

VADLĪNIJAS KLIMATA PĀRMAIŅU STRATĒGISKĀ NARATĪVA LATVIJĀ UZLABOŠANAI

Sagatavotas projekta “No vienaldzības līdz pārmaiņām klimata politikā: politiskā naratīva un sabiedrības uztveres mijiedarbības uzlabošana Latvijā”
(CLINAP) (lzp-2020/1-0047) ietvaros

Autori:

Vineta Kleinberga
Lelde Metla-Rozentāle
Kristīne Blumfelde-Rutka
Ilva Skulte
Elīna Dāce

Rīgas Stradiņa universitāte

2024

IEVADS

Vadlīnijas izstrādātas stratēģiskā naratīva pilnveidošanai politiskajā, valsts pārvaldes un pašvaldību līmenī, bet tās var izmantot arī klimata komunikācijas uzlabošanai plašsaziņas līdzekļos un sabiedrībā, tostarp nevalstiskajās organizācijās un uzņēmējdarbības vidē.

Stratēģiskais naratīvs ir “instruments, ko politiskie aktieri lieto, lai konstruētu vienotu izpratni par pagātņi, tagadni un nākotni [...] ar mērķi mainīt iekšpolitisko un starptautisko aktieru uzvedību” (Miskimmon et al., 2013). Stratēģiskais naratīvs tiek apzināti veidots, lai panāktu iepriekš definētu rezultātu, un tā efektivitāte palielinās, ja tiek nodrošināta saskaņotība starp visiem naratīva dzīves cikla posmiem:

- naratīva izstrādi politiskajā un politiku veidošanas līmenī;
- tā izplatīšanu mūsdienu mediju vidē;
- naratīva uztveri sabiedrībā (gan nacionālajā, gan starptautiskajā kontekstā).

Lai uzlabotu klimata pārmaiņu naratīva saskaņotību un veicinātu ietekmīgāku Latvijas stratēģisko naratīvu klimata jomā, šajās vadlīnijās apkopotas atziņas, kas iegūtas, analizējot Latvijas politisko naratīvu par klimata pārmaiņām un ar tām saistītiem jautājumiem, tā izplatību medijos un uztveri biznesa vidē un sabiedrībā Latvijas Zinātnes padomes atbalstītajā pētniecības projektā “No vienaldzības līdz pārmaiņām klimata politikā: politiskā naratīva un sabiedrības uztveres mijiedarbības uzlabošana Latvijā” (CLINAP) (Izp-2020/1-0047). Vadlīnijas veidotas, balstoties uz ekspertu ieteikumiem, kas iegūti piecās fokusgrupās, un papildinātas ar atziņām no trīs reģionālajās diskusijās izteiktajiem viedokļiem.

Vadlīnijas seko “pārmaiņu naratīva” pieejai (Wittmayer et al., 2019), rosinot stratēģiskā naratīva veidošanā izmantot augšupvērstu pieeju, vairāk un plašāk izmantojot sabiedrībā konstruētus naratīvus. Vadlīnijas izstrādātas, balstoties uz stratēģiskā naratīva teorijā noteikto naratīva struktūru (Roselle et al., 2014; Miskimmon & O’Loughlin, 2017) un papildinot to ar teorijā inovatīvu elementu – stāstītāju. Sekojot naratīva struktūrai, vadlīnijas ir grupētas šādos blokos: (1) skatuve, (2) aktieri, (3) darbība, (4) laiks un (5) stāstītājs. “Skatuve” iezīmē fonu, kurā darbojas aktieri un notiek darbība. Tā parāda klimata pārmaiņu centralitāti naratīvā, tematisko ietvaru un emocionālo novērtējumu, kā arī līmeni, kādā klimata pārmaiņas tiek lokalizētas. “Aktieri” naratīvā ir darbības veicēji, iemiesojot konkrētas īpašības un uzvedību. Aktieri tiek dalīti “varoņos”, “ļaundaros” un “upuros”, naratīvā parādot to mijiedarbību. “Darbība” naratīvā atklāj sižetu (notikumus), ap kuriem noris aktieru mijiedarbība, bieži vien ietverot konfliktu, kas ved uz potenciālu risinājumu. “Laika” dimensija naratīvā parāda, kā aktieri saredz nākotni, ņemot vērā pagātņi un tagadni. “Stāstītājs” ir persona (indivīds, personu grupa, iestāde, organizācija), kas nodod naratīvu auditorijai.

Detalizētāka informācija par projekta rezultātiem ir pieejama pētījuma ziņojumā “Klimata pārmaiņu naratīvi Latvijā” projekta interneta vietnē: <https://www.rsu.lv/projekts/no-vienaldzibas-lidz-parmainam-klimata-politika-politiska-narativa-un-sabiedribas-uztveres>

1. SKATUVE

CLINAP rezultāti rāda, ka uz Latvijas stratēģiskā naratīva “skatuves” nav klimata pārmaiņu. Stratēģiskā naratīva “skatuvi” veido Eiropas zaļais kurss un ar tā ieviešanu saistītās diskusijas. Tas, savukārt, atsvešina sabiedrību, jo ES regulu un direktīvu ieviešana sabiedrības uztverē ir tehnokrātisks process, kurā sabiedrība nejūtas spējīga vai motivēta piedalīties. Lai tuvinātu stratēģisko naratīvu sabiedrībai un nodrošinātu pamatojumu, kāpēc sabiedrībai iesaistīties, pētījuma autori iesaka pārveidot “skatuvi”, pievēršot uzmanību šādiem blokiem:

1.1. KLIMATA PĀRMAIŅU REDZAMĪBA

CLINAP autori aicina stratēģiskajā naratīvā *paaugstināt klimata pārmaiņu redzamību*, skaidrojot, ka:

- klimata pārmaiņas notiek un to izpausmes ir redzamas un nākotnē būs aizvien vairāk jūtamas arī Latvijā;
- klimata pārmaiņas apdraud ne vien cilvēkus un dabu ģeogrāfiski attālos reģionos, bet arī cilvēkus, viņu dzīvību, veselību, īpašumus, uzņēmējdarbību, kā arī dabas daudzveidību Latvijā;
- klimata pārmaiņas ir iemesls un pamatojums tam, kāpēc Latvija kopā ar citām ES dalībvalstīm īsteno Eiropas zaļo kursu;
- klimata pārmaiņas pašas no sevis nepazudīs un tikai aktīva rīcība šobrīd var nodrošināt, ka ilgtermiņā klimata pārmaiņas tiks ierobežotas;
- lai arī, iespējams, klimata pārmaiņu ierobežojošo pasākumu sekas šīs paaudzes dzīves laikā Latvijas sabiedrība nesajūtīs, rīkojoties šodien, tiks samazināti riski nākamajām paaudzēm;
- paralēli klimata pārmaiņu ierobežošanas pasākumiem Latvijā ir nopietni jādomā un jādiskutē par pielāgošanos klimata pārmaiņām, jo klimata pārmaiņas šī paaudze jūt un izjutīs arī tuvākajā nākotnē.

