremni sastanak o rješavanju klimatskih promjena
24. 7. 2021.	index.hr	Golemi požari, poplave, tornada, toksični dim. Snimke iz cijelog svijeta su strašne
23. 7. 2021.	index.hr	Počela speleološka ekspedicija u 1226 metara dubokoj jami Nedam na Velebitu
23. 7. 2021.	index.hr	Američka ministrica: Mobilizirajte kapital za borbu protiv klimatskih promjena
22. 7. 2021.	index.hr	VIDEO Sibir gori, toksični dim stvara najgore zagađenje zraka u povijesti
21. 7. 2021.	index.hr	Direktor Hrvatskih voda: U Zagrebu se vrlo teško mogu spriječiti urbane poplave
20. 7. 2021.	index.hr	Predviđanje iz 1972. puno toga pogodilo. Čeka li nas onda 2040. globalna katastrofa?
19. 7. 2021.	index.hr	Hoće li poplave dovesti do toga da Merkel naslijedi prva zelena kancelarka?

19. 7. 2021.	index.hr	U Njemačkoj i Belgiji 200 mrtvih, u Nizozemskoj 0. Kako su se obranili od poplava?
19. 7. 2021.	index.hr	Greta Thunberg o poplavama u zapadnoj Europi: Ovo nije novo normalno
19. 7. 2021.	index.hr	Kalinić: Idem u realni sektor, vidjet ćemo hoću li tamo imati 30.000 kuna plaće
18. 7. 2021.	index.hr	Vremenski ekstremi stižu brže od očekivanja
18. 7. 2021.	index.hr	Dunja Mazzocco Drvar: Ovako ekstremnih nepogoda nikada do sada nije bilo
18. 7. 2021.	index.hr	Poplave u Njemačkoj uništile gradove, pruge i ceste: "Ovo je katastrofa stoljeća"
18. 7. 2021.	index.hr	Merkel: Moramo biti brži u borbi protiv klimatskih promjena
18. 7. 2021.	index.hr	Merkel posjetila najteže pogođene krajeve: Šokirana sam, ovo je nadrealno
17. 7. 2021.	index.hr	Danas je u Sjevernoj Irskoj izmjerena najviša temperatura ikad
17. 7. 2021.	index.hr	Najgore poplave u pola stoljeća: Broj mrtvih narastao na 168, traga se za stotinama
17. 7. 2021.	index.hr	Kako se Njemačkoj mogla dogoditi ovakva katastrofa?
16. 7. 2021.	index.hr	Katastrofa u Njemačkoj: Više od 100 mrtvih, 1300 nestalih, uništena sela, ceste...
15. 7. 2021.	index.hr	Pogledajte selo u Njemačkoj prije i poslije katastrofalne poplave
15. 7. 2021.	index.hr	VIDEO Katastrofalne poplave u Njemačkoj i Belgiji. 64 mrtvih, tenkovima čiste odrone
15. 7. 2021.	index.hr	Više od 10 tisuća vrsta biljaka i životinja u Amazonskoj prašumi prijeto izumiranje
15. 7. 2021.	index.hr	Najmanje 42 mrtvih u poplavama u Njemačkoj: "Ovakvu katastrofu još nismo doživjeli"
14. 7. 2021.	index.hr	Putin: Rusija i SAD imaju zajedničke interese u pogledu klimatskih promjena
14. 7. 2021.	index.hr	HDZ-ova eurozastupnica: Žene zbog manjih plaća zapravo rade mjesec dana besplatno
13. 7. 2021.	index.hr	Kalinić o plaći od 31.000 kuna: Nijedna lipa nije sporna, sve je po zakonu
13. 7. 2021.	index.hr	U američkoj Dolini smrti srušen povijesni temperaturni rekord: 54.4 Celzijeva stupnja
12. 7. 2021.	index.hr	Munja ubila 11 ljudi u Indiji dok su snimali selfieje
