

Globālas, vēl ne lokālas: klimata pārmaiņu portretējums medijos un uztvere Latvijas sabiedrībā

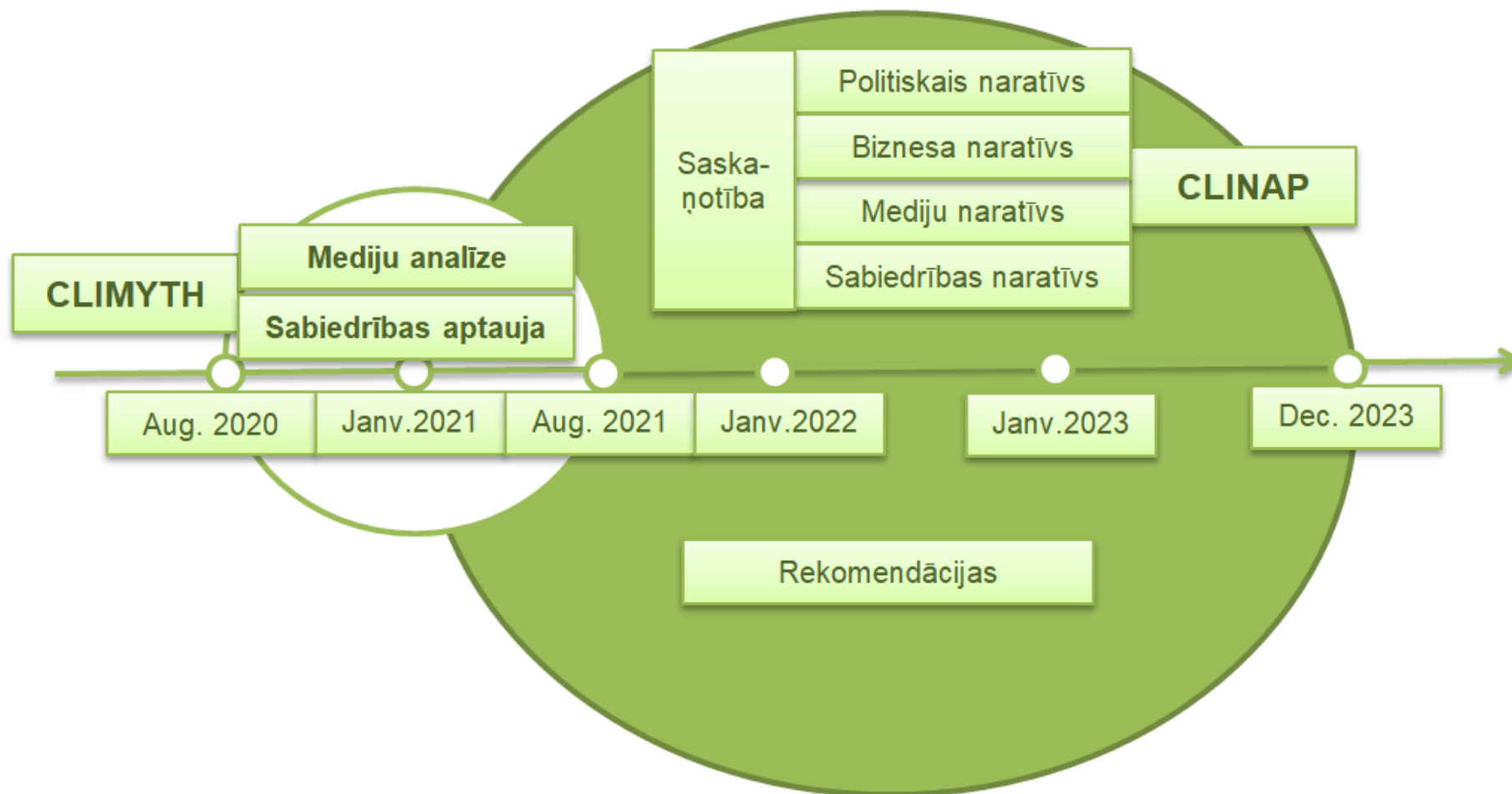
Vineta Kleinberga

Rīgas Stradiņa universitātes Eiropas studiju fakultātes pētniece

RSU Zinātnieku brokastis, 2021.gada 8.septembris

Pētījuma mērķis

Klimata pārmaiņu naratīvs Latvijā un tā saskaņotība dažādos līmeņos



CLIMYTH: Klimata pārmaiņu naratīvs Latvijā: “zelta iespēju” pilsoniskajai sabiedrībai, ekonomikai un ārpolitikai meklējot (RSU grants, RSU/PP/2020-05)

CLINAP: No vienaldzības līdz pārmaiņām klimata politikā: politiskā naratīva un sabiedrības uztveres mijiedarbības uzlabošana Latvijā (Latvijas Zinātnes padome, Izp-2020/1-0047)

CLIMYTH pētījuma jautājumi

Kā Latvijas mediji atspoguļo klimata pārmaiņas?

Kuri mediji ziņo par klimata pārmaiņām?

Cik centrālas ir klimata pārmaiņas mediju atspoguļojumā?

Kāds ir konteksts? Kāds ir tematiskais rāmējums?

Kā klimata pārmaiņas uztver Latvijas sabiedrība?

Cik akūta ir klimata pārmaiņu problēma?

Ko iedzīvotāji dara/ būtu gatavi darīt, lai pielāgotos klimata pārmaiņām?

Kas motivētu iesaistīties klimata pārmaiņu mazināšanā?

Kādi ir uzticamākie informācijas avoti par klimata pārmaiņām?

Teorētiskais ietvars: Stratēģiskā naratīva teorija (Miskimmon et al. 2003) (1)

- Stratēģiskie naratīvi ir politisko aktoru “līdzekļi, lai **konstruētu vienotu izpratni par pagātņi, tagadni un nākotni** starptautiskajās attiecībās ar mērķi mainīt iekšpolitisko un starptautisko aktoru uzvedību”. Aktori konstruē stratēģiskos naratīvus, lai “mainītu diskursīvo vidi, kurā tie darbojas” ar mērķi “**ietekmēt citu aktoru uzvedību**” savu stratēģisko mērķu labā.
- Taču “politiskie aktori nevar izveidot jebkuru naratīvu jebkurā laikā”, jo naratīva veidošanu un tālāku izplatīšanu ietekmē “iekšpolitiskais un starptautiskais politiskais konteksts, komunikācijas vide un politiskās elites mērķi”.
- Tādējādi stratēģiskie naratīvi ir nozīmīgi varas attiecībās, taču to ietekme nav atkarīga no viena aktora: **naratīvus apstrīd un apšaubā citi aktori**, kuriem ir paši savi informācijas kanāli, izglītība un zināšanas, vērtību sistēmas, un kuri darbojas specifiskos ekonomiskos, sociālos un kultūrvēsturiskos apstākļos.

Teorētiskais ietvars: **Stratēģiskā naratīva teorija (Miskimmon et al. 2003) (2)**

Stratēģiskā naratīva dzīvotspēja un ietekme ir lielāka tad, ja pastāv **saskaņotība starp visiem naratīva dzīves cikla posmiem:**

- naratīva **veidošanu** politiskajā un politiku veidošanas līmenī;
- naratīva **projicēšanu** mediju ekoloģijā;
- naratīva **uztveri** sabiedrībā (gan valsts iekšienē, gan ārpus valsts)
(Miskimmon et al. 2003, 7; Chaban et al. 2017).

Metodoloģija (1)

1) kvalitatīva kontentanalīze

- pētīti **Latvijas drukātie, audiovizuālie un elektroniskie plašsaziņas līdzekļi latviešu un krievu valodās laika posmā no 2020.gada 1.augusta līdz 2021.gada 31.janvārim**
- pēc atslēgas vārdiem **atlasīti 3753 raksti un audio/video sižeti**. Atslēgas vārdi: klimata pārmaiņas, globālā sasilšana un vide (t.i. dabas/vides aizsardzība, vides saglabāšana, vides piesārņojums, vides katastrofas, klimata pārmaiņu ietekme uz vidi)
- veikta detalizēta analīze datu kopai, kas sastāv no **1100 rakstiem un audio/video sižetiem** no sekojošiem Latvijas medijiem (latviešu un krievu valodas versijas):

Ziņu aģentūras: LETA, BNN

Tiešsaistes mediji: delfi.lv, tvnet.lv, lsm.lv, kasjauns.lv, apollo.lv, bb.lv

Nacionālie laikraksti: Latvijas Avīze (t.sk. la.lv)

Televīzija: LTV1, TV3

Radio: LVR1, LVR2, LVR4

Metodoloģija (2)

2) nacionāli reprezentatīva socioloģiska aptauja

Aptauju veica pētījumu centrs SKDS pēc RSU pasūtījuma **laika posmā no 15.05.2021. līdz 26.05.2021.**

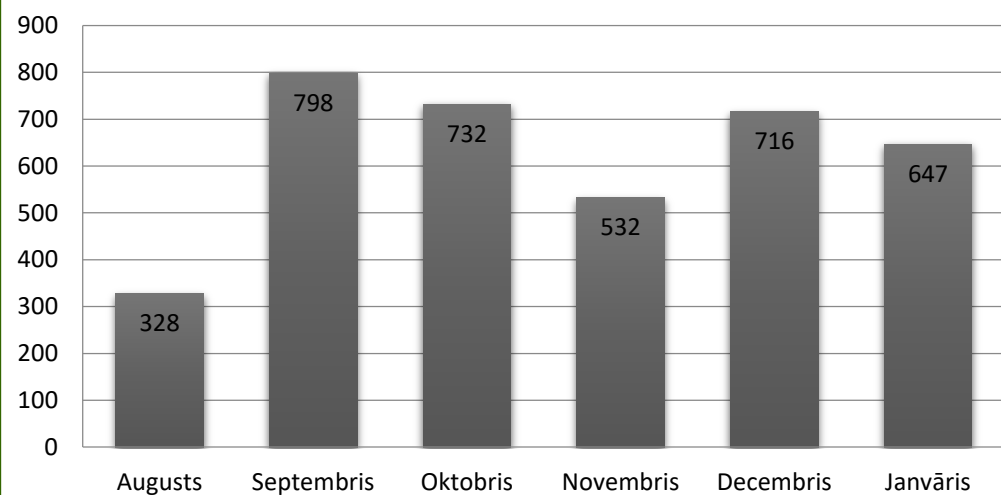
ĢENERĀLAIS KOPUMS	Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 75 gadiem
PLĀNOTĀS IZLASES APJOMS	1000 respondenti (ģenerālajam kopumam reprezentatīva izlase)
SASNIEGTĀS IZLASES APJOMS	1009 respondenti
IZLASES METODE	Stratificētā nejaušā izlase
STRATIFIKĀCIJAS PAZĪMES	Administratīvi teritoriālā
APTAUJAS VEIKŠANAS METODE	Tiešās intervijas respondentu dzīvesvietās
ĢEOGRĀFISKAIS PĀRKLĀJUMS	Visi Latvijas reģioni (123 izlases punkti)

Dati svērti atbilstoši LR Iekšlietu ministrijas Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes iedzīvotāju reģistra datiem uz 25.01.2021.

