



© Fritz Pölking / WWF

Komunikacija o prilagođavanju klimatskim promenama

Shaun Martin
*Prilagođeno prema
prezentaciji Susanne C.
Moser, Ph.D*



Komunikacija o prilagođavanju klimatskim promenama

Tri ključne lekcije

1. Kako bi stvorili promene u ponašanju, komunikacija mora da motiviše i da smanjuje prepreke pri delovanju.
2. Većina ljudi NIJE motivisana na promenu u ponašanju putem poruka punih straha i nervoze. Motivisani su pomoću poruka koje donose nadu i osećaj za poboljšanje.
3. Komunikacija mora biti lokalna i vezana za probleme za koje ljudi mare. Nauka NIJE najbolji pristup strategijama komunikacije.



Šta je komunikacija?

ASSESSING THE IMPACTS OF CLIMATE CHANGE ON
MADAGASCAR'S BIODIVERSITY AND LIVELIHOODS

A WORKSHOP REPORT



MACARTHUR
The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation



Komunikacija nije cilj
na kraju projekta.

Ona je kontinuirani i
integralni deo
planiranja i
sprovođenja
prilagođavanja.



Pogrešna verovanja o komunikaciji o klimatskim promenama

Kada bi ljudi
razumeli
problem,
promenili bi
svoje ponašanje.



Pogrešna verovanja o komunikaciji o klimatskim promenama

Komunikacija o klimatskim promenama znači uveriti ljude da je problem stvaran.



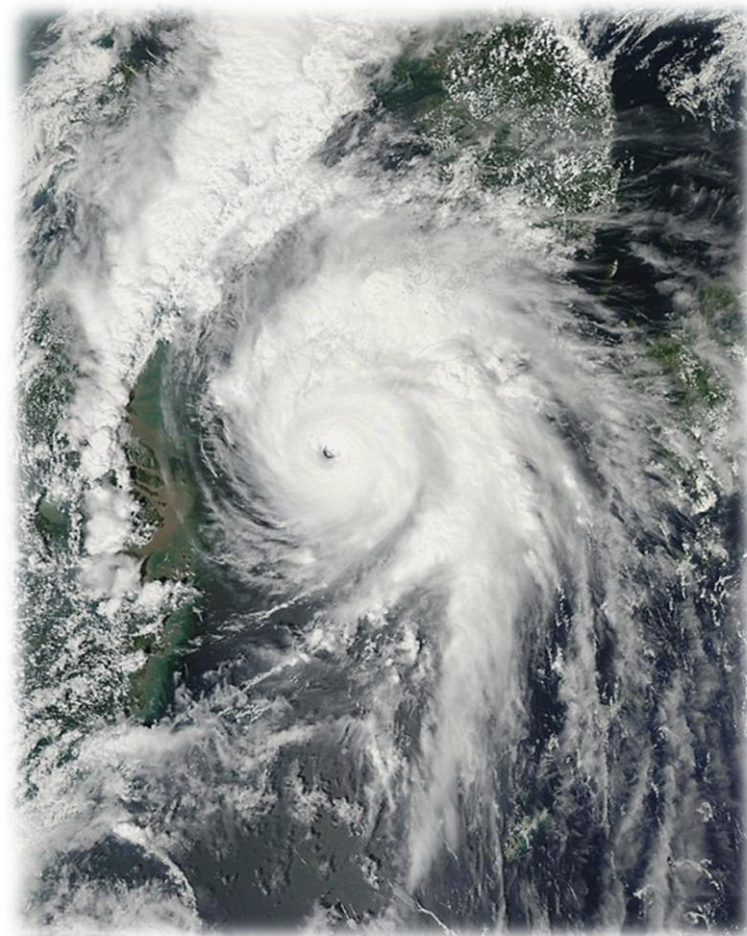
Pogrešna verovanja o komunikaciji o klimatskim promenama

Možda, ako još
više uplašimo
ljude, tada će
sigurno shvatiti
kako su
klimatske
promene hitan
slučaj.