No stratēģiskā naratīva veidošanas viedokļa klimata pārmaiņu novietošana “skatuves” centrā ir izšķiroša, jo tad tās kļūst par “konfliktu”, uz ko “aktieri” fokusē “darbību” un kam meklē risinājumu.

1.2. KLIMATA PĀRMAIŅU VĒRTĒJUMS

Lai sekmētu “darbību”, klimata pārmaiņām ir ne vien jābūt “skatuves” centrā, bet arī jārosina emocijas. Emocijas palīdz “piesavināt” noteiktu fenomenu, ļaujot pat bez specifiskām zināšanām just līdzīgu naratīvā iesaistītajiem “aktieriem” (Bushell et al., 2017).

CLINAP autori rosina mainīt līdzšinējo neitrālo attieksmi pret klimata pārmaiņām Latvijas stratēģiskajā naratīvā:

- skaidri *atspoguļojot klimata pārmaiņas kā negatīvu fenomenu*, uzsverot konkrētu to ietekmi uz Latviju, ietverot bioloģiskās daudzveidības, uzņēmējdarbības un sabiedrības veselības aspektus;
- tajā pašā laikā *izvairoties no trauksmes un bezpalīdzības sajūtas radīšanas* sabiedrībā. Klimata pārmaiņu vērtējumā jānorāda uz riskiem, taču vienlaikus jāparāda konkrēti risinājumi, kā šos riskus mazināt vai novērst (skat. nodaļu “Darbība”).

Sabalansējot riskus ar iespējām, pētījuma autori aicina radīt līdzsvarotu un konstruktīvu stratēģisko naratīvu, ar mērķi motivēt sabiedrību un uzņēmējus aktīvi iesaistīties klimata pārmaiņu mazināšanas un pielāgošanās pasākumos.

1.3. KLIMATA PĀRMAIŅU TEMATISKAIS KONTEKSTS

Lai fokusētu “darbību”, CLINAP autori rosina klimata pārmaiņas uz “skatuves” ietērt noteiktā tematiskajā ietvarā. Tradicionāli klimata pārmaiņas tiek asociētas ar pārmaiņām dabā, taču klimata pārmaiņu kontekstualizācijai labvēlīgi ir dažādi ekonomikas sektori, jo tie ļauj saskatīt iespējas “darbībai”, ar kuru palīdzību mazināt klimata pārmaiņu ietekmi uz dabu.

Tematiski Latvijas naratīvā dažādos līmeņos visbiežāk tiek aktualizēta atkritumu šķirošana. Arī iedzīvotāju apziņā *atkritumu šķirošana ir nostiprinājusies kā galvenā klimata pārmaiņu mazināšanas aktivitāte*. Lai gan atkritumu apsaimniekošanai ir nozīmīga loma vides piesārņojuma mazināšanā un aprites ekonomikas veicināšanā, tā veido salīdzinoši nelielu daļu no kopējā siltumnīcefekta gāzu emisiju apjoma. *Lielāko daļu emisiju Latvijā rada enerģētikas, transporta un lauksaimniecības sektori* (KEMa, 2024). Savukārt zemes izmantošanas, zemes izmantošanas maiņas un mežsaimniecības (ZIZIMM) sektorā emisiju piesaiste nenosedz radītās emisijas (KEMb, 2024).

Stratēģiskajā naratīvā enerģētikas sektora transformācija kļuva aktuāla pēc Krievijas pilna mēroga iebrukuma Ukrainā, priekšplānā izvirzot energoefektivitātes un atjaunojamās enerģijas jautājumus. Pārējie sektori – it īpaši transporta un lauksaimniecības – stratēģiskajā naratīvā netiek pietiekami atspoguļoti. Ja šie sektori parādās, tie tiek attēloti kā ievainojami sektori saistībā ar Eiropas zaļā kursa īstenošanu. Rūpniecības tematiskais konteksts stratēģiskajā naratīvā tiek izmantots vispārīgi, uzsverot iespējas vai izmaksas, ko Eiropas zaļais kurss radītu Latvijas uzņēmējiem.

Lai rosinātu izpratni un atbilstošu uzvedību, pētījuma autori rosina stratēģiskajā naratīvā *runāt par visiem sektoriem*, parādot, kāda ir šo sektoru ietekme uz klimata pārmaiņām, ar kādiem riskiem saskaras katrs sektors un kādi pasākumi tajos jāveic, lai mazinātu klimata pārmaiņas un pielāgotos tām. Atkarībā no auditorijas stratēģiskajā naratīvā var vairāk izcelt kādu noteiktu sektoru, taču parādot, ka tas mijiedarbojas ar citiem sektoriem.

Stratēģiskajā naratīvā svarīgi ir *atrast klimatam draudzīgus saskares punktus starp nozarēm*, lai izvairītos no tā, ka attīstība vienā nozarē rada klimatam nelabvēlīgas sekas citā nozarē. CLINAP rezultāti rāda, ka pašreizējā naratīvā bieži tiek pretstatīta nozaru konkurētspēja un klimatam draudzīgas darbības. Piemēram, priekšlikumi samazināt sintētisko mēslošanas līdzekļu izmantošanu lauksaimniecībā vai ierobežot mežu izciršanas apjomus tiek pasniegti kā draudi tautsaimniecības nozarēm, kas ir būtiskas Latvijas konkurētspējai. Lai gan šie konkurētspējas izaicinājumi ir aktuāli un prasa līdzsvarotu pieeju klimata politikai, CLINAP pētnieki aicina veidot komunikāciju, piedāvājot pozitīvus piemērus, demonstrējot, kā uzņēmumu konkurētspēja un iedzīvotāju labklājība var tikt uzlabota, vienlaikus radot labvēlīgu ietekmi uz klimatu. Piemēram:

- *Saules enerģijas darbinātas gudrās laistīšanas sistēmas, kas izmanto sensorus un datu analītiku, lai optimizētu ūdens izmantošanu lauksaimniecībā*. Šīs sistēmas spēj automātiski pielāgot laistīšanas režīmu, ņemot vērā laikapstākļus, augsnes mitruma

līmeni un augu kultūru vajadzības, tādējādi samazinot ūdens izšķērdēšanu un enerģijas patēriņu. Attiecīgi samazinās lauksaimniecības oglekļa pēdas nospiedums, samazinot enerģijas patēriņu un saglabājot ūdens resursus, vienlaikus palielinot ražību.