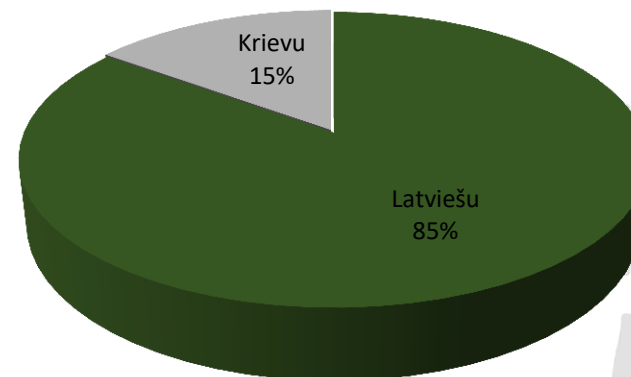
Rezultāti: mediju analīze (1)

- Publicētas vidēji 20 vienības dienā. Latviešu valodā ~6 reizes vairāk kā krievu valodā

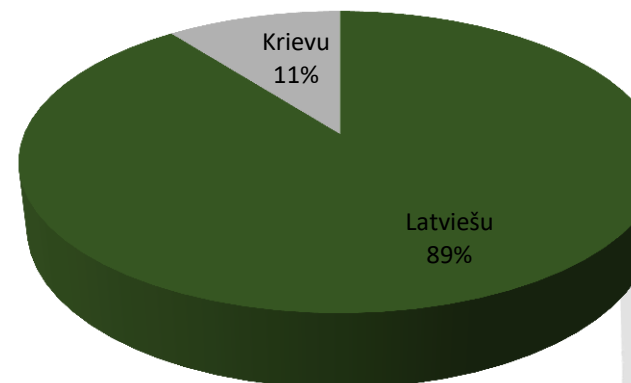
Vienību skaits (pa mēnešiem)



Izmantotā valoda (% , pēc publicitātes)



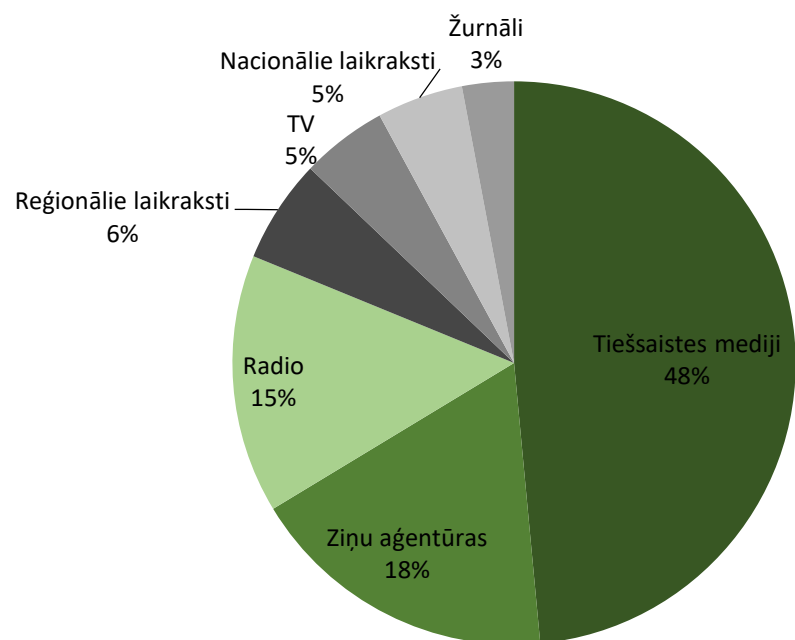
Izmantotā valoda (% , pēc sasniegtās auditorijas)



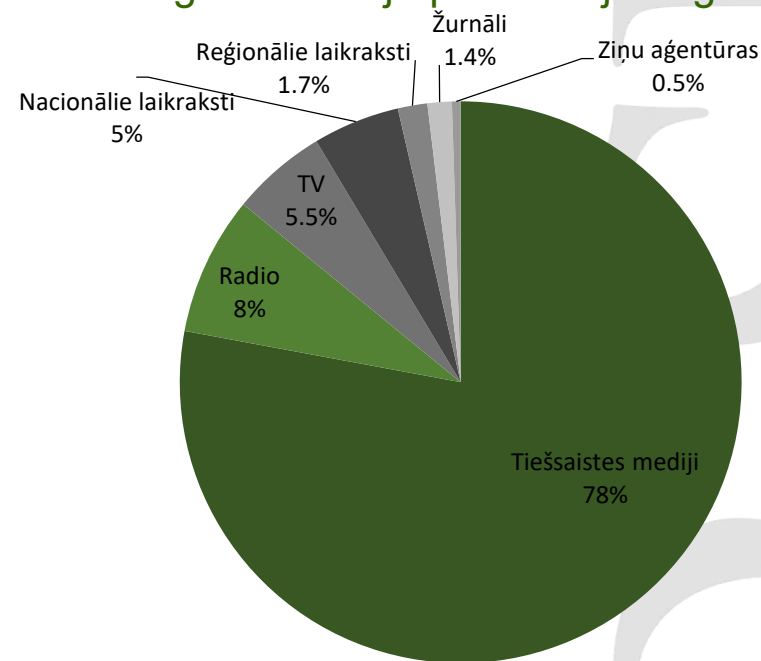
Rezultāti: mediju analīze (2)

- Pusi vienību publicē tiešsaistes mediji, gandrīz piekto daļu – ziņu aģentūras. Tiešsaistes mediju publicētās vienības sasniedz gandrīz 80% auditorijas.

Publicitāte pēc mediju segmenta (%)



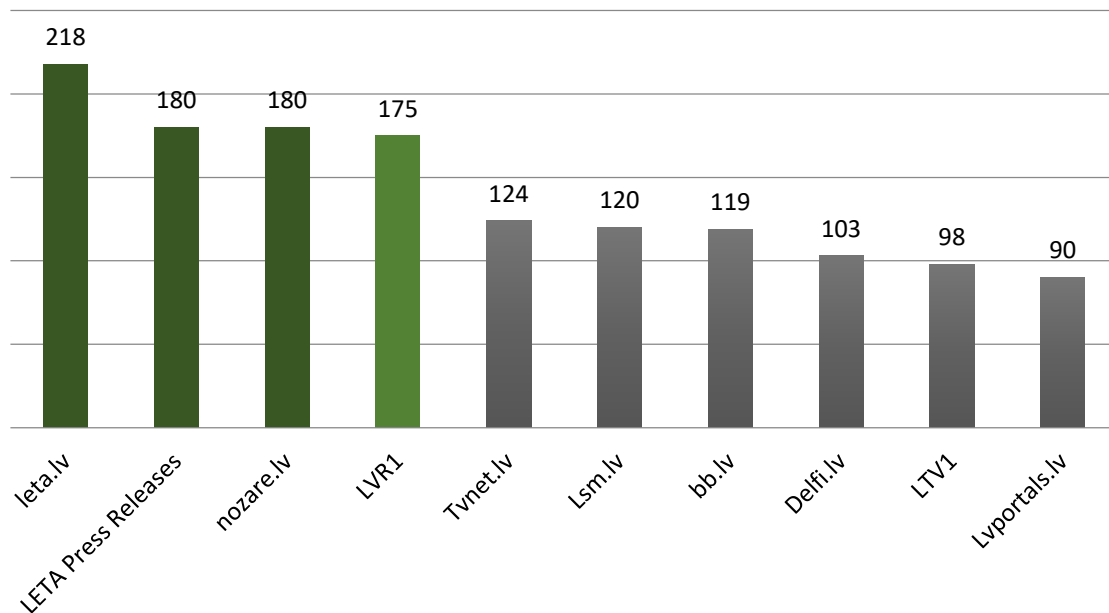
Sasniegtā auditorija pēc mediju segmenta (%)



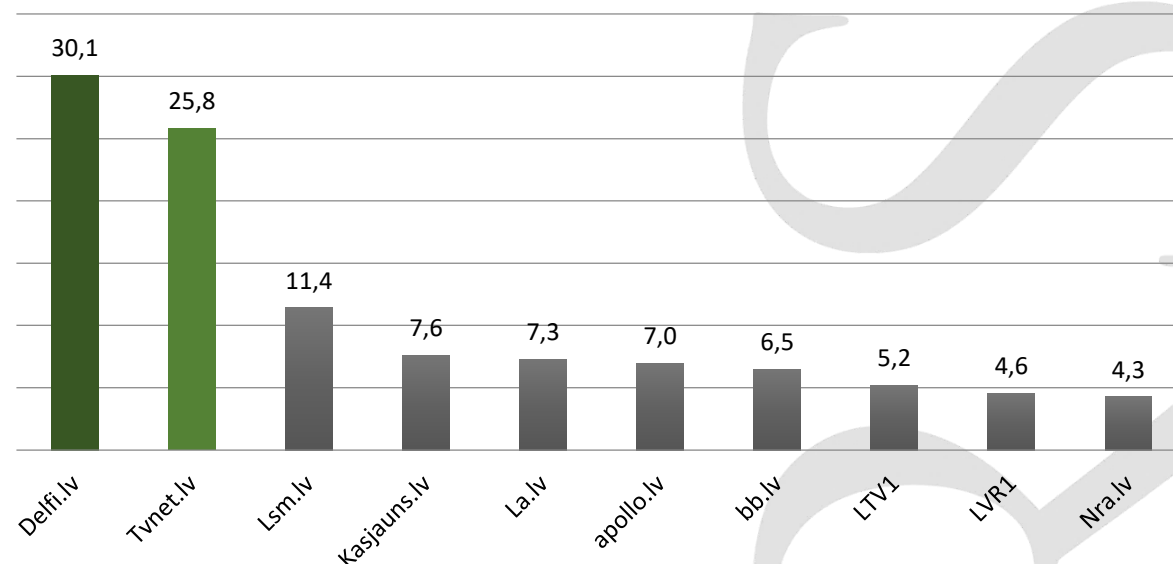
Rezultāti: mediju analīze (3)

- Visvairāk vienību publicē ziņu aģentūra LETA, kam seko Latvijas Radio 1 (LVR1). Lielāko auditoriju sasniedz Delfi un Tvnet. Baltijas Balss (bb.lv) publicē lielāko vienību skaitu un sasniedz lielāko auditoriju krievu valodā.