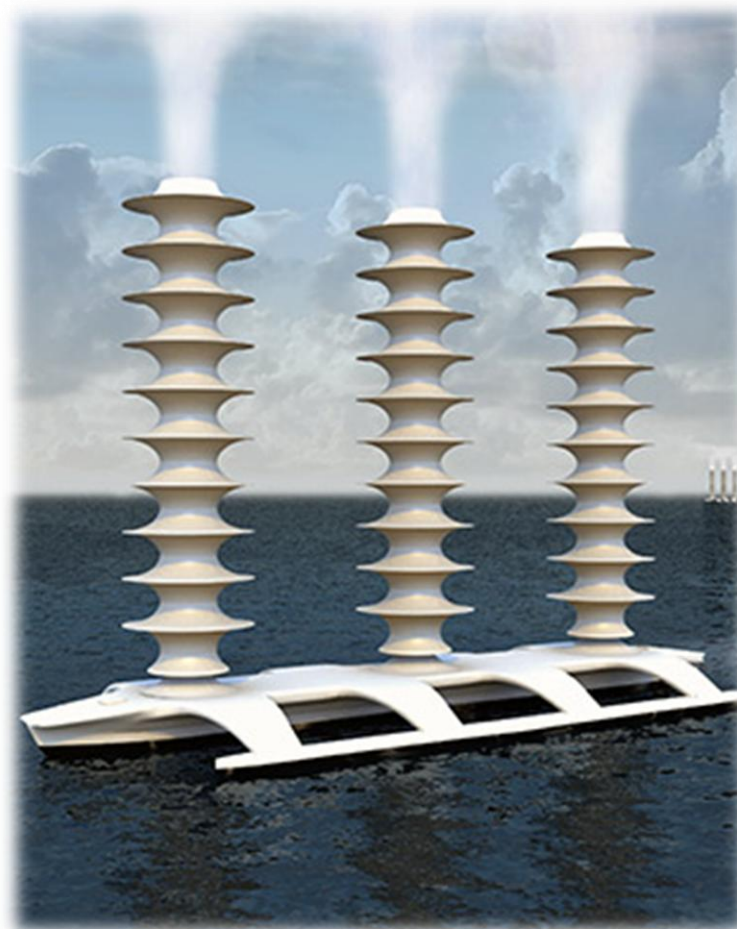
Pogrešna verovanja o komunikaciji o klimatskim promenama

Ono što nam je
zaista potrebno
je velika prirodna
nepogoda.



Pogrešna verovanja o komunikaciji o klimatskim promenama

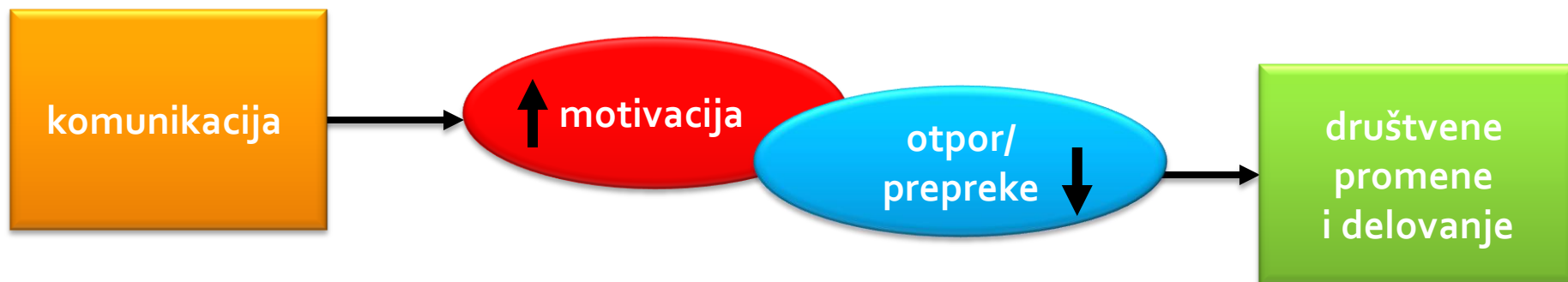
Neko će naći
tehničko rešenje.



Komunikacija za društvene promene

Da bi komunikacija bila delotvorna, tj. da bi se poboljšao odaziv društva ili postigle poželjne društvene promene, treba da postigne dve stvari:

1. da u dovoljnoj meri *povisi nivo motivacije i zadrži je* kako bi došlo do promene u praksi ili politici
2. *da doprinese smanjivanju prepreka i otpora*



Šta uzeti u obzir pri razvoju komunikacije

1. Zašto komunicirate?
 - informisanje, mobilizacija na akciju, stvaranje društvene promene?
2. Ko je vaša publika?
 - donosioci odluka, uticajni ljudi, itd.
3. Šta bi privuklo vašu publiku?
 - njihova uverenja, vrednosti, jezik, itd.
4. Ko je vaš glasnik?
 - direktno ili indirektno prenošenje poruke?
5. Ko će dostaviti vašu poruku?
 - masovni mediji, sastanci, dijalog lice u lice?