- *Mobilitātes centru izveide, kas apvieno sabiedrisko transportu, elektrisko transportlīdzekļu uzlādes stacijas, velosipēdu koplietošanas programmas un gājējiem draudzīgu infrastruktūru.* Šie centri veicina sabiedriskā un aktīvā transporta izmantošanu, vienlaikus nodrošinot vienmērīgas pārejas uz citiem ilgtspējīgiem pārvietošanās veidiem. Tādējādi tiek mazināta atkarība no iekšdedzes dzinēja transportlīdzekļiem, mazināts emisiju apjoms un veicināta ilgtspējīga pilsētu attīstība.
- *Platformas, kas savieno ražotājus ar atkritumu apsaimniekošanas un pārstrādes uzņēmumiem, lai veicinātu blakusproduktu un atkritumu materiālu apmaiņu.* Piemēram, viena uzņēmuma atkritumi varētu būt cita uzņēmuma izejviela, radot slēgtu sistēmu, kas minimizē atkritumu rašanos un resursu patēriņu. Tādējādi tiek mazināta ražošanas procesa ietekme uz vidi, veicināta resursu efektivitāte un aprites ekonomika un mazināts atkritumu daudzums.
- *Telemedicīnas platformu izmantošana, kas mazina nepieciešamību fiziski ceļot uz veselības aprūpes iestādēm, tādējādi mazinot arī transporta emisijas.* Šīs platformas var integrēt ar elektroniskajiem veselības ierakstiem, valkājamām veselības ierīcēm un mākslīgā intelekta vadītām diagnostikām, lai piedāvātu visaptverošus attālinātos veselības aprūpes pakalpojumus. Tādējādi tiek mazinātas veselības aprūpes nozares oglekļa emisijas, mazināta veselības aprūpes iestāžu ietekme uz vidi un uzlabota piekļuve veselības aprūpei.

Domājot par nozaru konkurētspēju, pētījuma autori vienlaikus rosina *politikas veidotājiem uzņemties dabas "lobiju" lomu*, jo daba pati sevi aizstāvēt nevar. Savukārt, gan sabiedrības pastāvēšana nākotnē, gan ekonomikas attīstība nav iespējama bez veselīgas ekosistēmas. Līdz ar to *dabas aizsardzībai un atjaunošanai tematiski jābūt stratēģiskā naratīva centrā*, kalpojot par atskaites punktu nākotnes attīstības trajektorijām dažādās nozarēs. Tas pieprasa izmaiņas attieksmē un domāšanā, jo dabas aizstāvība ne vienmēr nes ekonomiskus ieguvumus īstermiņā. Tomēr stratēģiskajā naratīvā ir svarīgi uzsvērt sakārtotas ekosistēmas nozīmi, kuras elementi savstarpēji nevis iznīcina, bet papildina cits citu, nodrošinot ilgtermiņa ieguvumus nākotnē. Šie ieguvumi būs arī ekonomiski, jo, saglabājot veselīgu ekosistēmu, nākotnē varēs izvairīties no izmaksām, ko rada plūdi, pārtuksnešošānās, vētras, invazīvas sugas un līdzīgi izaicinājumi. Turklāt Latvija varēs citiem mērķiem izmantot finansējumu, ko potenciāli varētu nākties samaksāt kā soda naudu par Eiropas zaļā kursa mērķu nesasniegšanu vai kavēšanu.

1.4. KLIMATA PĀRMAIŅU LOKALIZĀCIJA

Latvijas stratēģiskais naratīvs klimata jomā nav lokalizēts. Tas vai nu aplūko klimata pārmaiņas kā vispārīgu, ģeogrāfiski attālu fenomenu, nesaistot to ar Latviju, vai diskutē par konkrētām iniciatīvām Latvijā, piemēram, energoefektivitātes vai atkritumu apsaimniekošanas jomā, nesaistot tās ar klimata pārmaiņām. Arī sabiedrības apziņā klimata pārmaiņas lielākoties tiek uztvertas kā globāls fenomens, kura nozīmība strauji samazinās, kad runa ir par nacionālo līmeni, un vēl vairāk – personīgajā līmenī.

Lai motivētu sabiedrību “darbībai”, CLINAP autori aicina stratēģiskajā naratīvā:

- veidot *saikni starp globālajām klimata pārmaiņu izpausmēm un klimata pārmaiņu izpausmēm Latvijā*, minot konkrētus piemērus;
- veidot *saikni starp politiku iniciatīvām un to cēloņiem*, skaidrojot, ka klimata pārmaiņas vai pielāgošanās klimata pārmaiņām (nevis Eiropas Savienības regula vai direktīva), ir iemesls, kāpēc šādas iniciatīvas ir nepieciešamas;
- runājot par klimata pārmaiņu mazināšanas vai pielāgošanās pasākumiem, *izmantot veiksmīgas Latvijas (nevis citu valstu) piemērus*.

Lai rosinātu “darbību”, ir nepieciešama lokāla “skatuve”. Zinātnieki ir atzinuši, ka attāli riski neizraisa individuālu tādu pašu reakciju kā tie, kas tiek uztverti kā tūlītēji, jo tos apstrādā dažādas smadzeņu daļas. Attālinātos riskus smadzenēs apstrādā analītiskā sistēma, un tie reti noved pie rīcības, kamēr tūlītējus riskus apstrādā pieredzes sistēma, un tie noved pie rīcības (Shome & Marx, 2009). Tas nozīmē, ka, veidojot stratēģisko naratīvu, ir jāsamazina psiholoģiskā distance, ļaujot auditorijai “pieredzēt” klimata pārmaiņas, runājot par tai tuvām vietām, notikumiem un cilvēkiem.

2. AKTIERI

Latvijas stratēģiskajā naratīvā aktieri bieži tiek aplūkoti sistēmiskā līmenī. Šie aktieri ietver Latviju, kurai ir pienākums ieviest Eiropas zaļo kursu; ES, kura izstrādā regulējumu klimatneitralitātes sasniegšanai; vai ANO, kuras Parīzes nolīgums ir Latvijai ir saistošs. Šāda aktieru identificēšana var būt noderīga, veidojot stratēģisko naratīvu Latvijas pozicionēšanai starptautiskajā vidē, taču tas maz uzrunā Latvijas sabiedrību.

Nacionālā līmenī katram aktierim ir tendence veidot savu naratīvu, uzsverot savu “varoņa” lomu, vai nu virzot politikas iniciatīvas, vai tās kritizējot. “Ļaundaris”, savukārt, ir tas, kurš nepiekrīt paustajam viedoklim vai darbojas pretēji “varoņa” loģikai. “Upuri” bieži ir vispārīgi, piemēram, planēta vai ekonomika. Kopumā aktieri nereti netiek identificēti pietiekami skaidri, “varoņiem” parādoties biežāk nekā “ļaundariem” un “upuriem”.