11. 7. 2021.	index.hr	VIDEO Požari divljaju zapadom SAD-a, ima mrtvih. Prijeto rekordan toplinski val
9. 7. 2021.	index.hr	U Zagrebu razina ozona više nije previsoka, upozorenja ukinuta
9. 7. 2021.	index.hr	I danas moguća visoka razina ozona u Zagrebu. Stručnjakinja: Nema razloga za paniku
8. 7. 2021.	index.hr	Božinović: Ogroman broj ljudi sad napušta Afganistan. Gdje će? U Europu
8. 7. 2021.	index.hr	U Zagrebu upozorenje zbog visoke razine ozona. To može biti opasno, evo zašto
8. 7. 2021.	index.hr	Europski parlament: Zaštita mora Antarktike ključna u borbi s klimatskim promjenama

8. 7. 2021.	index.hr	Rimac: Robotaxiji će 2024. voziti po Zagrebu. Dovući će stotine milijuna investicija
8. 7. 2021.	index.hr	UN-ova agencija: Glad u svijetu porasla za 40 posto zbog viših cijena hrane
7. 7. 2021.	index.hr	Lipanj rekordno vruć u Sjevernoj Americi, u Europi drugi najtopliji ikad
4. 7. 2021.	index.hr	Stotine mrtvih, uništen grad, 50°C. Klimatske promjene prže sjevernu polutku
3. 7. 2021.	index.hr	Pet članica Europske unije protivi se proglašenju nuklearne energije "zelenom"
3. 7. 2021.	index.hr	Potvrđena nova rekordna temperatura na Antarktici
2. 7. 2021.	index.hr	Selo u Kanadi tri dana je rušilo toplinski rekord. Četvrti je izgorjelo
1. 7. 2021.	index.hr	U selu u Kanadi izmjereno je skoro 50 stupnjeva. Izgleda da je to novo normalno
29. 12. 2021	24sata.hr	Leonardo DiCaprio objasnio o čemu se radi u Netflixovom hitu
14. 12. 2021.	24sata.hr	Znanstvenici upozoravaju na sve više smeća na Arktiku
11. 12. 2021.	24sata.hr	Biden čestitao Scholzu: Potvrdili su bliske veze Njemačke i SAD-a
10. 12. 2021.	24sata.hr	Ljudska prava, demokracija i vladavina prava pod pritiskom'
7. 12. 2021.	24sata.hr	Za 90 godina planet Zemlja će nam reći: 'Dosta!'. I sve će stati
18. 11. 2021	24sata.hr	Aktivistica Mia: 'Izostavljeni su glasovi onih najpogođenijih klimatskim promjenama'
16. 11. 2021.	24sata.hr	Sir David Attenborough, šaptač ranjenoj Zemlji: Posljednji poziv u pomoć planetu koji vrišti...
11. 11. 2021.	24sata.hr	Virtualni sastanak Bidena i Xija najvjerojatnije u ponedjeljak
8. 11. 2021.	24sata.hr	Obama u Glasgowu pozvao na akciju protiv klimatskih promjena i pohvalio mlade
8. 11. 2021.	24sata.hr	Joe Biden 'ispustio vjetar' pred Camillom, vojvotkinja ispričala detalje: 'Bilo je stvarno glasno'
6. 11. 2021.	24sata.hr	Tisuće prosvjednika okupilo se u blizini konferencije u Glasgowu
6. 11. 2021.	24sata.hr	Australci prosvjeduju protiv klimatske politike svoje zemlje
5. 11. 2021.	24sata.hr	Greta Thunberg: COP26 nije klimatska konferencija, to je globalna ekomanipulacija
3. 11. 2021.	24sata.hr	Uskoro stiže novih 60 MW sunčanih elektrana, a evo i u kojim gradovima
2. 11. 2021.	24sata.hr	Ciljna godina za prestanak korištenja ugljena je 2033.'