**10 saveta o
prenošenju poruke o
prilagođavanju
klimatskim
promenama**

10 saveta o prenošenju poruke o prilagođavanju klimatskim promenama

1

Priča o prilagođavanju ne mora da sadrži priču o klimatskim promenama ili čak ni prilagođavanju na njih.



10 saveta o prenošenju poruke o prilagođavanju klimatskim promenama

2

Ali prilagođavanje zahteva reč o ranjivosti, i kako je smanjiti.



10 saveta o prenošenju poruke o prilagođavanju klimatskim promenama

3

Prilagođavanje klimatskim promenama mora biti povezano sa problemima za koje ljudi mare.



10 saveta o prenošenju poruke o prilagođavanju klimatskim promenama

4

Počnite s onim što je lako razumljivo. Upozorenja navedite kasnije.



10 saveta o prenošenju poruke o prilagođavanju klimatskim promenama

5

Koristite jezik koji će vaša publika razumeti.



10 saveta o prenošenju poruke o prilagođavanju klimatskim promenama

6

Nemojte preterivati sa naukom.
Nepouzdanost je stvarna i
prisutna.



10 saveta o prenošenju poruke o prilagođavanju klimatskim promenama

7

Budite oprezni pri naglašavanju opasnosti i upotrebi “crne budućnosti” kako bi došli do cilja.

10 saveta o prenošenju poruke o prilagođavanju klimatskim promenama

8

Pružite osećaj realne nade pomoću jasnih dijagnoza, jasne vizije i izvodjivog puta delovanja.



10 saveta o prenošenju poruke o prilagođavanju klimatskim promenama

9

Masovna komunikacija nije dovoljna. Dijalog je najdelotvorniji.



10 saveta o prenošenju poruke o prilagođavanju klimatskim promenama

10

Rešenja i vizije razvijeni zajedno su snažniji.





Developing Differently to Build Adaptive Capacity of Women in Bangladesh

By Carina Bachofen



Three Bengali women in Dhaka. By Ahron de Leeuw via Wikimedia Commons

Last year marked the three-year anniversary of Cyclone Sidr, which ravaged the southern coast of Bangladesh and claimed the lives of 3,500 people. Loss of life was exacerbated by loss of development potential as the fierce storm decimated the mud and thatch homes of countless families, destroyed key infrastructure, and damaged productive land, leaving millions of poor individuals more vulnerable to climate change than ever before. In the wake of Cyclone Sidr, questions were raised about how to build resilience to climate change without compromising national development goals. So now, more than three years later, is Bangladesh developing differently? What lessons can be learned from the Bangladeshi experience to reframe development and climate action as mutually supportive

objectives?

One can consider these questions and measure development progress from several angles. As climate change affects men and women differently, understanding the gender dimensions of climate change can provide valuable clues for designing development interventions that build resilience to climate impacts, and are effective and equitable for all.

[Continue reading](#)

[+ Share/Save](#)

March 7th, 2011 | Tags: adaptive capacity, Bangladesh, Cyclone Bhola, Cyclone Sidr, development policy, disaster risk reduction, Gender, Gender-based inequalities, maladaptation, South Asia, sustainable development, Women | Category: Communities Respond, Uncategorized, capacity building,



Costa Rica Sea Turtle Nesting



Write for Us

Learn how you
can contribute
to ClimatePrep

HSBC Climate Partnership

HSBC

The world's local bank

Focus Areas

- Ecosystems and Species
- On the Cutting Edge
- Policy
- Communities Respond
- Disaster Risk Reduction

Adaptation Links

- [HSBC Climate Partnership](#)
- [WWF Climate Blog](#)
- [WWF's Climate Change Work](#)

Adaptation Professionals

Komunikacija o prilagođavanju klimatskim promenama

Tri ključne lekcije

1. Kako bi stvorili promene u ponašanju, komunikacija mora da motiviše i da smanjuje prepreke pri delovanju.
2. Većina ljudi NIJE motivisana na promenu u ponašanju putem poruka punih straha i nervoze. Motivisani su pomoću poruka koje donose nadu i osećaj za poboljšanje.
3. Komunikacija mora biti lokalna i vezana za probleme za koje ljudi mare. Nauka NIJE najbolji pristup strategijama komunikacije.



pitanja?