Lai stratēģiskais naratīvs būtu iedarbīgs, uz “skatuves” ir nepieciešami “labie tēli”, kas cīnās ar “ļaunajiem tēliem”, lai glābtu “upuri”. Izvēloties tēlus, CLINAP autori rosina:

- nevis cīnīties vienam pret otru (valdība pret ES, valdība pret uzņēmējiem vai otrādi, uzņēmēji pret vides organizācijām vai otrādi, u.tml.), bet gan *pret kopīgu problēmu – klimata pārmaiņām, identificējot kā “ļaundari” emisiju radītāju*. Tādējādi “ļaundaris” var būt konkrētas politikas, kas veicina nepietiekamu darbību vai bezdarbību; apzināts populisms, kas pretstata iedzīvotāju labklājību un klimata politiku; nozares vai uzņēmumi, kas rada emisijas, bet nav gatavi transformēties; iedzīvotāju paradumi, kuru rezultātā emisijas pieaug. Ir būtiski uz “ļaundari” skatīties kompleksi, nenovēlot vainu tikai uz vienu aktieri, bet atrodot, kas ir tie elementi katra darbībā (vai bezdarbībā), kas “varonim” traucē izglābt “upuri”;
- “varoni” *identificēt darāmajā kārtā*, norādot, kurš ir tas, kas cīnās pret emisiju pieaugumu. Tā var būt Latvijas valdība, ministrija, pašvaldība, uzņēmums, nevalstiska organizācija, u.tml. Stratēģiskajā naratīvā ir īpaši svarīgi norādīt, ka tās ir konkrētus amatus ieņemošas personas valsts vai pašvaldību pārvaldes iestādēs, kuras ir uzņēmušās

atbildību aizstāvēt “upuri”. Pētījuma rezultāti rāda, ka Latvijas sabiedrībā personību faktoram ir būtiska loma naratīva efektivitātē. Latvijas nelielā izmēra dēļ personības faktori ir ļoti svarīgi, tāpēc kā “varoni” vajadzētu izvirzīt personu, kas bauda auditorijas uzticību vai nu kopumā, vai noteiktās sociāli demogrāfiskās vai profesionālās grupās;

- *“upuris” klimata pārmaiņu naratīvā neizbēgami ir Latvijas daba.* Stratēģiskajā naratīvā jārunā par dabas daudzveidības samazināšanos, invazīvu sugu ienākšanu, dabas postījumiem klimata katastrofu rezultātā, krasta eroziju. Taču, lai rosinātu Latvijas sabiedrību “pieredzēt” klimata pārmaiņu ietekmi uz dabu, pētījuma autori piedāvā kā *“upuri” noteikt pašus iedzīvotājus*, uzsverot klimata pārmaiņu ietekmi uz to veselību un labbūtību jau šobrīd, un parādot, kā mainīsies iespējas un dzīves kvalitāte viņu bērniem un mazbērniem. Vienlaikus *“upuri” ir arī uzņēmēji*, kuru uzņēmējdarbība cieš klimata pārmaiņu rezultātā. Tajā pašā laikā *“upuris”* var būt arī pilsētnieks, kura veselību apdraud karstums, kura uzņēmējdarbību ietekmē ekstrēmu laikapstākļu izraisīti traucējumi piegādes ķēdēs, kurš nevar veikt ikdienas pienākumus elektroapgādes traucējumu dēļ. Pilsētnieks vai lauku iedzīvotājs – jāuzsver, ka klimata pārmaiņas ietekmē dzīvesveidu visiem.

Svarīgi, lai naratīvā darbojošies tēli ir *lokāli saprotami auditorijai*. Stratēģiskajā naratīvā ir jābūt elastībai pielāgot “varoņus”, “ļaundarus” un “upurus” stāstītāja darbības tvērumam. Pētījuma gaitā *pašvaldības* tika identificētas kā potenciāli ietekmīgs klimata pārmaiņu mazināšanas virzītājspēks. Dodot iespēju pašvaldībām izvirzīt lokālos “upurus” (iedzīvotājus un uzņēmējus) un “ļaundarus” (emisiju radītājus), pašvaldības “varoņi” var piedāvāt savā kompetencē esošo jomu (siltumapgāde, vietējā infrastruktūra, skolas, u.c.) pielāgošanu klimata pārmaiņu mazināšanai un adaptācijai. Pašvaldību līmenī ir plašas iespējas stratēģiskā naratīva lokalizācijai, jo pašvaldību funkcijas ir saimnieciskas un praktiski skar jebkura pašvaldības iedzīvotāja dzīvi. Tajā pašā laikā pašvaldība nevar atrisināt nacionāla līmeņa problēmas, līdz ar to pašvaldībai kā “aktierim” ir noteikta loma stratēģiskajā naratīvā. Piemēram, samazināt noteiktu daudzumu emisiju.

3. DARBĪBA

Pēc tam, kad klimata pārmaiņas ir novietotas “skatuves” centrā un ir izvēlēti “labie”, “ļauņie” un “upura” tēli, stratēģiskajā naratīvā ir nepieciešams sižets (notikumi) jeb “darbība”, kurā ir konflikts un risinājums. Pētījuma rezultāti rāda, ka Latvijas klimata naratīvā konflikts veidojas starp:

- klimata pārmaiņām kā ģeogrāfiski attālu fenomenu un acīmredzamām klimata pārmaiņu izpausmēm Latvijā;
- “tās Briseles” politiku un specifiskām nacionālajām interesēm;
- ieguvumiem no Eiropas zaļā kursa un zaudējumiem no tā;
- Eiropas zaļā kursa ambīcijām un tām pieejamo finansējumu;
- izpratni par zemi kā resursu un ienākumu avotu un zemi kā mājām, kas jāsaudzē, jo pašiem tajās jādzīvo.

Klimata pārmaiņas ir laikā un telpā sarežģīts fenomens, un tam nav viena “pareizā” risinājuma. Tās ir neskaidrību apvīts fenomens, kam nav vienkārša vai viennozīmīga risinājuma. Tāpat kā klimata pārmaiņu rezultātā izmaiņas vienā ekosistēmas daļā rada neparedzētas izmaiņas citās,

arī rīcības sekas var sazaroties. Mūsdienās zinātnieki runā par risinājumiem, par kuriem ir “augsta pārliecība”, ka tie būs ietekmīgi. Tāpat jāapzinās, ka globālajai sasilšanai ir inerce. Tas nozīmē, ka, pat ja siltumnīcefekta gāzu emisijas tiktu ievērojami samazinātas vai nekavējoties apturētas, atmosfērā uzkrātās emisijas turpinātu ietekmēt klimatu ilgstošā laika periodā. Taču jāapzinās, ka kavēšanās klimata pārmaiņu risināšanā var izraisīt vēl ilgstošākas un potenciāli smagākas sekas, ņemot vērā klimata sistēmas reakcijas inerci.