1. 11. 2021.	24sata.hr	Erdogan preskočio klimatski samit zbog spora oko sigurnosti
1. 11. 2021.	24sata.hr	UN objavio: Zadnjih sedam godina najtoplije su do sad
31.10. 2021.	24sata.hr	Amerika i EU riješili su spor zbog carina na čelik i aluminij
31. 10. 2021.	24sata.hr	Čelnici G20 se usuglasili oko izjave za klimatske promjene
31. 10. 2021.	24sata.hr	Papa Franjo: 'Zajedno trebamo djelovati protiv klimatskih promjena, korone i siromaštva'
30. 10. 2021.	24sata.hr	Putin i Jinping na G20 samitu pozvali čelnike da međusobno odobre cjepivo protiv korone

30. 10. 2021.	24sata.hr	Počeo samit G20 u Rimu: Čelnici svjetskih ekonomija razgovarat će o klimi i cjepivima za koronu
29. 10. 2021.	24sata.hr	Čelnik UN-a: Svijet ubrzava prema klimatskoj katastrofi
29. 10. 2021.	24sata.hr	Kongo će zabraniti izvoz trupaca kako bi zaštitili svoje prašume
28. 10. 2021.	24sata.hr	Za borbu protiv klimatskih promjena potrebno je pet bilijuna dolara godišnje
28. 10. 2021.	24sata.hr	Svjetski ekonomski lideri na summitu će razgovarati o klimi, covidu i ekonomskom oporavku
26. 10. 2021.	24sata.hr	U Aziji u 2020. evidentirana najtoplija godina u povijesti
26. 10. 2021.	24sata.hr	Australija za cilj ima postići ugljičnu neutralnost do 2050.
25. 10. 2021.	24sata.hr	Svijet je daleko od postizanja klimatskih ciljeva, raste razina emisija stakleničkih plinova'
21. 10. 2021.	24sata.hr	Žarište za klimatske promjene nalazi se na vrhu svijeta, Arktik dolazi u fokus Europske unije
19. 10. 2021.	24sata.hr	Nismo ugroženi od migranata, već od kršćana koji ne žive i ne ponašaju se kao kršćani'
16. 10. 2021.	24sata.hr	Greta Thunberg o nadolazećem COP26: 'Još jedna konferencija koja neće donijeti promjene'
15. 10. 2021.	24sata.hr	Elizabeta II svjetskim čelnicima: Manje pričajte, više djelujte!
11. 10. 2021.	24sata.hr	Klimatske promjene već utječu na 85% svjetskog stanovništva?
10. 10. 2021.	24sata.hr	Veliki prosvjed u Bruxellesu: Deseci tisuća okupljeni pod sloganom 'koalicija za klimu'
7. 10. 2021.	24sata.hr	Ovogodišnji rujan jedan je od najtoplijih od početka mjerenja
29. 9. 2021.	24sata.hr	VIDEO "Bla, bla, bla"... Greta Thunberg izrugivala svjetske vođe zbog klimatske krize
26. 9. 2021.	24sata.hr	Publiku u New Yorku oduševile J.Lo, Lizzo i Billie Eilish, Meghan i princ Harry pričali o cijepljenju
24. 9. 2021.	24sata.hr	Prvi put u pandemiji: Protesti protiv klimatskih promjena
23. 9. 2021.	24sata.hr	Klimatske promjene su je toliko uzrujale da se skinula: 'Žene me osuđuju, muškarcima je to OK'
22. 9. 2021.	24sata.hr	Ćorić: Podržavamo plan da Europa do 2050. postane prvi klimatski neutralan kontinent
21. 9. 2021.	24sata.hr	Milanovićev govor u UN-u: Ovo su teška vremena. Pandemija je za ovu generaciju povijesni ispit