TOP10 mediji pēc publicitātes (vienību skaits)



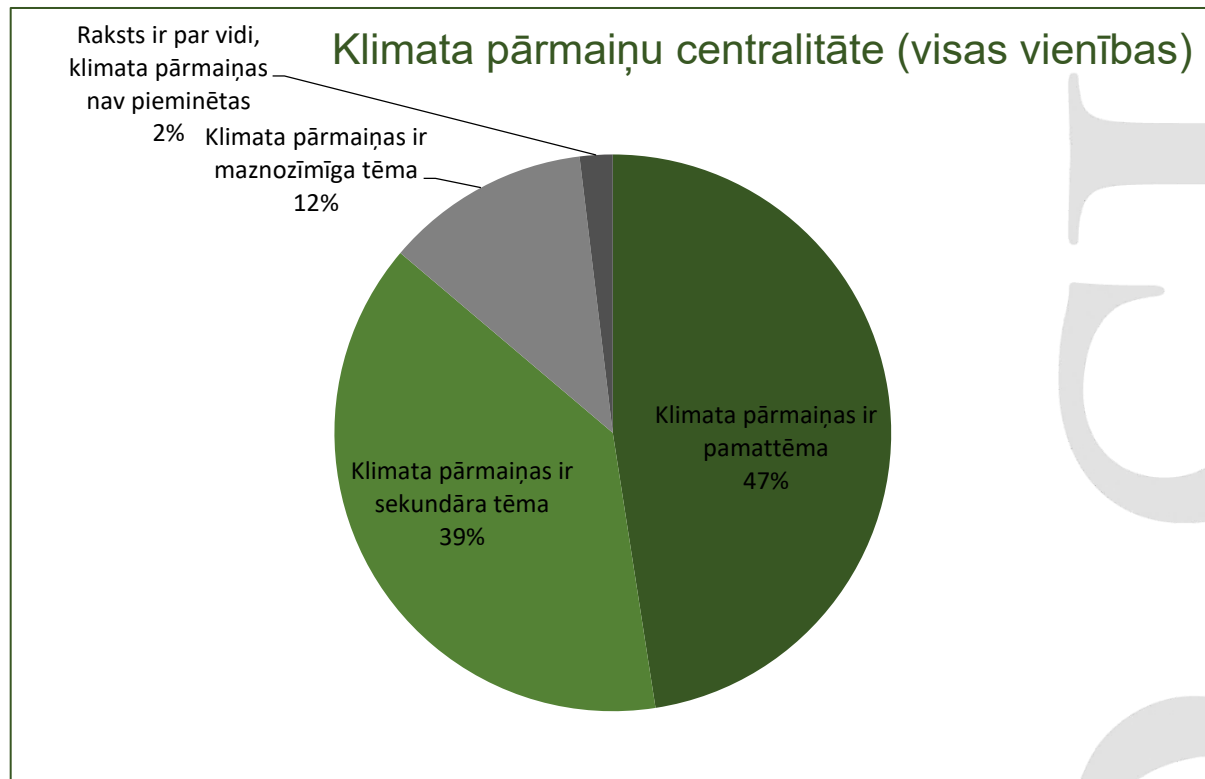
TOP10 mediji pēc sasniegtās auditorijas (miljoni kontaktu)



Rezultāti: mediju analīze (4)

- Klimata pārmaiņas ir pamattēma gandrīz pusē no atlasītās datu kopas vienībām; 39% gadījumu klimata pārmaiņas ir sekundāra tēma
- Taču novērojams augsts rakstu reproducēšanas īpatsvars: tikai puse no visām vienībām (512) ir unikāli raksti vai sižeti*

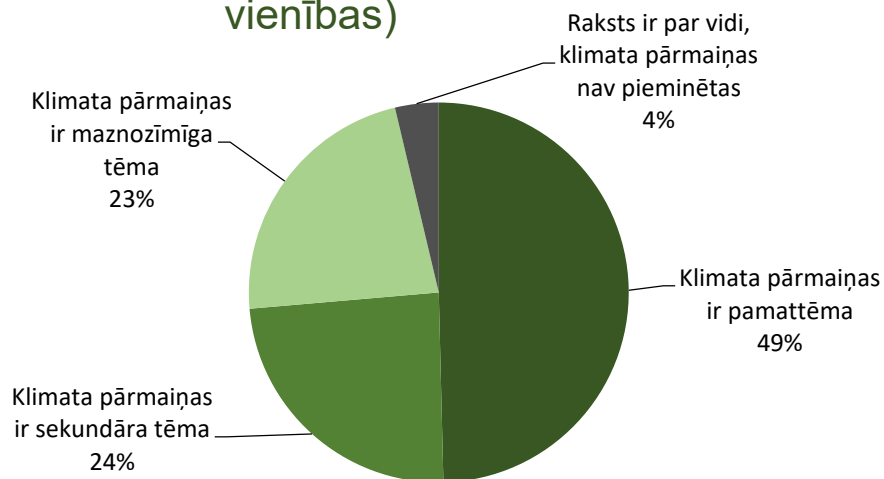
* - turpmāk analizēta unikālo vienību datu kopa



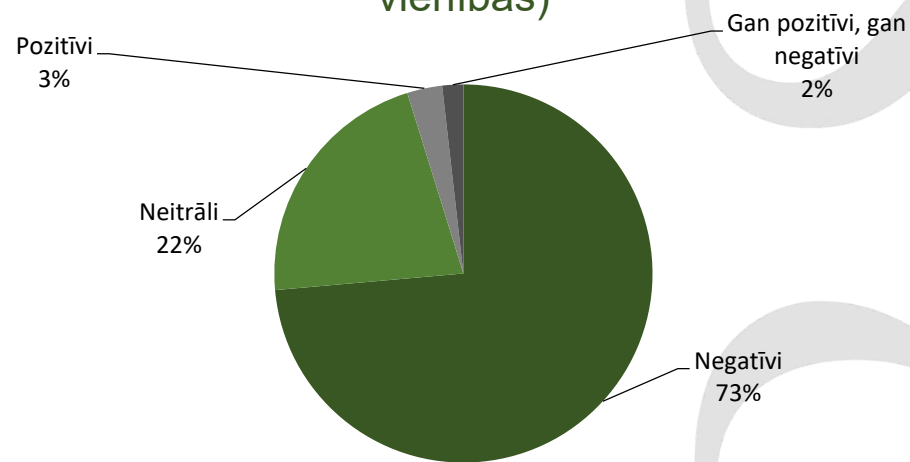
Rezultāti: mediju analīze (5)

- Unikālo vienību datu kopā klimata pārmaiņas ir pamattēma pusē vienību, sekundāra tēma – ceturtajā daļā vienību
- Lielākajā daļā vienību (73%) klimata pārmaiņas tiek vērtētas negatīvi, 22% gadījumu tās tiek atspoguļotas neitrāli
- Vienību saturs ir aprakstošs (89%), tikai 11% gadījumu tiek piedāvāts risinājums atspoguļotajai problēmai

Klimata pārmaiņu centralitāte (unikālās vienības)



Klimata pārmaiņu vērtējums (unikālās vienības)

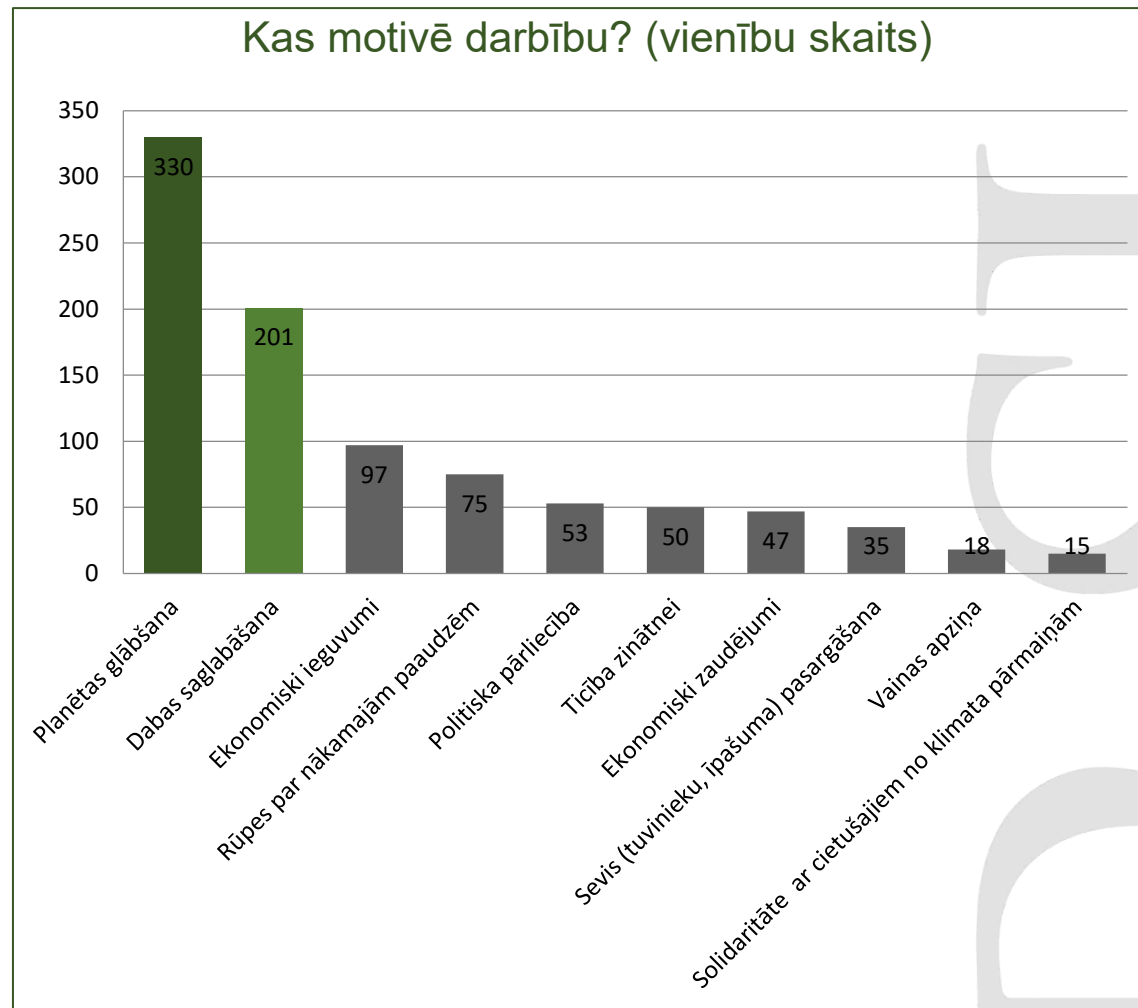


Rezultāti: mediju analīze (4)

- Klimata pārmaiņu rāmējumā dominē trīs tēmas: **ietekme uz vidi** un vides aizsardzība; **ekonomikas iespējas**; un **starptautiskie centieni** mazināt klimata pārmaiņas.
- Klimata pārmaiņas pārsvarā tiek aplūkotas **globālu notikumu un norišu kontekstā** (klimata katastrofas, biodaudzveidības samazināšanās, starptautiski klimata pārmaiņu mazināšanas mērķi un vienošanās, u.tml.)
- **Latvija** ir aktors ~trešdaļā vienību, un lielākoties **tiek vērtēta neitrāli**. Bieži Latvijas aktivitātes tiek aplūkotas saistībā ar **Eiropas Savienību**
- Atziņa, ka klimata pārmaiņas ir reālas un notiek (**atzīšanas naratīvs**) ir dominējoša un caurvij lielāko daļu vienību. Mazāk populāri ir naratīvi, ka:
 - Klimata pārmaiņas ir iespēja Latvijas ekonomikai (pragmatiskais naratīvs)
 - Latvija ir aktīvs klimata pārmaiņu mazināšanas aizstāvis (sabiedrotā naratīvs)
 - Mēs izglābsim pasauli (misionāra naratīvs)
 - Pasaule aizies bojā (apokaliptiskais naratīvs)