Līdz ar to klimata stratēģiskajā naratīvā CLINAP pētnieku komanda iesaka “darbību” veidot ap šādiem elementiem:

- KONFLIKTA pamatā likt siltumnīcefekta gāzu emisijas;
- uzsvērt, ka RISINĀJUMS IR IESPĒJAMS, neskatoties uz globālās sasilšanas inerci. Kā efektīvākos risinājumus norādīt tos, kam ir augsts potenciāls strauji samazināt emisijas: piemēram, pāreju uz atjaunojamiem energoresursiem, energoefektivitāti, transporta “zaļināšanu”, sintētisko mēslošanas līdzekļu daudzuma mazināšanu un lauksaimniecības ekstensifikāciju, piegādes ķēžu saīsināšanu, lietu otrreizēju izmantošanu un labošanu, mežu saglabāšanu un atjaunošanu;
- norādīt, ka mērķa sasniegšanai ir nepieciešama visu Latvijas iedzīvotāju LĪDZDARBĪBA. Un tas nozīmē ne tikai līdzdalību politikas veidošanas aktivitātēs, bet aktīvu darbību katram savā darbības laukā. Tikai līdzdarbojoties katram savā nozarē, iestādē, mājsaimniecībā var panākt klimata mērķu sasniegšanu;
- fokusēties uz PRAGMATISKU RĪCĪBU, norādot konkrētus, Latvijas situācijai atbilstošus pasākumus (tos identificējot kopā ar zinātniekiem) un parādot, kādi ir atbalsta mehānismi to īstenošanai (to skaitā Eiropas zaļajam kursam paredzētais finansējums). Stratēģiskajā naratīvā skaidri definēt katras iesaistītās puses lomu emisiju samazināšanā, “sazemējot” to ar realitāti – Latvijas reālo ekonomisko situāciju un iespējām, izvairoties no nepamatoti ambicioza skatījuma;
- vienlaikus demonstrēt, kādi pasākumi tiks veikti, lai PIELĀGOTOS klimata pārmaiņām un pasargātu Latvijas iedzīvotājus un uzņēmējus no klimata pārmaiņu radītajiem riskiem veselībai, dzīvesvietai, uzņēmējdarbībai;
- parādīt IEGUVUMUS no rīcības, uzsverot, ka iedzīvotāju labbūtību un uzņēmumu konkurētspēju apdraud nevis mērķtiecīga klimata politika, bet gan tās ignorēšana. Parādīt, kādi ZAUDĒJUMI var rasties, ja netiek veikti pasākumi emisiju samazināšanai. Pētījumi rāda, ka cilvēki daudz vairāk sliecas rīkoties, lai izvairītos no zaudējumiem, nevis meklētu ieguvumus (Council of Europe, 2016). Ilustrējot zaudējumus – neparedzētas izmaksas klimata pārmaiņu seku novēršanai, naudas sodi ES līmenī par noteikto mērķu nepildīšanu, negūti ienākumi no mūsdienās pieprasītu (ilgtspējīgu) produktu ražošanas un pārdošanas, zaudētas kredīvēšanas iespējas – var uzsvērt iespēju šo finansējumu ieguldīt klimatam draudzīgā attīstībā;
- ņemot vērā Latvijas iedzīvotāju pirkatspēju, uzsvērt, ka ieguvumi būs FINANSIĀLI, norādot gan ietaupījumu no klimatam draudzīgiem pasākumiem, gan iespējas ekonomiskai attīstībai un ienākumiem, uzņēmumiem – konkurētspējas uzlabošanai;
- tajā pašā laikā naratīvā jāatspoguļo RŪPES par Latvijas dabu un nākamajām paaudzēm. Klimata naratīvā – un ne tikai Latvijā – bieži tiek pretstatīta ekonomika (nodarbinātība) un dabas aizsardzība. Taču ne tikai zinātnieki, bet arī politiķi ir atzinuši, ka pretnostatīšana nav produktīva. Izveidojot Globālo Ekonomikas un klimata komisiju, virkne bijušo valsts vadītāju, finanšu ministru un biznesa līderu piedāvā ideju par “jaunu klimata ekonomiku” (Dupar et al., 2019), kurā izmešu samazināšana tiek uzskatīta par pamatu spēcīgai ekonomikai un cilvēku labklājībai nākotnē, tā parādot, ka ekonomiskā

izaugsme un klimatrīcība ir savstarpēji papildinošas. Latvijas stratēģiskajā naratīvā ir būtiski uzsvērt, ka klimatom draudzīgs dzīvesveids nenozīmē dzīvi bez komforta un ērtībām – tās nav savstarpēji izslēdzošas lietas. Tāpat ir jārunā par nevienlīdzību, ko var radīt klimata politika, un jānorāda, kā šī nevienlīdzība tiks mazināta;

- rūpes par dabu un nākamajām paaudzēm ir arī daļa no latviešu DZĪVESZIŅAS. Saudzība pret dabu, tās saglabāšana nākamajām paaudzēm, saudzīga saimniekošana un pietāte pret zemi – tās ir kultūras vērtības, kas atspoguļojas Latvijas kultūrvēsturiskajā mantojumā. CLINAP rezultāti rāda, ka, domājot par iedzīvotājus motivējošiem faktoriem klimatom draudzīgai rīcībai, Latvijas iedzīvotājiem nemateriāli apsvērumi (rūpes par nākamajām paaudzēm, apkārtējās vides un dabas daudzveidības saglabāšana) izvirzās priekšplānā materiāliem elementiem (finanšu stimuli, adekvāta infrastruktūra). Gādīgums un pragmatisms ir divas lietas, ko Latvijas iedzīvotāji vēlētos redzēt arī vēstījumos par klimata pārmaiņām, kam tuvu seko individuālo ieguvumu akcentēšana un Latvijas problēmām specifisku risinājumu piedāvāšana.

Pētījuma gaitā notika *būtiskas izmaiņas ģeopolitiskajā situācijā* – 2022. gada 24. februārī Krievija sāka pilna mēroga karu Ukrainā. Tas mainīja uzsvarus Latvijas politiskajā retorikā. Krievija kļuva par Latvijas galveno apdraudējumu, klimata pārmaiņām praktiski pazūdot no dienaskārtības. Taču Krievijas “hiperdrošības” (Andžāns, 2023) noveda pie straujām izmaiņām Latvijas enerģētikas politikā (Krievijas gāzes importa aizliegums no 2023. gada 1. janvāra, nacionālā kopuzņēmuma “Latvijas vēja parki” izveidošana, valsts atbalsts mājsaimniecībām elektrauto iegādei un saules paneļu uzstādīšanai), tā būtiski ietekmējot arī klimata politiku. Šie notikumi apliecināja, ka *Krievijas apdraudējums* kalpo kā spēcīga motivācija izmaiņām rīcībā. Tajā pašā laikā pētījuma autori saskata riskus klimata politikai, noliekot klimata stratēģiskā naratīva centrā Krievijas apdraudējumu. Šāds “konflikts” rosina “darbību”, kas mazinātu Krievijas apdraudējumu. Taču tā ne vienmēr var būt klimata politikai labvēlīga. Piemēram, lēmumi par ilgtermiņa sašķidrinātās gāzes piegādēm no Klaipēdas vai sašķidrinātās gāzes termināļa būvniecību Skultē (likums atcelts 2023. gada 6. decembrī) rada labvēlīgu vidi, tai skaitā stratēģiskajā komunikācijā, fosilo resursu ilgtermiņa izmantošanai. Novietojot apdraudējumu stratēģiskā naratīva centrā, mērķis ir mazināt apdraudējumu un apdraudējuma mazināšanai der gan klimatom draudzīgi, gan klimatom kaitīgi pasākumi. Līdz ar to pētījuma autori iesaka klimata pārmaiņu stratēģiskā naratīva “konflikta” centrā novietot emisiju samazināšanu, jo, risinot šo jautājumu, tiks gan mazinātas klimata pārmaiņas, gan stiprināta Latvijas enerģētiskā drošība.