21. 9. 2021.	24sata.hr	Biden: Pokušat ćemo povećati pomoć za zemlje u razvoju i udvostručiti uplate za klimu
21. 9. 2021.	24sata.hr	Zbog šumskog požara blizu Atene evakuirali stanovnike
19. 9. 2021.	24sata.hr	Iako pandemija ne jenjava, u New York stižu svjetski čelnici
18. 9. 2021.	24sata.hr	Biden pozvao svjetske čelnike da se pridruže SAD-u i EU u borbi za klimatske promjene
16. 9. 2021.	24sata.hr	Odgajajmo ekološki osviještene generacije: Recikliranje otpada od nužne je važnosti za život
	24sata.hr	Istraživanje: Mladi su zabrinuti zbog klimatskih promjena
15. 9. 2021.	24sata.hr	EU će siromašnim zemljama dati više novca u borbi za spas klime

14. 9. 2021.	24sata.hr	Analiza: Broj ekstremno vrućih dana u svijetu se udvostručio
	24sata.hr	Biden u Kaliforniji poziva ljude da glasuju protiv referenduma
	24sata.hr	Joe Biden je razgovarao s Xijem
7. 9. 2021.	24sata.hr	Biden nakon katastrofe u New Yorku poziva na brzu akciju protiv klimatskih promjena
7. 9. 2021.	24sata.hr	Tri kršćanska lidera poslala apel: 'Poslušajte Zemljin vapaj'
7. 9. 2021.	24sata.hr	Paklene vrućine: Ovo ljeto bilo je najtoplije u povijesti Europe
5. 9. 2021.	24sata.hr	25 čuda prirode koja trebate posjetiti - dok još nisu nestala
5. 9. 2021.	24sata.hr	Na trgu bana Jelačića bila je akcija '#ZaZeleniSvakiDan'
2. 9. 2021.	24sata.hr	Zbog klimatskih promjena pet puta više prirodnih katastrofa u posljednjih pola stoljeća
1. 9. 2021.	24sata.hr	Može li masovna sadnja drveća usporiti klimatske promjene?
20. 8. 2021.	24sata.hr	Pretjerani izlov, kao i klimatske promjene, ugrozili populaciju bakalara u zapadnom Baltiku
20. 8. 2021.	24sata.hr	Milijardi djece prijeti ekstremna opasnost od klimatske krize
12. 8. 2021.	24sata.hr	AccuWeather objavio prognozu za jesen - evo što čeka Hrvatsku
11. 8. 2021.	24sata.hr	NASA izradila novu kartu koja pokazuje kako će rasti razina mora i u mjestu gdje vi živite
11. 8. 2021.	24sata.hr	Što klimatski crveni alarm znači za budućnost Hrvatske: 'Živjelo bi se kao u sjevernoj Rusiji'
9. 8. 2021.	24sata.hr	Klimatolog Güttler: 'Zadnjih 30 godina temperatura jasno raste'
9. 8. 2021.	24sata.hr	Greta Thunberg: Za borbu oko klimatskih promjena potreban je golemi pritisak javnosti
9. 8. 2021.	24sata.hr	Odbor za klimu UN-a: Po pitanju globalnog zagrijavanja blizu smo scenariju bez povratka...
9. 8. 2021.	24sata.hr	Davno su nas upozorili: Ako se ovako nastavi, život u 2050. neće biti moguć ni u Hrvatskoj
7. 8. 2021.	24sata.hr	Pakao u Rusiji: Gori više od 250 šumskih požara, uništeno preko 1,3 milijuna hektara zemlje
6. 8. 2021.	24sata.hr	Planet plače! Toplinski valovi, oluje i ekstremne temperature će postati još više intenzivni...