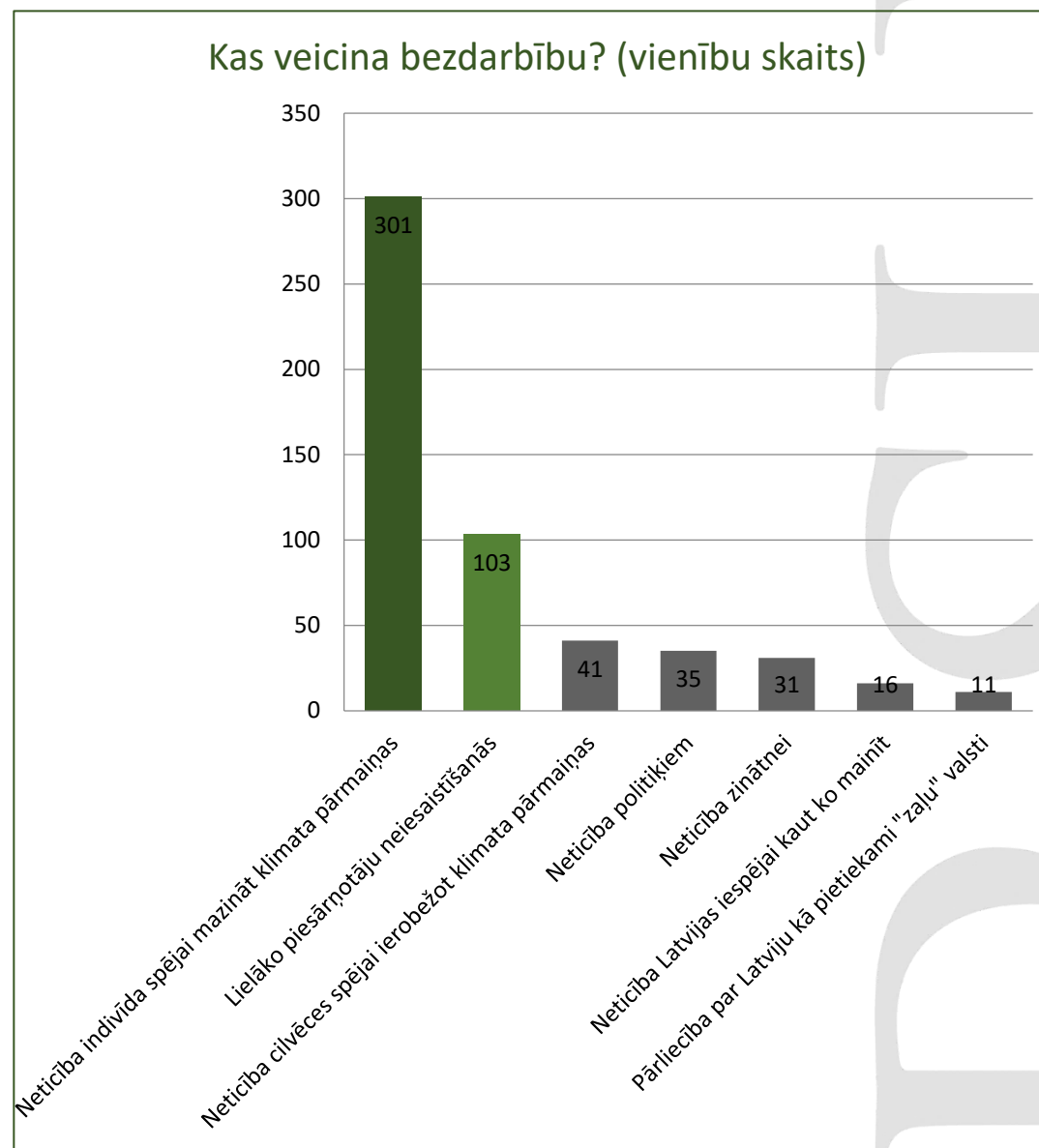
Rezultāti: mediju analīze (5)

- Kā motivējošs faktors aktīvai rīcībai cīņā ar klimata pārmaiņām visbiežāk tiek minēta planētas glābšana un dabas saglabāšana
- Retāk kā motivējoši faktori tiek atspoguļoti ekonomiski ieguvumi, rūpes par nākamajām paaudzēm, potenciāli ekonomiski zaudējumi vai sevis (tuvinieku, īpašuma) pasargāšana
- Zinātne vai politiska pārliecība kā motivējoši faktori arī parādās salīdzinoši reti



Rezultāti: mediju analīze (6)

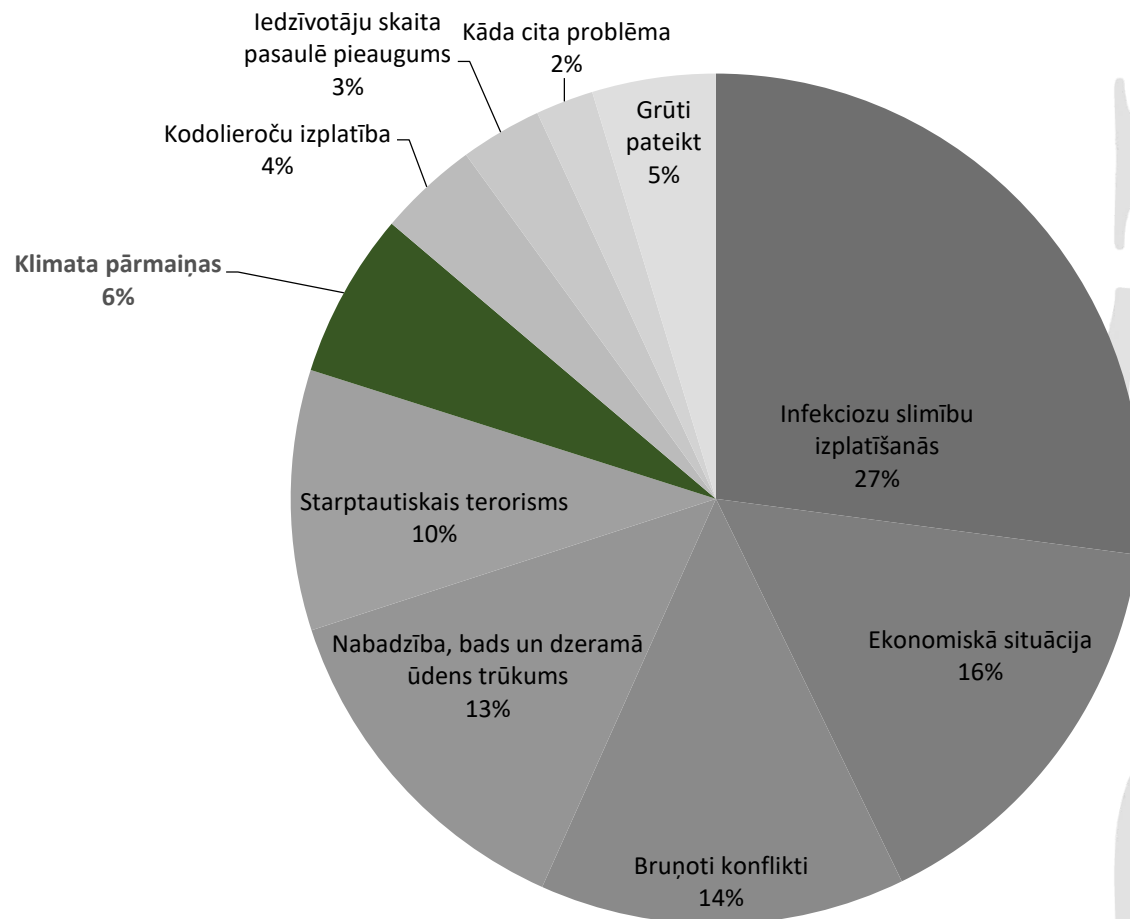
- Kā būtiskākais faktors, kas veicina bezdarbību klimata pārmaiņu mazināšanā, mediju atspoguļojumā iezīmējas neticība indivīda spējai mazināt klimata pārmaiņas
- Tam seko lielāko piesārņotāju neiesaistīšanās
- Salīdzinoši retāk kā bezdarbību veicinoši faktori parādās neticība politiķiem, neticība zinātnei, neticība Latvijas iespējai kaut ko mainīt vai pārliecība par Latviju kā pietiekami «zaļu» valsti



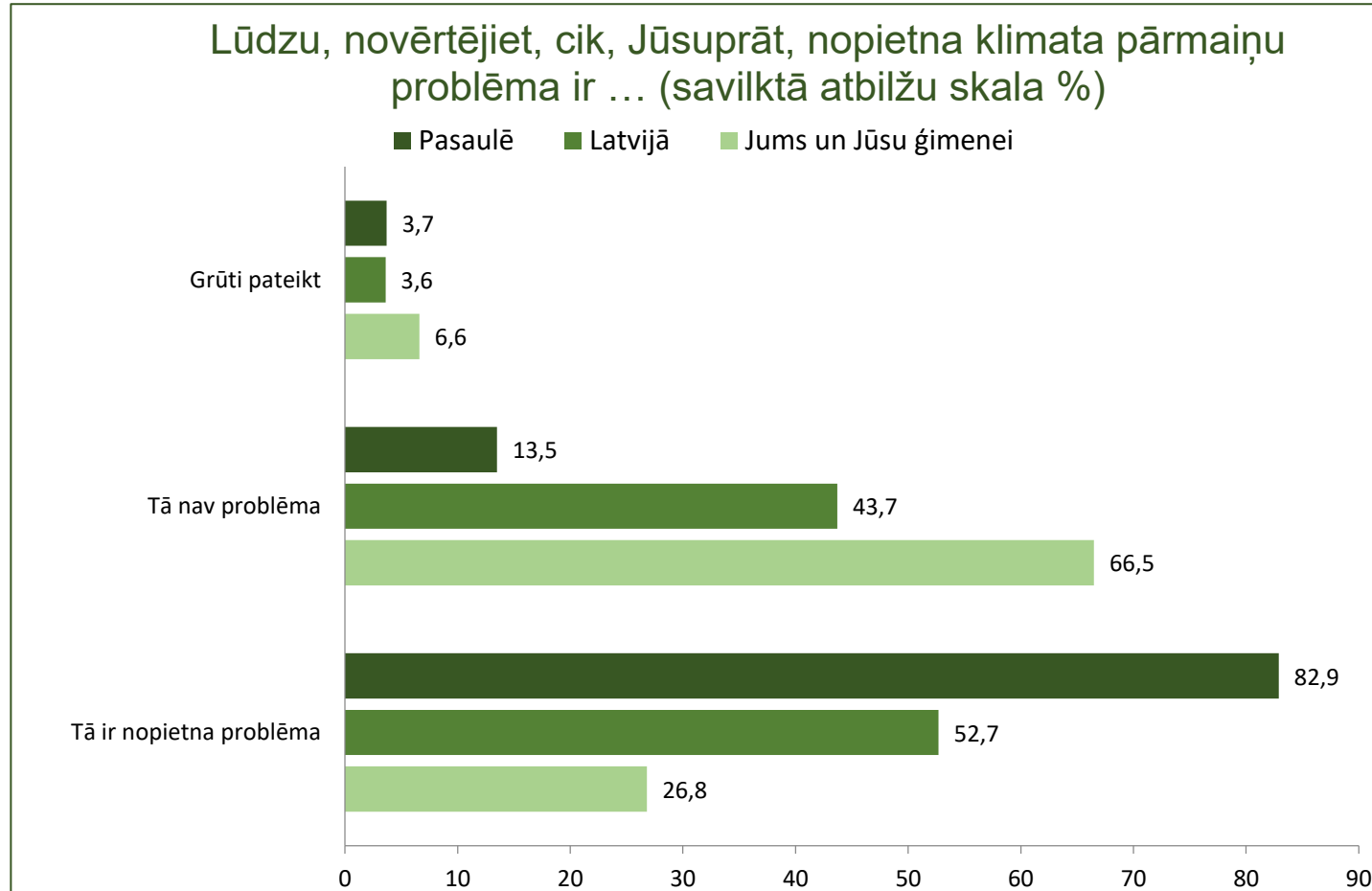
Rezultāti: sabiedrības aptauja (1)