4. LAIKS

Latvijas klimata naratīvā lielākajā daļā gadījumu ir diskusija par aktuālajiem procesiem, bet tas nav uz nākotni vērsts. Pētnieki rosina Latvijas stratēģiskajā naratīvā iekļaut nākotnes dimensiju, *modelējot nākotnes attīstības scenārijus un norādot sagaidāmo rezultātu*:

- kādas izmaiņas gaidāmas tuvākā nākotnē (5–10 gadu laikā);
- kādas izmaiņas gaidāmas mazliet tālākā nākotnē (10–30 gadu laikā);
- kādas izmaiņas paredzamas tālākā nākotnē (30+ gadu laikā).

Naratīvā ir svarīgi identificēt “konflikta” cēloni (pagātne), aktuālo situāciju (tagadne) un soļus, kā un kādā laikā nogrieznī nonākt pie “konflikta” risinājuma (nākotne).

5. STĀSTĪTĀJS:

CLINAP rezultāti rāda, ka Latvijā klimata pārmaiņu naratīva “pārliccināšanas” spēku ietekmē uztvere par stāstītāju. Attiecībā uz stāstītāju pētījuma autori piedāvā fokusēties uz vairākiem elementiem: uzticamību, integritāti un sadarbību.

5.1. UZTICAMĪBA

CLINAP rezultāti parāda, ka Latvijas un citu valstu zinātnieki un klimata pētnieki mediju publikācijās par klimata pārmaiņām un ar tiem saistītiem jautājumiem parādās salīdzinoši reti. Taču CLINAP ietvaros veiktās aptaujas rezultāti rāda, ka jautājumos par klimata pārmaiņām Latvijas iedzīvotāji visvairāk uzticas zinātniekiem. Tiem seko ES un starptautiskās institūcijas, kā arī radi un draugi. Mediju vidū uzticamākie informācijas avoti ir televīzija un radio. Salīdzinoši maz iedzīvotāju uzticas politiķiem, valdībai un valsts pārvaldes institūcijām, bet labāki ir uzticēšanās rādītāji attiecībā uz pašvaldībām. Uzticēšanās nevalstiskajām organizācijām ir vidēja.

Nemot vērā, ka uzticēšanās politiķiem, valdībai un valsts pārvaldei Latvijā ir ilgtermiņā veidojusies problēma, kuras risināšanai nepieciešams laiks, vadlīnijas var sniegt tikai norādes par svarīgajiem elementiem politiskajā komunikācijā, lai veicinātu uzticēšanos klimata pārmaiņu naratīva stāstītājam. Pētījuma autori iesaka stāstītājam attīstīt šādas īpašības:

- *kompetence* (stāstītājam ir nepieciešamās zināšanas vai prasmes, lai sniegtu precīzas atbildes par klimata pārmaiņām, ar tām saistītām politikām un ticamus scenārijus nākotnes attīstībai; stāstītājs ir objektīvs un spējīgs atspēkot mītus);
- *spēja vienkārši un saprotami pasniegt sarežģītu informāciju* (stāstītājs spēj uztvert auditorijas zināšanu līmeni un pielāgot stāstījumu un tā valodu tam, spēj pasniegt informāciju vienkāršā, neprofesionālā veidā, spēj veidot saikni ar Latvijai specifiskiem klimata izaicinājumiem (plūdiem, karstuma viļņiem, kaitēkļu izplatību, u.tml.), izmanto multimodālus rīkus – infografikas, videoierakstus, u.tml.);
- *spēja sniegt asociatīvus un praktiskus rīcības piemērus* (stāstītājs spēj piedāvāt praktiskus risinājumus, skaidrojot soli pa solim, kā nonākt pie rezultāta; stāstītājs izmanto asociācijas, lai pasniegtu sarežģīto klimata pārmaiņu fenomenu cilvēkam saprotamā veidā; stāstītājs spēj ne tikai rosināt, bet arī demonstrēt un iedvesmot cilvēkus ar savām darbībām klimata pārmaiņu mazināšanā vai adaptācijā);
- *spēja komunicēt nepopulārus risinājumus* (stāstītājs spēj atklāti un racionāli nodot informāciju par risinājumiem, pat ja tie ir nelabvēlīgi kādai sabiedrības daļai);
- *autoritāte* (stāstītājs ir autoritāte sabiedrībā vai noteiktā sabiedrības segmentā; stāstītāju ciena par ētisko standartu un principu ievērošanu, kas iedvesmo citus sekot un uzticēties stāstītāja paustajam);
- *empātija* (stāstītājs spēj ieklausīties un saprast citu cilvēku argumentus; stāstītājs nav aizbildniecisks un patronizējošs);
- *atvērtība un draudzīgums* (stāstītājs ir atvērts dažādiem viedokļiem un respektē visus klausītājus; stāstītājs ir godīgs un atklāts savā komunikācijā un uzvedībā);
- *harisma* (stāstītājam piemīt pārliecība, šarms un ietekme, tā ļaujot viegli piesaistīt, iedvesmot un iesaistīt citus).

5.2. INTEGRITĀTE

Klimata pārmaiņu politisko komunikāciju Latvijas sabiedrība vērtē kā nepietiekamu, sadrumstalotu, sausu un tehnisku, kā arī orientētu uz Briseli. Sadrumstalotības problēma ir daļēji atrisināta, veicot institucionālas reformas un izveidojot Klimata un enerģētikas ministriju (KEM), kurā apvienoti klimata, enerģētikas, vides aizsardzības un atkritumu apsaimniekošanas sektori. Tajā pašā laikā vairāku ar siltumnīcefekta gāzu emisijām cieši saistītu sektoru – transporta, rūpniecības, kā arī lauksaimniecības un mežsaimniecības – politikas atrodas Satiksmes (SM), Ekonomikas (EM) un Zemkopības (ZM) ministriju pārziņā. Viedās administrācijas un reģionālās attīstības ministrijas (VARAM) pārziņā ir dabas aizsardzības jautājumi. Klimata komunikāciju Latvijā veic ne vien ministrijas, bet arī valsts augstākās amatpersonas: Valsts prezidents, Ministru prezidents un Saeimas priekšsēdētājs.