5. 8. 2021.	24sata.hr	Nova studija: Slabe struje u Atlantskom oceanu signaliziraju velike vremenske promjene
5. 8. 2021.	24sata.hr	Požari u Kaliforniji: Naređena evakuacija 2 tisuće ljudi
30. 7. 2021.	24sata.hr	Zbog klimatskih promjena povećava se razmjer ekstremnih vremenskih nepravilnosti
24. 7. 2021.	24sata.hr	Ministri G20 nisu se na summitu dogovorili o ciljevima u provedbi Pariškog sporazuma
24. 7. 2021.	24sata.hr	U ledenjaku na Tibetu otkrili viruse stare 15 tisuća godina
23. 7. 2021.	24sata.hr	Američka ministrica financija Svjetskoj banci: 'Osigurajte više kapitala za klimatske promjene'
22. 7. 2021.	24sata.hr	Ekstremni vremenski uvjeti razaraju gradove diljem svijeta: U Kini poplave, u Sibiru požari
19. 7. 2021.	24sata.hr	Vlasti zanemaruju prilagodbu klimatskim promjenama'

18. 7. 2021.	24sata.hr	Jesu li katastrofalne poplave posljedica klimatskih promjena? 'Mi ljudi smo promijenili uvjete'
17. 7. 2021.	24sata.hr	Razina mora raste, a NASA sad predviđa i ekstremne poplave zbog redovitog lunarnog ciklusa
17. 7. 2021.	24sata.hr	Munje iznad Arktika zapanjile stručnjake: 'Nismo vidjeli ovo'
10. 7. 2021.	24sata.hr	Europska unija oprašta se od benzinaca i dizelaša: Svi ćemo voziti električne automobile
7. 7. 2021.	24sata.hr	A1 ulaže 16,2 milijuna kuna u 120 solarnih elektrana kako bi smanjili svoj utjecaj na klimu
7. 7. 2021.	24sata.hr	Rekordi padali iz dana u dan: U Sj. Americi najtopliji lipanj ikad
5. 7. 2021.	24sata.hr	Bioekonomija: Koncept koji obećava i tehnološke i društvene promjene
4. 7. 2021.	24sata.hr	Zagrijavanje atmosfere ugrožit će i Hrvatsku: Pola stupnja više i dio će se pretvoriti u pustinju
4. 7. 2021.	24sata.hr	Rekordne vrućine prže sjevernu hemisferu: U Kanadi izgorio grad, temperature prelaze 50°C
4. 7. 2021.	24sata.hr	Gori veliki požar na Cipru, poginulo četvero ljudi
4. 7. 2021.	24sata.hr	Ekstremne temperature su posljedica klimatskih promjena, bit će još intenzivnije i češće'
3. 7. 2021.	24sata.hr	Antarktika bilježi najveće zagrijavanje na planetu
5. 12. 2021.	jutarnji.hr	Do 28. siječnja 2022. prijave projekata za proizvodnju geotermalne energije
9. 11. 2021.	jutarnji.hr	Noina arka u kojoj istodobno možete vidjeti 151 000 izložaka odgovor je na klimatske promjene
25. 10. 2021.	jutarnji.hr	Za projekte proizvodnje geotermalne energije na raspolaganju gotovo pet milijuna eura, poziv se očekuje
7. 9. 2021.	jutarnji.hr	Kršćanski vođe uoči Konferencije UN-a uputili snažan apel: 'Poslušajte vapaj zemlje i siromašnih'
10. 8. 2021.	jutarnji.hr	Što nas u UN-ovom izvještaju doista treba zabrinuti, a što je pretjerivanje: Gdje je nestala 'klimatska prekretnica'?
16. 12. 2021.	jutarnji.hr	Stanje voda rijeke Jadro je loše zbog urbanizacije, a klimatske promjene će povećati rizike
30. 10. 2021.	jutarnji.hr	WWF o klimatskom summitu u Glasgowu: Sva obećanja moraju biti ispunjena
2. 12. 2021.	jutarnji.hr	Suša na Madagaskaru, koja je izgladnila državu, nije posljedica globalnog zagrijavanja
10. 11. 2021.	jutarnji.hr	Amerikanci i Kinezi iznenadili svijet dogovorom nakon kojega summit u Glasgowu možda ipak neće biti debakl
11. 11. 2021.	jutarnji.hr	Klimatske promjene utječu na 85 posto ljudi na svijetu. Što je sa životinjama?