- Klimata pārmaiņas par visnopietnāko problēmu pasaulē uzskata 6% Latvijas iedzīvotāju
- Nav būtisku atšķirību starp vīriešiem un sievietēm, starp vecuma grupām
- Vairāk klimata pārmaiņas kā problēmu redz iedzīvotāji ar vidēji augstiem un augstiem ienākumiem, publiskajā sektorā strādājošie
- Mazāk – iedzīvotāji ar vidējiem un vidēji zemiem ienākumiem, ar pamatzglītību, nestrādājošie, laukos dzīvojošie, ģimenē krieviski runājošie

Kuru no šīm uzskatāt par pašreiz visnopietnāko problēmu pasaulē?



Rezultāti: sabiedrības aptauja (2)

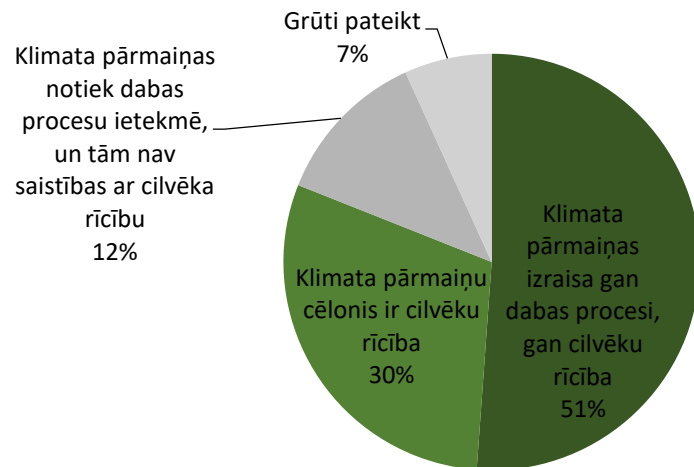


- 83% respondentu uzskata klimata pārmaiņas par nopietnu problēmu pasaulē; 53% respondentu – par nopietnu problēmu Latvijā, 27% respondentu – par nopietnu problēmu sev un savai ģimenei
- Visos līmeņos sievietes klimata pārmaiņas par nopietnu problēmu uzskata vairāk nekā vīrieši
- Visos līmeņos respondenti ar pamatizglītību klimata pārmaiņas par nopietnu problēmu uzskata mazāk nekā vidēji
- Latvijā klimata pārmaiņas par nopietnu problēmu vairāk nekā vidēji uzskata respondenti vecuma grupās no 45-54 un 64-75 gadiem; ar vidēji augstiem ienākumiem; Zemgalē dzīvojošie
- Sev un savai ģimenei klimata pārmaiņas par nopietnu problēmu vairāk nekā vidēji uzskata respondenti vecuma grupās no 25-34, 45-54 un 64-75 gadiem; ar zemiem ienākumiem; Zemgalē un Latgalē dzīvojošie

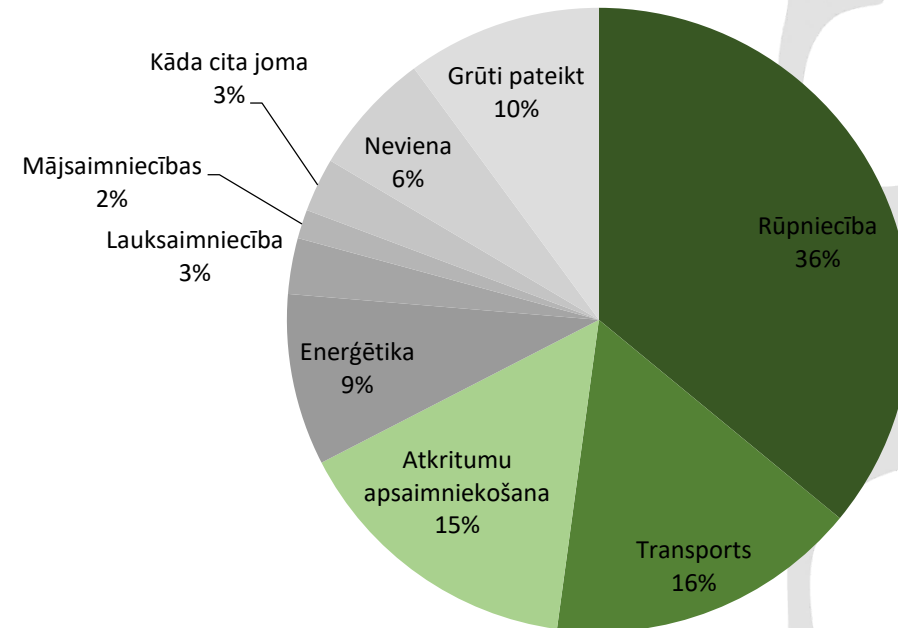
Rezultāti: sabiedrības aptauja (3)

- Puse respondentu uzskata, ka klimata pārmaiņu cēlonis ir gan dabas procesi, gan cilvēku rīcība, gandrīz trešdaļa – ka tikai cilvēku rīcība
- Respondentu izpratnē lielāko ietekmi uz klimatu rada rūpniecība (36%), transports (16%) un atkritumu apsaimniekošana (15%). Lauksaimniecības ietekmi atzīmē 3% respondentu.

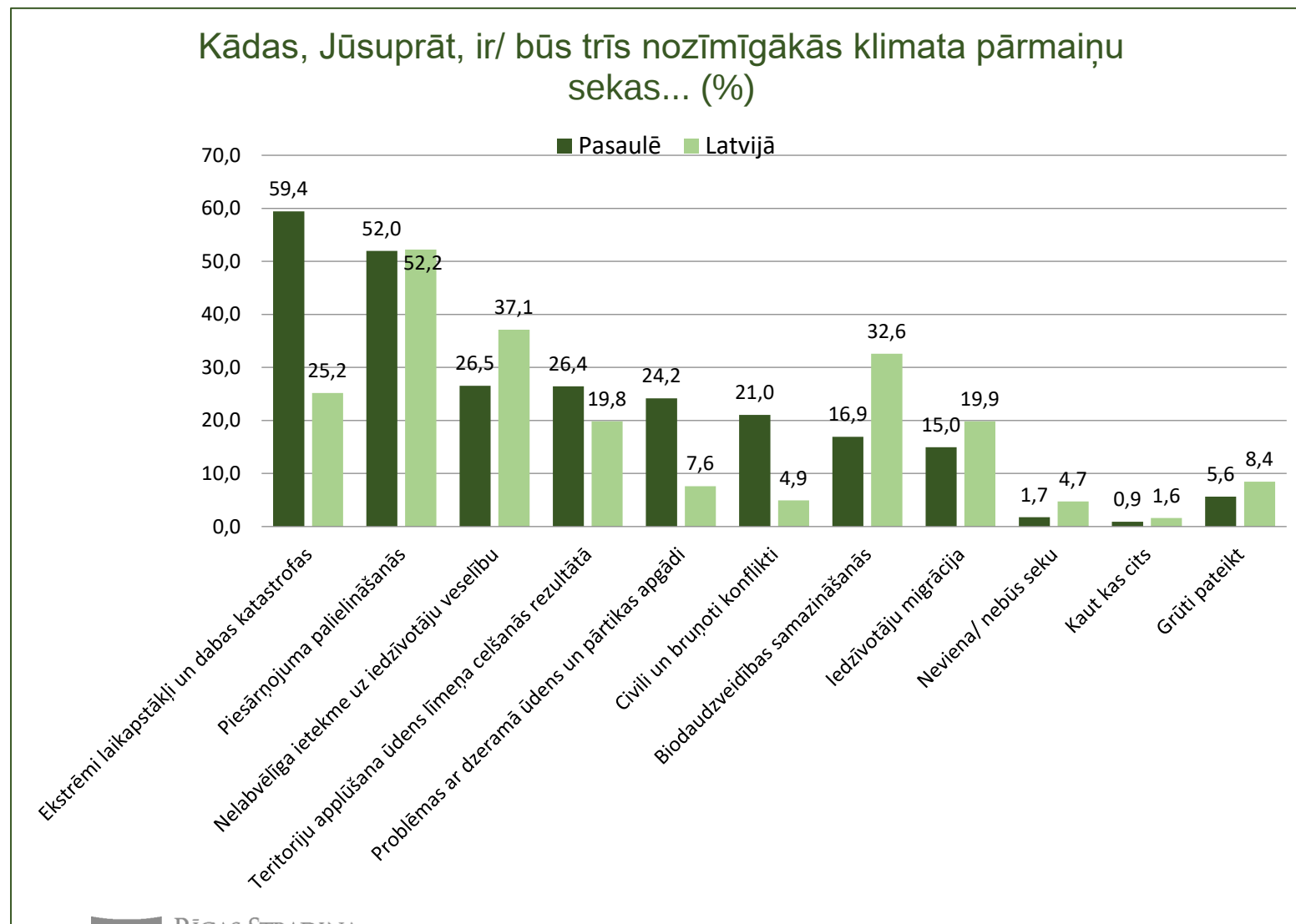
Kas, Jūsaprāt, ir pašreizējo klimata pārmaiņu cēlonis?



Kura joma, Jūsaprāt, rada vislielāko ietekmi uz klimatu?