CLINAP autori rosina uzlabot politiskā līmeņa stāstītāja integritāti, veicot vairākas darbības:

- veidot stratēģisko naratīvu, fokusējoties uz *klimata pārmaiņu ietekmi uz Latviju* un Latvijas iedzīvotāju un uzņēmēju iespējām un zaudējumiem, nevis ES “prasībām” klimata jomā (skat. sadaļu “Darbība”);
- valsts komunikācijas līmenī *veidot skaidru izpratni par iesaistīto aktieru tīklu* ar to pienākumiem, funkcijām un ietekmi uz citiem aktieriem, kā arī darbības vai darbības trūkuma sekām un tā ietekmi uz citu aktieru darbību un sekām. Stratēģisko naratīvu veidot, skaidri identificējot aktierus, kas veic vai neveic darbību, tiem noteiktās funkcijas un pienākumus, izaicinājumus un šķēršļus, kā arī šo izaicinājumu un šķēršļu avotus;
- *saskaņot stratēģisko naratīvu* Valsts prezidenta, Ministru prezidenta, Saeimas priekšsēdētāja un ministru līmenī, KEM uzņemoties vadošo lomu un cieši sadarbojoties ar Valsts kancelejas Stratēģiskās komunikācijas un koordinācijas departamentu;
- veidot *sabalansētu komunikāciju* starp visiem politiskā līmeņa aktieriem (Valsts prezidents, Ministru prezidents, Saeimas priekšsēdētājs, KEM, nozaru ministrijas), tiem visiem komunicējot vienlīdz intensīvi;
- *iespējot pašvaldības* klimata pārmaiņu stratēģiskajā naratīvā, KEM ciešāk mijiedarbojoties ar pašvaldībām un dodot pašvaldībām iespēju pārvērst politiskās vīzijas praktiskos vēstījumos;
- komunikācijā *atsaukties uz zinātnisku pētījumu datiem* dažādās sfērās, runājot par klimata pārmaiņu ietekmi uz dabu, ekonomiku, veselību, resursu pieejamību u.tml., nevis tehnokrātisku procesu, izmantojot atsauces uz ES regulām un direktīvām vai ANO Klimata pārmaiņu konferenču rezultātiem;
- komunikācijā lietot *tiešu valodu*, atzīstot, ka klimata pārmaiņas ir sarežģīta problēma, kurai nepieciešama ilgtermiņa pieeja un daudzšķautņaini risinājumi;
- stratēģiskajā naratīvā fokusēties uz rīcību, *lietojot darāmās kārtas īstenības izteiksmi* tagadnē un nākotnē, nevis vajadzības vai vēlējuma izteiksmi. Proti, stāstot, ko Latvijas iestādes, amatpersonas un/vai sabiedrība dara vai darīs, nevis ko hipotētiski vajadzētu darīt vai kas varētu mainīties, ja būtu atbilstoši apstākļi vai nosacījumi.

5.3. SADARBĪBA

Nemot vērā zemo uzticēšanās līmeni Latvijas politiskajām institūcijām, ir būtiski meklēt sadarbības partnerus stratēģiskā naratīva izplatīšanā. Sadarbība ar zinātniekiem, uzņēmējiem un pilsoniskās sabiedrības pārstāvjiem sniedz politikas veidotājiem divpusējus ieguvumus: (1)

tā ir iespēja iegūt vērtīgas atziņas par to, kā tiek uztverta Latvijas klimata politika, tostarp tās veiksmes un neveiksmes, pārmērības un nepilnības. Tas ļauj veidot realitātei atbilstošu politiku un līdz ar to arī komunikāciju par klimata pārmaiņām un nepieciešamo rīcību; (2) tā ir iespēja specifiskām auditorijām skaidrot un pamatot Latvijas klimata politiku, tai skaitā nepopulārus lēmumus. Lai gan šāds process negarantē, ka zinātnieki, uzņēmēji un nevalstiskā sektora pārstāvji izplatīs politiskā līmenī veidoto stratēģisko naratīvu, tas veicina plašāku izpratni par politikas veidotāju motivāciju, mērķiem, iespējām un ierobežojumiem, kas potenciāli var ierobežot konfliktējošu naratīvu izplatību. Jāatzīmē, ka šāda sadarbība būs efektīva tikai tad, ja politikas veidotāji patiesi vēlas sadarboties un ieklausīties sadarbības partneru teiktajā, nevis izmantot šo sadarbību kā fasādi klimata politikas leģitimēšanai.

CLINAP autoriem ir vairāki ieteikumi sadarbībai:

- Latvijas stratēģiskajā naratīvā trūkst zinātnisku novērojumu par klimata pārmaiņām un to ietekmi Latvijā, līdz ar to politikas veidotājiem ieteicams *veidot plašāku sadarbību ar zinātniekiem*. Tā kā klimata pārmaiņām ir ietekme gan uz dabu, gan ekonomiku, gan veselību un sabiedrības dzīvesveidu, ieteicams sadarboties kā ar *eksakto, tā sociālo zinātņu pārstāvjiem*;
- Politikas veidotājiem ieteicams proaktīvi *izmantot Latvijas mediju*, it īpaši radio un televīzijas, sniegtās iespējas. Preses relīzes ir vienpusēji paziņojumi, taču, lai skaidrotu lēmumus, to cēloņus un sekas, valsts pārvaldes iestāžu sabiedrisko attiecību veidotājiem jāmeklē iespējas iesaistīt politikas veidotājus plašai vai specifiskai auditorijai pieejamās diskusijās mediju telpā;
- ņemot vērā augsto uzticēšanās līmeni *ES un starptautiskajām institūcijām*, stratēģiskajā naratīvā ieteicams atsaukties nevis uz to “prasībām”, bet gan atbalstu konkrētu risinājumu ieviešanā, tā izmantojot nevis konfrontējošu, bet papildinošu pieeju;
- sadarbībā *izvairīties no kādas noteiktas sabiedrības grupas prioritizēšanas*. Iesaistīt gan uzņēmējus, gan vidi pārstāvošās organizācijas kā līdzvērtīgus partnerus, izprotot abu argumentus un meklējot kopsaucēju;
- sadarbībā ar uzņēmējiem un pilsoniskās sabiedrības pārstāvjiem ir svarīgi sniegt nevis “pareizās” atbildes (kā vajadzētu būt saskaņā ar ES regulējumu), bet gan *reālistisku situācijas novērtējumu*. Atklāti jārunā par riskiem Latvijas ekonomikā, videi un sociālajai situācijai, kā arī jāmeklē risinājumi, kas izdevīgi vairākumam, un spēj sasniegt pēc iespējas vairāk klimata mērķu ar pēc iespējas mazākiem zaudējumiem. Vienlaikus jādiskutē par atbalsta mehānismiem tiem, kas varētu saskarties ar zaudējumiem no šiem risinājumiem.