16. 12. 2021.	jutarnji.hr	New York ulaže 20 milijardi dolara u obranu od poplava: 'Da, gradimo zid, ali to je tek početak'
8. 12. 2021.	jutarnji.hr	Papa Franjo osudio 'kamena srca' onih koji su podigli zidove i koje ne dira patnja migranata

23. 12. 2021.	jutarnji.hr	U Puli predstavljena aplikacija proširene stvarnosti 'CLIME - klimatske priče iz davnina'
16. 9. 2021.	jutarnji.hr	Različita stajališta: koga najviše, a koga najmanje brinu klimatske promjene?
2. 11. 2021.	jutarnji.hr	U hrvatska kina, s venecijanske Mostre dolazi hvaljeni dokumentarac o Greti Thunberg
30. 10. 2021.	jutarnji.hr	Nestanak struje u Kini najavio slom klimatskog summita i prije početka? Razloga ima još...
1. 8. 2021.	jutarnji.hr	Istaknuti hrvatski klimatolog o tome što nas očekuje: 'Želite kupiti kuću? Imam jedan savjet'
17. 11. 2021.	jutarnji.hr	'Hrvatska je jedna od europskih država koju će klimatske promjene ekonomski najviše oštetiti. Evo kako to ublažiti...
9. 8. 2021.	jutarnji.hr	Znanstvenici objavili rezultate velikog istraživanja o klimi: 'Ovo je crveni alarm za čovječanstvo'
11. 8. 2021.	jutarnji.hr	Znanstvenici predviđaju: Sredozemlju prijeti katastrofa, temperatura će porasti 20 posto više od prosjeka
12. 7. 2021.	jutarnji.hr	Gospodarstvo iz EU povuklo 55% novca, za klimatske promjene i upravljanje katastrofama isplaćeno manje od 25%
9. 8. 2021.	jutarnji.hr	Što bi sve klimatske promjene mogle izazvati u RH: Nekih je pojava dosad bilo samo u Australiji
15. 7. 2021.	jutarnji.hr	Zbog uništavanja amazonske prašume moglo bi izumrijeti više od 10 tisuća biljaka i životinja
13. 8. 2021.	jutarnji.hr	Procurio dokument IPCC-a: klimatske promjene su klasno pitanje. Siromašni nisu krivi za zagađenja
22. 10. 2021.	jutarnji.hr	Nova studija Lanceta pokazala da klimatske promjene ugrožavaju dvije milijarde ljudi
23. 8. 2021.	jutarnji.hr	Klimatske promjene uzrokovale su i porast razine alkohola u crnom vinu
30. 10. 2021.	jutarnji.hr	Urođenički narodi na summitu za klimatske promjene traže da se zaštiti 80 posto Amazonije
8. 11. 2021.	jutarnji.hr	Komodo zmajevi su postali ugrožena vrsta! Klimatske promjene će dovesti do njihova nestanka?
8. 11. 2021.	jutarnji.hr	'Trošak zelene tranzicije ne smije pasti isključivo na leđa malih i srednjih poduzetnika'
23. 9. 2021.	jutarnji.hr	Suše, oluje, poplave i ekstremne vrućine uzrokovale su najveći gubitak ljudskih života u 50 godina
1. 11. 2021.	jutarnji.hr	Naš ulog u bitki za spas klime: Hrvatska zatvara Plomin! Obustavlja se proizvodnja struje na ugljen
4. 11. 2021.	jutarnji.hr	Bill Gates i glavne europske institucije sklopili klimatsko partnerstvo vrijedno stotine milijuna eura
24. 9. 2021.	jutarnji.hr	Mladi aktivisti diljem svijeta prosvjeduju protiv klimatskih promjena: 'Želimo više djelovanja'
21. 11. 2021.	jutarnji.hr	COP27 sljedeće godine u Egiptu: 'Glavno je pitanje hoćemo li smjeti protestirati?'