Rezultāti: sabiedrības aptauja (4)

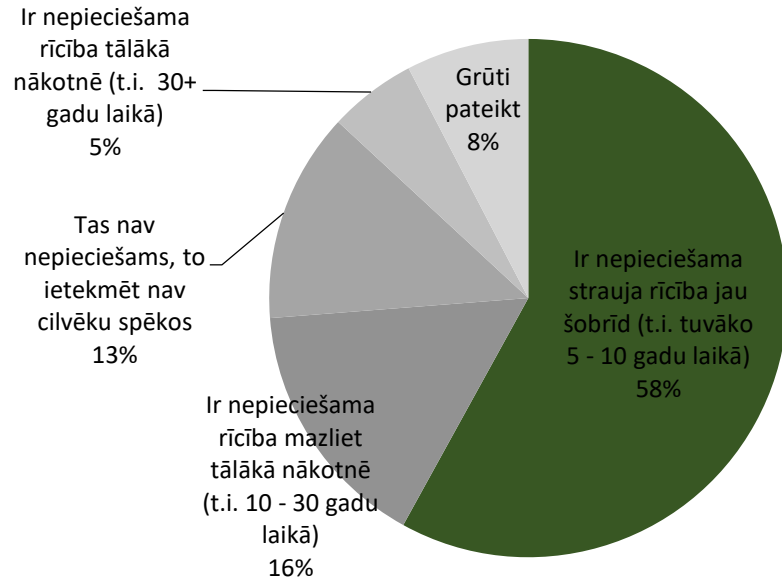


- Respondentu izpratnē nozīmīgākās klimata pārmaiņu sekas pasaulē būs ekstrēmi laikapstākļi un dabas katastrofas (60%) un piesārņojuma palielināšanās (52%)
- Nozīmīgākās klimata pārmaiņu sekas Latvijā būs piesārņojuma palielināšanās (52%), nelabvēlīga ietekme uz iedzīvotāju veselību (37%) un biodaudzveidības samazināšanās (33%)

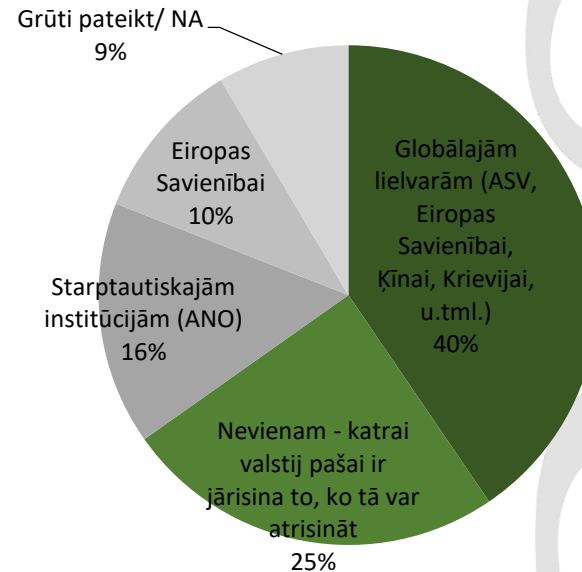
Rezultāti: sabiedrības aptauja (5)

- 58% respondentu uzskata, ka klimata pārmaiņu ietekmes mazināšanai nepieciešama strauja rīcība jau šobrīd (tuvāko 5-10 gadu laikā)
- 40% respondentu norāda, ka vadošajām klimata pārmaiņu problēmu risināšanā ir jābūt globālajām lielvarām (ASV, Eiropas Savienībai, Ķīnai, u.tml.), ceturtdaļa – ka katrai valstij pašai ir jārisina to, ko tā var atrisināt

Cik ātri, Jūsaprāt, ir nepieciešams rīkoties klimata pārmaiņu ietekmes mazināšanai?



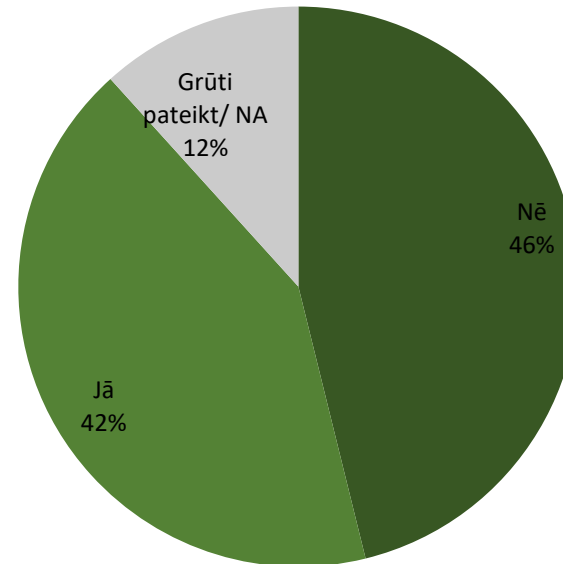
Kuram, Jūsaprāt, būtu jābūt vadošajām klimata pārmaiņu problēmu risināšanā, t.i. jārāda piemērs, līderība?



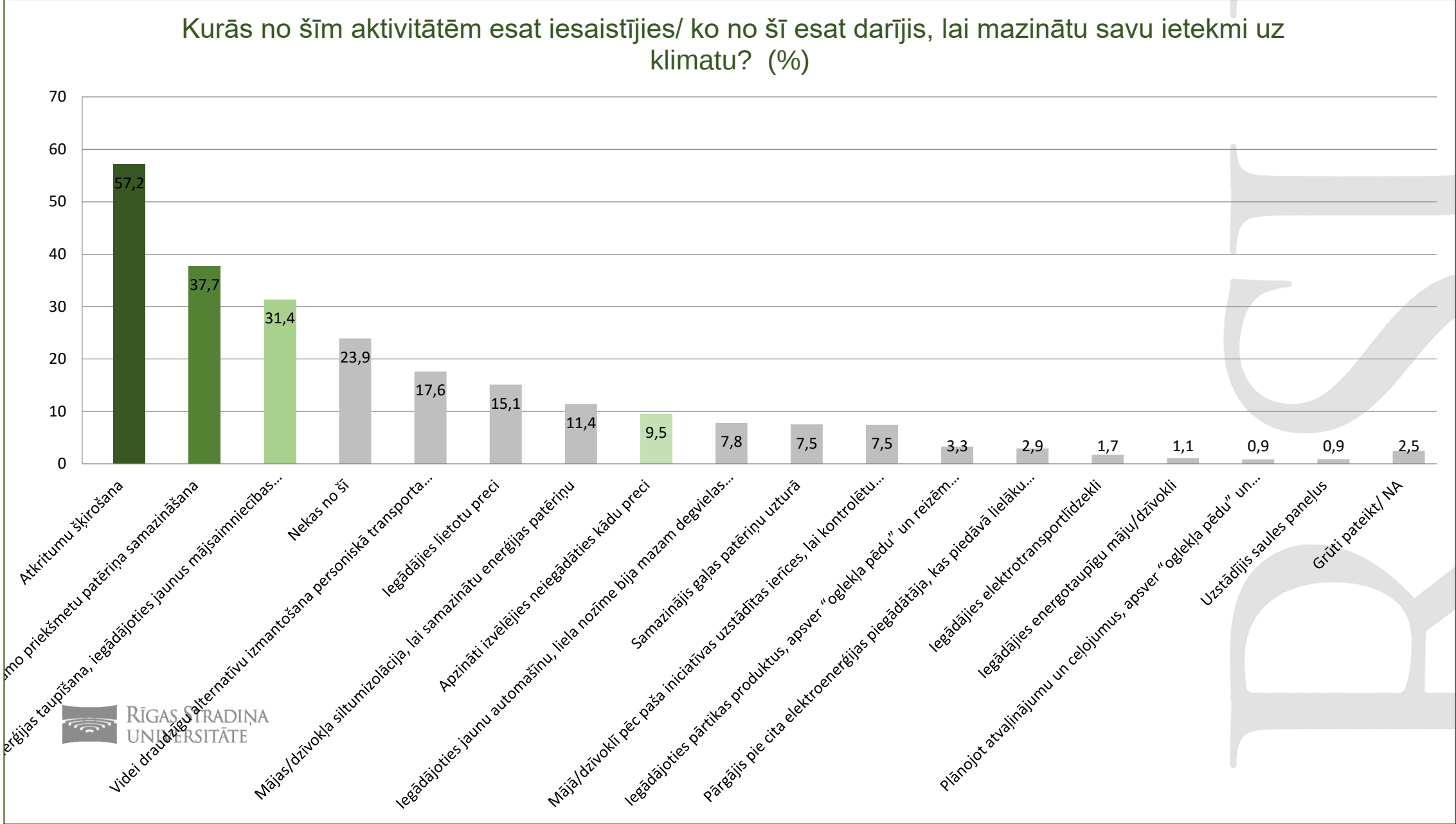
Rezultāti: sabiedrības aptauja (6)

- 42% respondentu pēdējo sešu mēnešu laikā ir veikuši aktivitātes, lai mazinātu klimata pārmaiņas, bet 46% - nav
- Populārākās aktivitātes: atkritumu šķirošana (57%), vienreiz lietojamo priekšmetu patēriņa samazināšana (38%), enerģijas taupīšana, iegādājoties jaunus mājsaimecības priekšmetus (31%)
- 10% respondentu ir apzināti izvēlējušies neiegādāties kādu preci

Vai Jūs personīgi pēdējo sešu mēnešu laikā esat veikuši aktivitātes, lai mazinātu klimata pārmaiņas?



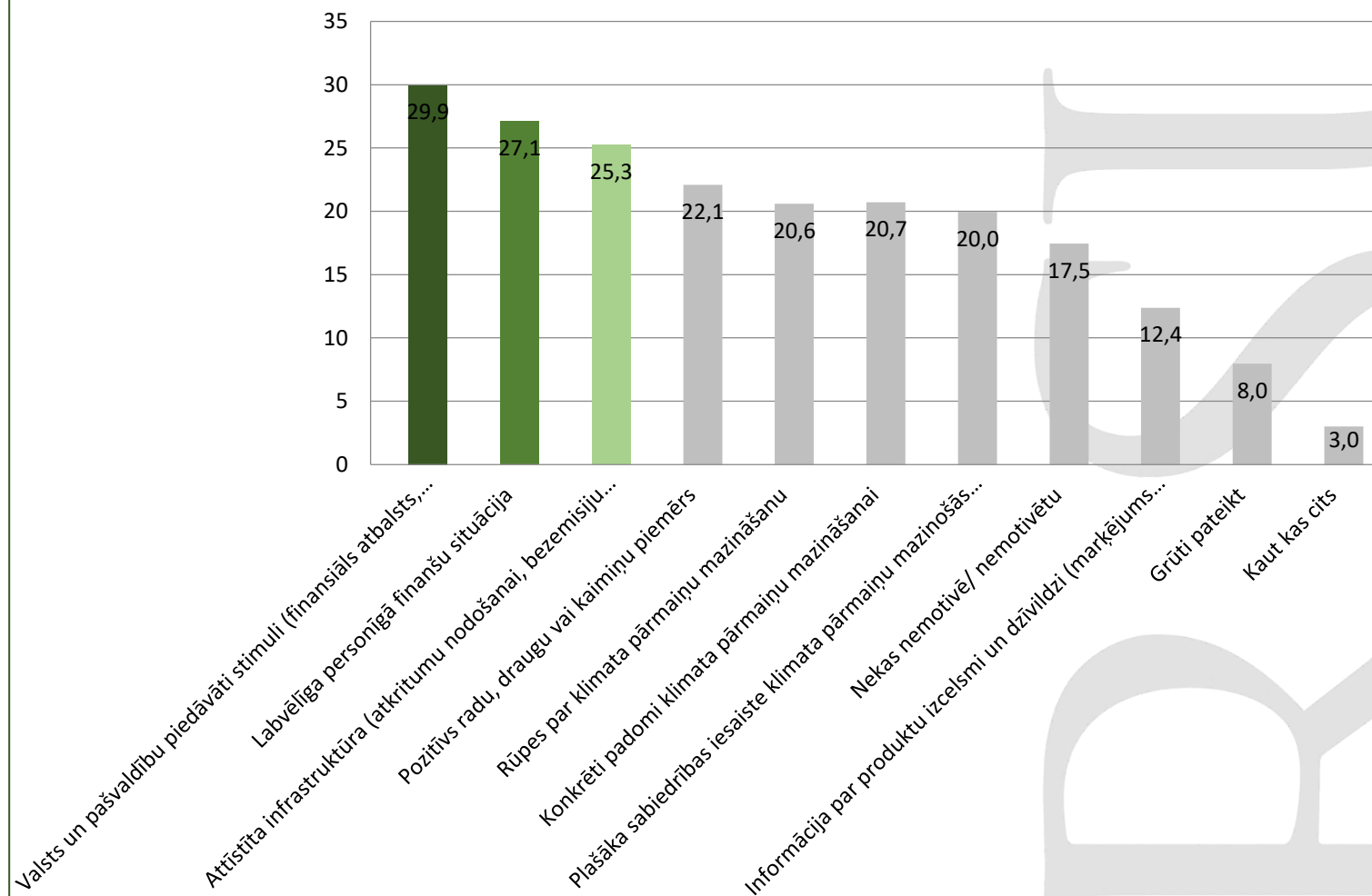
Rezultāti: sabiedrības aptauja (7)