VADLĪNIJU IEROBEŽOJUMI

Lai veidotu stratēģisku naratīvu, *ir nepieciešams skaidri definēts mērķis* un vienošanās par veidu, kā to sasniegt. Kā minēts ievadā, stratēģiskais naratīvs ir instruments, ar kura palīdzību var panākt mērķa sasniegšanu. Lai komunicētu stratēģiski, vispirms ir nepieciešama pati stratēģija. Pētījumā secinājām, ka Latvijas sabiedrības un uzņēmēju uztverē Latvijai šādas skaidri definētas stratēģijas nav. Stratēģijas trūkums varētu būt galvenais šķērslis šo vadlīniju ieviešanai.

Stratēģiskā naratīva pārliecināšanas spēku ietekmē tā *atbilstība realitātei*. Ja stratēģiskais naratīvs tiek veidots plakātiski, bez atbilstoša seguma rīcībpolitikā un praktiskajā rīcībā, pastāv risks, ka to uzskatīs par politiku lozungu savtīgu mērķu sasniegšanai. CLINAP rezultāti apstiprina, ka Latvijā vairākums cilvēku (74 %) piekrīt apgalvojumam, ka “klimata pārmaiņas ir izdevīgs lozungs politiķiem”. Pretruna starp stratēģisko naratīvu un rīcību rada risku stāstītāja uzticamībai un līdz ar to arī naratīva efektivitātei.

Praktiskajā vadlīniju piemērošanā ir jāņem vērā *auditorija, kuru plānots uzrunāt*. Stratēģiskajā naratīvā ir svarīgi izprast auditorijas zināšanas par klimata pārmaiņām un bažas, lai piedāvātu risinājumus, kas atbild uz šīm bažām. Piemēram, ir vispārpieņemts uzskats, ka jauniešus klimata pārmaiņas satrauc vairāk nekā seniorus. CLINAP veiktā aptauja apstiprina, ka 18–24 gadus veciem cilvēkiem klimata pārmaiņu tēma interesē vairāk (66 %) nekā vidēji Latvijas iedzīvotājam (59 %), bet cilvēkiem 65 un vairāk gadu vecumā – mazāk (54 %). Tomēr aptauja arī parāda, ka seniori daudz vairāk nekā jaunieši un vidēji Latvijas iedzīvotāji veic tādas klimatam draudzīgas aktivitātes kā energotaupīgu mājāsaimniecības priekšmetu iegāde vai enerģijas taupīšana, samazinot gaisa temperatūru apkures sezonā un kontrolējot elektrības lietošanu. Jaunieši savukārt ir līderi vienreiz lietojamo plastmasas priekšmetu patēriņa samazināšanā. Tas liecina, ka, neskatoties uz interesi par klimata pārmaiņām, ir faktori, kas noteiktu auditoriju interesē vairāk, bet citu – mazāk. Ja senioriem aktuālāks ir finansiāls ietaupījums, samazinot energopatēriņu, tad jaunieši, iespējams, vairāk domā par pasaules okeāna pasargāšanu no plastmasas atkritumiem. Šāda auditoriju specifika ir jāņem vērā, un tai jāpielāgo stratēģiskais naratīvs.

Stratēģiskajā naratīvā vienlīdz liela *uzmanība jāpievērš enerģētikai, transportam, lauksaimniecībai, mežsaimniecībai un aprites ekonomikai*. Ir jālauž Latvijas sabiedrībā iesakņojusies apziņa, ka klimata pārmaiņu mazināšana ir paveicama galvenokārt ar atkritumu šķirošanu. Atkritumi ir jāturpina šķirot, jo tas būtiski mazina sadedzināmo atkritumu apjomu un dabas piesārņojumu, taču stratēģiskajā naratīvā ir jāpievēršas arī citiem pasākumiem, kam ir augsts potenciāls būtiski samazināt emisijas.

Vadlīnijas balstās uz datiem, kas iegūti CLINAP pētījumā laika posmā no 2021. līdz 2023. gadam. Tajā pašā laikā ieteikumi ir vispārināti, padarot tos pielietojamus klimata stratēģiskā naratīva veidošanai ilgstošākā laika periodā.

Vadlīnijas var izgaismot problēmas, kas ir saistītas ar klimata politikas veidošanu Latvijā, taču tās nav paredzētas klimata politikas uzlabošanai. Vadlīniju centrālais fokuss ir stratēģiskā klimata komunikācija un ar to saistītie izaicinājumi. CLINAP autori aicina pilnvērtīgi izmantot vadlīnijas komunikācijas izaicinājumu risināšanai.

IZMANTOTĀ LITERATŪRA

Andžāns, M. (2023). Small Powers, Geopolitical Crisis and Hypersecuritisation: Latvia and the Effects of Russia's Second War in Ukraine. *Central European Journal of International and Security Studies*, 17(2), 138-162. <https://doi.org/10.51870/RNCC4980>

Bushell, S., Buisson, G.S., Workman, N. & Colley, T. (2017). Strategic narratives in climate change: Towards a unifying narrative to address the action gap on climate change. *Energy Research & Social Science* 28, 39-49. <http://dx.doi.org/10.1016/j.erss.2017.04.001>

Council of Europe. (2016). *Communicating Climate Change and Biodiversity to Policy Makers*. <https://rm.coe.int/16806c11bb>

Dupar, M., McNamara, L. and Pacha, M. (2019). *Communicating climate change: A practitioner's guide*. Cape Town: Climate and Development Knowledge Network. <https://cdkn.org/resource/guide-communicating-climate-change-a-practitioners-guide>

Klimata un enerģētikas ministrija (KEM). (2024). *Par siltumnīcefekta gāzu emisiju samazināšanas un oglekļa dioksīda piesaistes saistību izpildi*. https://tapportals.mk.gov.lv/legal_acts/e420f840-ef0f-4ece-a07f-01672834a78b

Klimata un enerģētikas ministrija (KEM). (2024). *Latvijas Nacionālais klimata un enerģētikas plāns 2021.–2030.gadam*. https://www.kem.gov.lv/sites/kem/files/media_file/kemplans_nekp_08072024.pdf

Miskimmon, A., O'Loughlin, B. and Roselle, L. (2013). *Strategic narratives: communication power and the new world order*. New York, London: Routledge

Shome, D. & Marx, S. (2009). *The psychology of climate change communication: A guide for scientists, journalists, educators, political aides, and the interested public*. New York: Center for Research on Environmental Decisions. <http://cred.columbia.edu/guide/>