8. 10. 2021.	jutarnji.hr	Negatorima klimatskih promjena Google i YouTube onemogućit će monetiziranje sadržaja
18. 7. 2021.	jutarnji.hr	Poznata meteorologinja: 'Sada smo na pragu šestog masovnog istrebljenja na Zemlji'
11. 10. 2021.	jutarnji.hr	'Klimatske promjene godišnje uzrokuju smrt 7 milijuna ljudi. To se može zaustaviti'
8. 12. 2021.	jutarnji.hr	Građani kroz Peer Parliaments mogu raspravljati o klimatskim promjenama i ponuditi rješenja
4. 11. 2021.	jutarnji.hr	"Ovako osmišljene mjere za usporavanje klimatskih promjena ponajprije će naštetiti siromašnim zajednicama"
10. 11. 2021.	jutarnji.hr	Boris Johnson poziva na veća obećanja u borbi protiv klimatskih promjena
18. 7. 2021.	jutarnji.hr	Znanstvenici oprezni u ocjeni da su ludo vrijeme u Europi izazvale klimatske promjene: 'Atmosfera je poput spužve...'
6. 9. 2021.	jutarnji.hr	Studija reosiguravatelja: Klimatske promjene donijet će prirodne katastrofe i ogromne štete
24. 11. 2021.	jutarnji.hr	Klimatske promjene uništile obiteljski život inače monogamnih albatrosa: 'Sve više se rastaju'
29. 10. 2021.	jutarnji.hr	Klimatske promjene i dalje prijete, toplinski valovi u budućnosti će biti češći i pogubniji
17. 9. 2021.	jutarnji.hr	Otvoreni pozivi iz programa 'Energija i klimatske promjene'. Prijave traju do kraja studenog
7. 9. 2021.	jutarnji.hr	UN odbacio zahtjev za odgodom konferencije COP26: 'Klimatske promjene su hitan svjetski problem'
17. 7. 2021.	jutarnji.hr	'Toliki broj mrtvih u poplavama je monumentalni podbačaj sustava. A bilo je upozorenja...'
1. 11. 2021.	jutarnji.hr	Bogat raspored hrvatskog premijera u Glasgowu: Susreo se s nizom najutjecajnijih svjetskih državnika
20. 8. 2021.	jutarnji.hr	Klimatske promjene: na vrhu Grenlanda prvi puta umjesto snijega pala kiša
22. 12. 2021.	jutarnji.hr	Klimatske promjene pokreću nove migracije s Bliskoga istoka: 'Ovo je scenarij katastrofe'
8. 12. 2021.	jutarnji.hr	Talijanski i hrvatski stručnjaci utvrdili mjere prilagodbe na klimatske promjene na pet područja
12. 7. 2021.	jutarnji.hr	Gospodarstvo iz EU povuklo 55% novca, za klimatske promjene i upravljanje katastrofama isplaćeno manje od 25%
14. 7. 2021.	jutarnji.hr	U NASA-i najavili kolebanja u Mjesečevoj orbiti koja bi, tvrde, mogla izazvati nezapamćene plimne valove
24. 11. 2021.	jutarnji.hr	Povjerenik Europske komisije: 'Skup u Glasgowu nije spriječio klimatske promjene, ali je napredak'
9. 8. 2021.	jutarnji.hr	Svi detalji alarmantnog izvješća: Bit će 10 puta više poplava i požara, stižu ekstremne plime
26. 12. 2021.	jutarnji.hr	Na tri poziva iz programa 'Energija i klimatske promjene' pristiglo 85 projektnih prijedloga

17. 11. 2021.	jutarnji.hr	‘Hrvatska je jedna od europskih država koju će klimatske promjene ekonomski najviše oštetiti. Evo kako to ublažiti... ‘
23. 12. 2021.	jutarnji.hr	Belgijska vlada će zatvoriti sve nuklearne elektrane u zemlji do 2025. godine
15. 12. 2021.	jutarnji.hr	Novi njemački kancelar u prvom govoru u Bundestagu zaprijetio antivakserima: Spremni smo na obranu!