Rezultāti: sabiedrības aptauja (8)

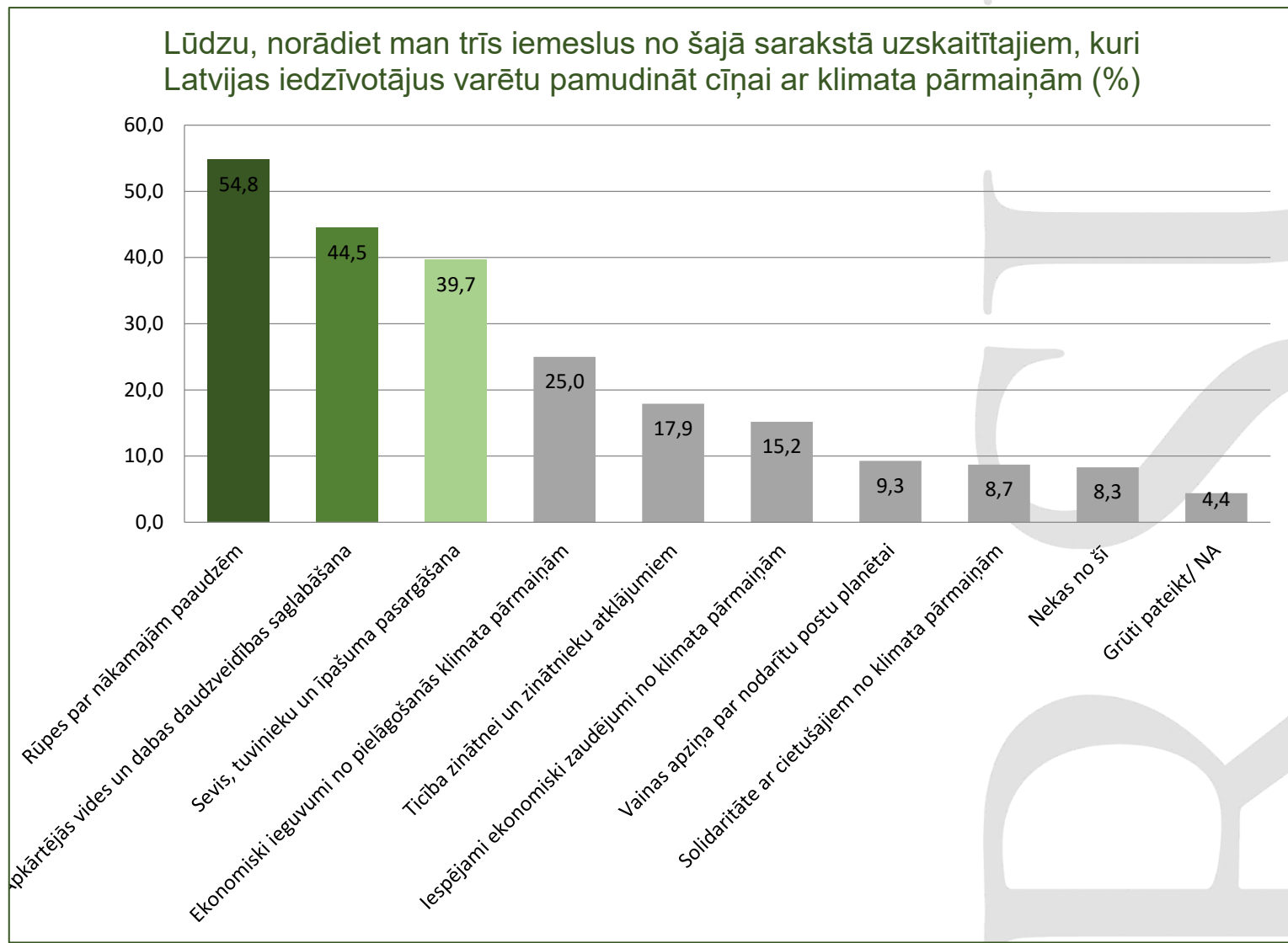
- Respondentus mainīt savus ikdienas paradumus visvairāk motivē/motivētu valsts un pašvaldību piedāvāti stimuli (finansiāls atbalsts, nodokļu atlaides, priekšrocības u.tml.) (30%), labvēlīga personīgā finanšu situācija (27%) un attīstīta infrastruktūra (atkritumu nodošanai, bezemisiju transporta lietošanai u.tml.) (25%)
- Nozīmīgs motivators ir arī nemateriāli faktori: pozitīvs radu, draugu vai kaimiņu piemērs (22%), rūpes par klimata pārmaiņu mazināšanu (21%), konkrēti padomi klimata pārmaiņu mazināšanai (21%) un plašāka sabiedrības iesaiste klimata pārmaiņu mazinošās aktivitātēs (20%)
- Gandrīz piektdaļu respondentu (18%) nekas nemotivē/nemotivētu mainīt ikdienas paradumus

Kas Jūs motivē/ motivētu mainīt savus ikdienas paradumus, lai mazinātu savu ietekmi uz klimatu? (%)



Rezultāti: sabiedrības aptauja (9)

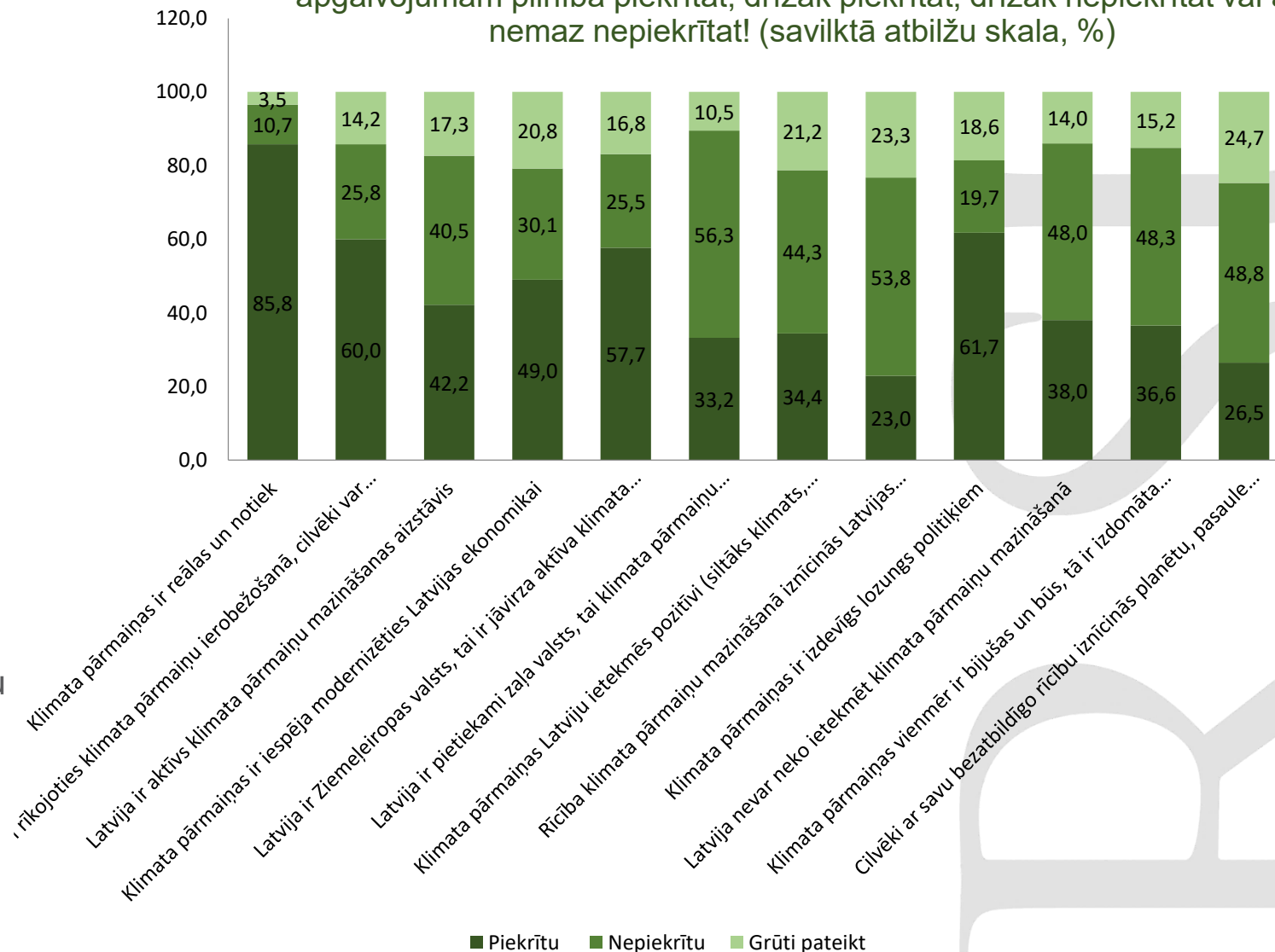
- Respondentu izpratnē Latvija iedzīvotājus pamudināt cīņai ar klimata pārmaiņām visvairāk varētu altruistiski un pašsaglabāšanās apsvērumi: rūpes par nākamajām paaudzēm (55%), apkārtējās vides un dabas daudzveidības saglabāšana (45%) un sevis, tuvinieku un īpašuma pasargāšana (40%)
- Ekonomiski apsvērumi spēlē salīdzinoši mazāku lomu: 25% respondentu uzskata, ka Latvijas iedzīvotājus pamudinātu ekonomiski ieguvumi no pielāgošanās klimata pārmaiņām, bet 15% respondentu uzskata, ka tieši potenciālie ekonomiskie zaudējumi no klimata pārmaiņām varētu mudināt uz aktīvāku rīcību