6. 12. 2021.	jutarnji.hr	Znanstvenici otkrili čemu služi ogromni monolit na otoku Tasmaniji, objašnjenje je prilično zlokobno: ‘To je alat... ‘
2. 12. 2021.	jutarnji.hr	‘Moja vizija za 2050.: privatni automobili samo uz posebne dozvole. Isto vrijedi i za meso ‘
27 .11. 2021.	jutarnji.hr	Indija se guši u smogu, na Arktiku rastu tenzije, u nekim zemljama uskoro slijede ratovi za pitku vodu?
17 .11. 2021.	jutarnji.hr	Dio Kanade pomela ‘atmosferska rijeka’: ‘Ovo se viđa jednom u 100 godina, izgledalo je kao tsunami ‘
17. 11 .2021.	jutarnji.hr	Kako se pandemija smiruje u dijelovima svijeta, teoretičari zavjere našli su novu metu: ‘Sve je to dio veće mreže ‘
15. 11. 2021.	jutarnji.hr	Papa primio Milanovića: Objavljeno o čemu su razgovarali i što mu je predsjednik darovao
14. 11. 2021.	jutarnji.hr	Što je zapravo dogovoreno u Glasgowu, a što nije: Ovo je pet postignuća i pet negativnih posljedica klimatskog summita
13. 11. 2021.	jutarnji.hr	‘Ovo je trenutak istine za naš planet; zajedno ćemo ili uspjeti ili propasti ‘
13. 11. 2021.	jutarnji.hr	Kina i Saudijska Arabija blokiraju formulacije protiv fosilnih goriva u klimatskom sporazumu
12. 11. 2021.	jutarnji.hr	Boris Johnson pozvao države sudionice da pokažu hrabrost, a aktivisti marširali gradom
12. 11. 2021.	jutarnji.hr	Ispovijest prvih ‘klimatskih izbjeglica’: ‘Osudili su nas na propast, cijene kuća su preko noći potonule ‘
11. 11. 2021.	jutarnji.hr	Dva najveća proizvođača štetnih plinova dogovorila suradnju: ‘Njihov zaokret kasni, ali ovo je dobra vijest ‘
8. 11. 2021.	jutarnji.hr	Barack Obama u Glasgowu: ‘Budite ljutiti, budite nezadovoljni, budite kao Greta ‘
8. 11. 2021.	jutarnji.hr	Život 2050. godine: manje ćemo jesti meso, koristiti solare, ali grijanje na drva neće nestati... ‘
8. 11. 2021.	jutarnji.hr	Hrvatske šume: ‘Imamo sadnica pa možemo, uz 9 milijuna koliko posadimo godišnje, posaditi još jedan ‘
7. 11. 2021.	jutarnji.hr	Potruga za klimatskom pravdom: je li konačno došlo vrijeme da se izravnavaju računi?
6. 11. 2021.	jutarnji.hr	Tisuće prosvjednika u blizini konferencije COP26: ‘Političari više govore nego što djeluju ‘
5. 11. 2021.	jutarnji.hr	‘Ako ne sada, onda kada?’: Tisuće mladih izašli na ulice, imaju snažnu poruku za vladajuće
5. 11. 2021.	jutarnji.hr	‘Najbogatiji ljudi u svijetu pljačkaju planet i stavljaju nas u sve veću opasnost ‘

4. 11. 2021.	jutarnji.hr	COP26: Najveći proizvođači nisu podržali ukidanje ugljena kao energenta
4. 11. 2021.	jutarnji.hr	Znate li koliko se Zagreb zagrijao u zadnjih 160 godina i tko je 'najzeleniji dečko Hollywooda'?
11. 8. 2021.	jutarnji.hr	Klimatske promjene prijete Hrvatskoj: Najgore bi mogla proći obala, pogotovo tri grada...