Rezultāti: sabiedrības aptauja (10)

- Respondenti visvairāk piekrituši sekojošiem apgalvojumiem (naratīviem): klimata pārmaiņas ir reālas un notiek (86%), klimata pārmaiņas ir izdevīgs lozungs politiķiem (62%), aktīvi rīkojoties klimata pārmaiņu ierobežošanā, cilvēki var izglābt pasauli no bojāejas (60%) un Latvija ir Ziemeļeiropas valsts, tai ir jāvirza aktīva klimata politika (58%)
- Puse respondentu piekrīt apgalvojumam, ka klimata pārmaiņas ir iespēja modernizēties Latvijas ekonomikai
- Salīdzinoši liela daļa respondentu (38%) piekrīt apgalvojumam, ka Latvija nevar neko ietekmēt klimata pārmaiņu mazināšanā
- Respondenti vismazāk piekrituši apgalvojumiem, ka rīcība klimata pārmaiņu mazināšanā iznīcinās Latvijas ekonomiku (23%) vai ka cilvēki ar savu bezatbildīgo rīcību iznīcinās planētu un pasaule aizies bojā tuvāko 100 gadu laikā (27%)

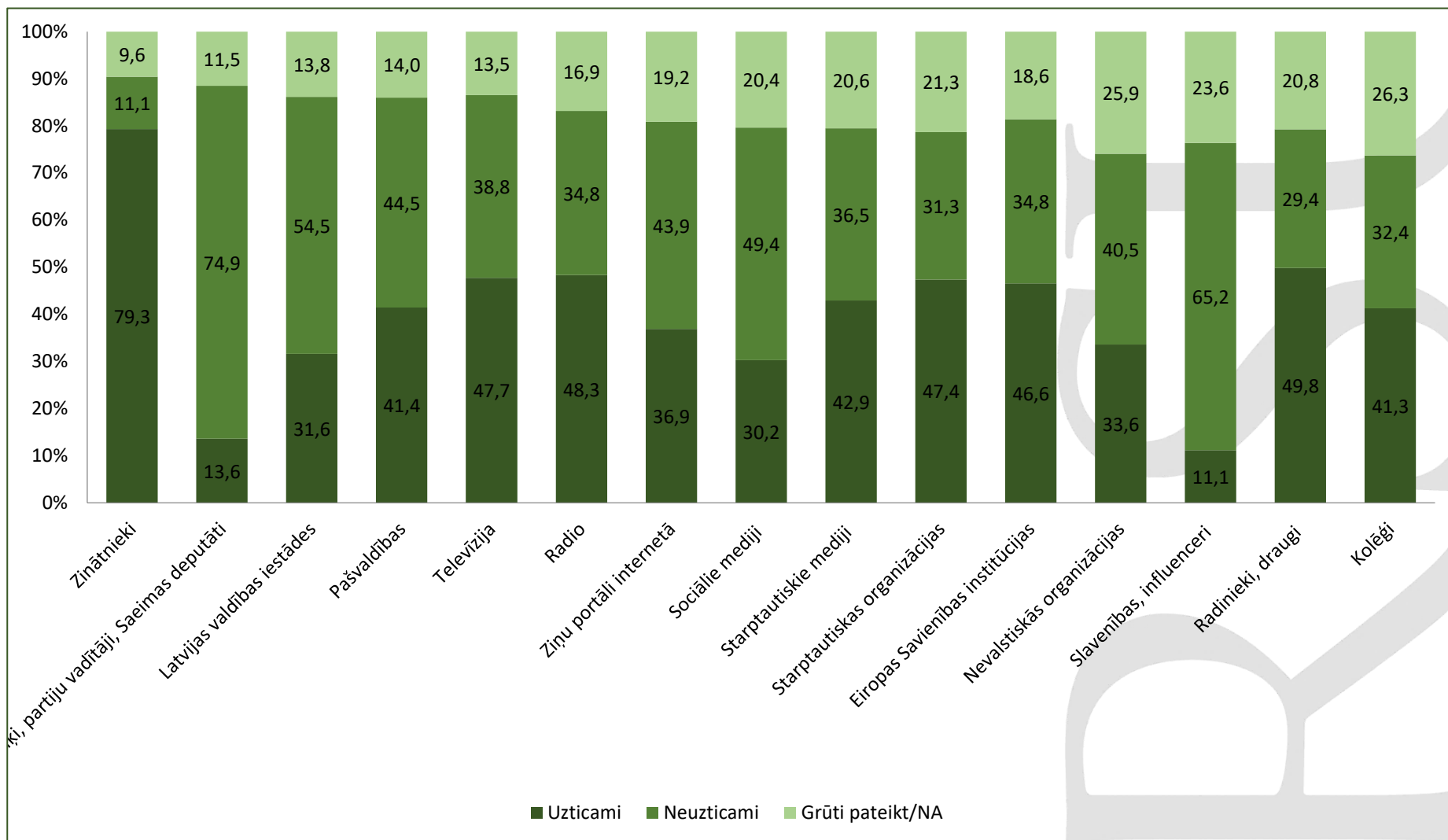
Es Jums nolasīšu dažādus apgalvojumus kas saistīti ar klimata pārmaiņu tematiku, bet Jūs, lūdzu, par katru no tiem man pasakiet vai Jūs šādam apgalvojumam pilnībā piekrītat, drīzāk piekrītat, drīzāk nepiekrītat vai arī nemaz nepiekrītat! (savilkta atbilžu skala, %)



Rezultāti: sabiedrības aptauja (11)

- Uzticamākie informācijas avoti par klimata pārmaiņām ir zinātnieki (79%)
- Tiem seko radnieki, draugi (50%), radio un televīzija (48%), starptautiskās organizācijas un Eiropas Savienības institūcijas (47%)
- Latvijas pašvaldībām klimata jomā uzticās 41% respondentu, valdības iestādēm – 31%, bet politiķiem, partiju vadītājiem un Saeimas deputātiem – 14% respondentu
- Ziņu portāliem internetā uzticās 37% respondentu, sociālajiem medijiem – 30%, bet slavenībām un influenceriem – 11% respondentu
- Nevalstiskajām organizācijām uzticās 34% respondentu

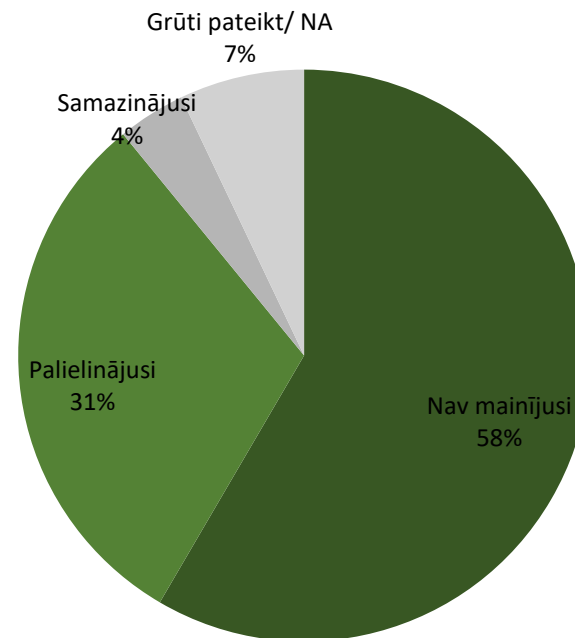
Cik uzticami, Jūsaprāt, ir šādi informācijas avoti jautājumos par klimata pārmaiņām un to cēloņiem?
(savilkta atbilžu skala, %)



Rezultāti: sabiedrības aptauja (12)

- Trešdaļai respondentu saņemtā informācija par klimata pārmaiņām ir palielinājusi vēlmi iesaistīties klimata pārmaiņu mazināšanā

Kā pēdējo gadu laikā saņemtā informācija par klimata pārmaiņām ir ietekmējusi Jūsu vēlmi iesaistīties klimata pārmaiņu mazināšanā? Vai tā to ir... (savilkta atbilžu skala)



Secinājumi (1)

Analizējot klimata pārmaiņu atspoguļojumu Latvijas medijos un sabiedrības viedokli, iezīmējas **vairākas tendences**:

- Tiek atzīts, ka **klimata pārmaiņas ir reālas un notiek**, to **cēlonis lielā mērā ir cilvēka darbība**, un ir nepieciešama strauja rīcība, lai pielāgotos klimata pārmaiņām un mazinātu to sekas. Klimata pārmaiņu skepticisms ir maz izplatīts, apokaliptiski scenāriji nav populāri.
- Klimata pārmaiņas tiek rāmētas un uztvertas vairāk kā **globāls, ģeogrāfiski attāls, nevis lokāls izaicinājums**, kā problēma, ar kuru sastopas valstis un reģioni ārpus Latvijas, par kuru konfliktē globālās lielvaras (ASV, Eiropas Savienība, u.tml.) starptautiskā mērogā, un kurai risinājumi tiek meklēti starptautisku vienošanos ietvaros.
- Klimata pārmaiņas kā Latvijas izaicinājums rāmējumā un iedzīvotāju uztverē ir nekonkrētāks. Klimata pārmaiņu ietekme bieži tiek saistīta ar **apkārtējās vides piesārņojumu** un **dabas vērtību iznīcināšanu**, iedzīvotāju uztverē arī ar **kaitējumu veselībai**. Tas, no vienas puses, mazina klimata pārmaiņu kā atsevišķas problēmas redzamību. No otras puses, cēloņsakarību izgaismošana, piemēram, starp atkritumu šķirošanu un klimata pārmaiņu mazināšanu, piedāvā potenciālu klimata naratīvam, kas rezonē sabiedrībā.

Secinājumi (2)

- **Zinātnieki ir neizmantots potenciāls klimata pārmaiņu stratēģiskā naratīva veidošanā.** Lai arī tie ir informācijas avoti, kam visvairāk uzticās iedzīvotāji, tie ir vieni no mazāk izmantotajiem avotiem mediju rakstos vai sižetos. Tajos dominē politiķi un Latvijas valdības iestādes, kas savukārt bauda zemu iedzīvotāju uzticēšanos attiecībā uz klimata jautājumiem.
- Politiskajā naratīvā dominē ekonomiskie elementi, taču, veidojot stratēģisko naratīvu, vērts pievērst uzmanību **nemateriāliem aspektiem** (rūpes par nākamajām paaudzēm, rūpes par dabu, klimatu, pašsaglabāšanās). Iedzīvotāju vidū tiem ir augsta rezonanse. Medijiem ir iespēja tos ienest dienaskārtībā, tā sekmējot arī savu uzticamību.

Paldies par uzmanību!

E-pasts: vineta.kleinberga@rsu.lv