**primena u
praksi**

osvrt

**da li ste spremni
da razgovarate o
prilagođavanju?**

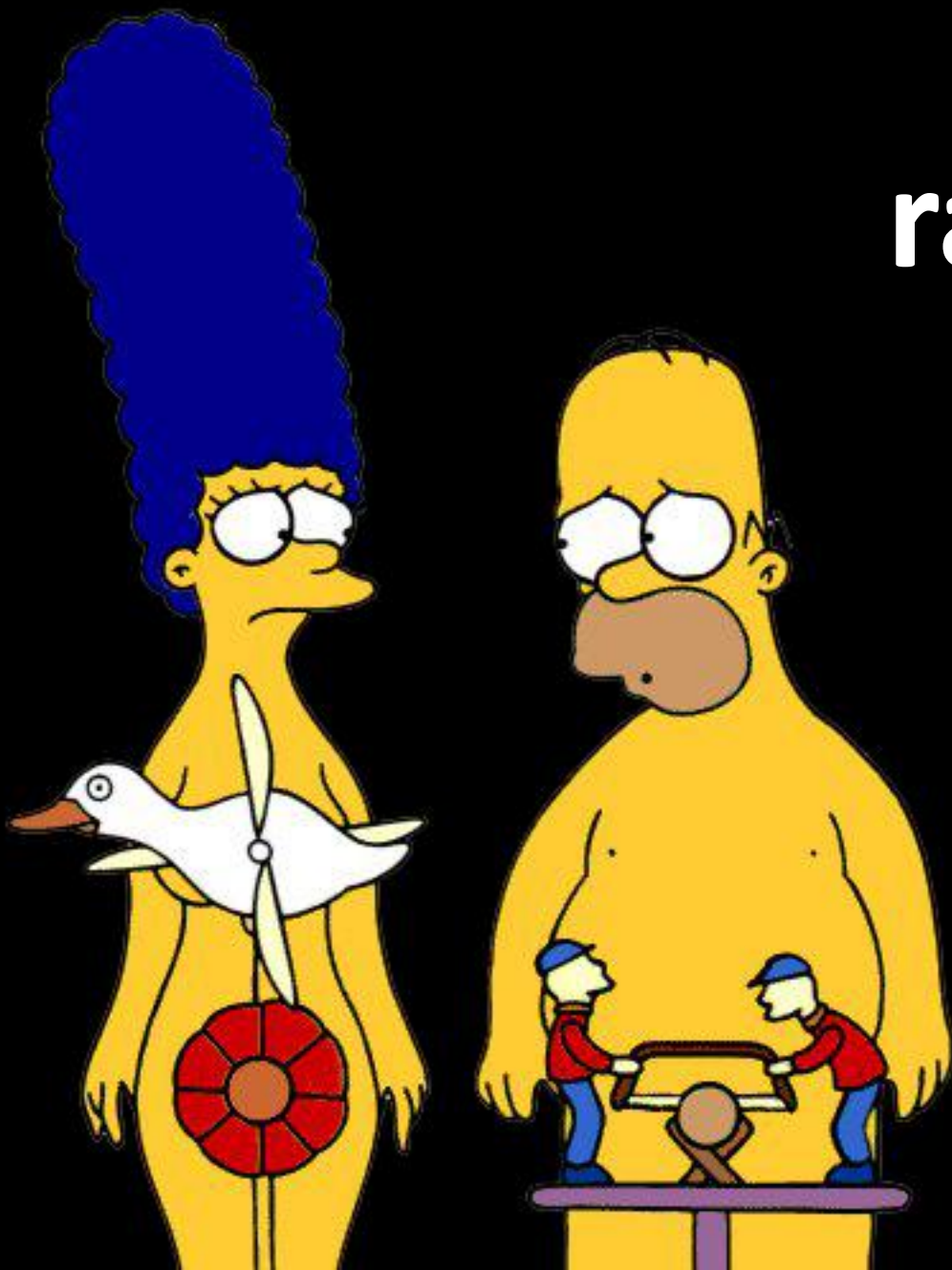


**ovo su 10 saveta
za pomoć**

imate olovku?

**slobodno ne pričajte o
klimatskim
promenama**

ali morate
razgovarati o
ranjivosti



počnite s onim što
je lako razumljivo





povežite sa
onim za šta
ljudi mare

izaberite reči
koje će čuti
vaša publika



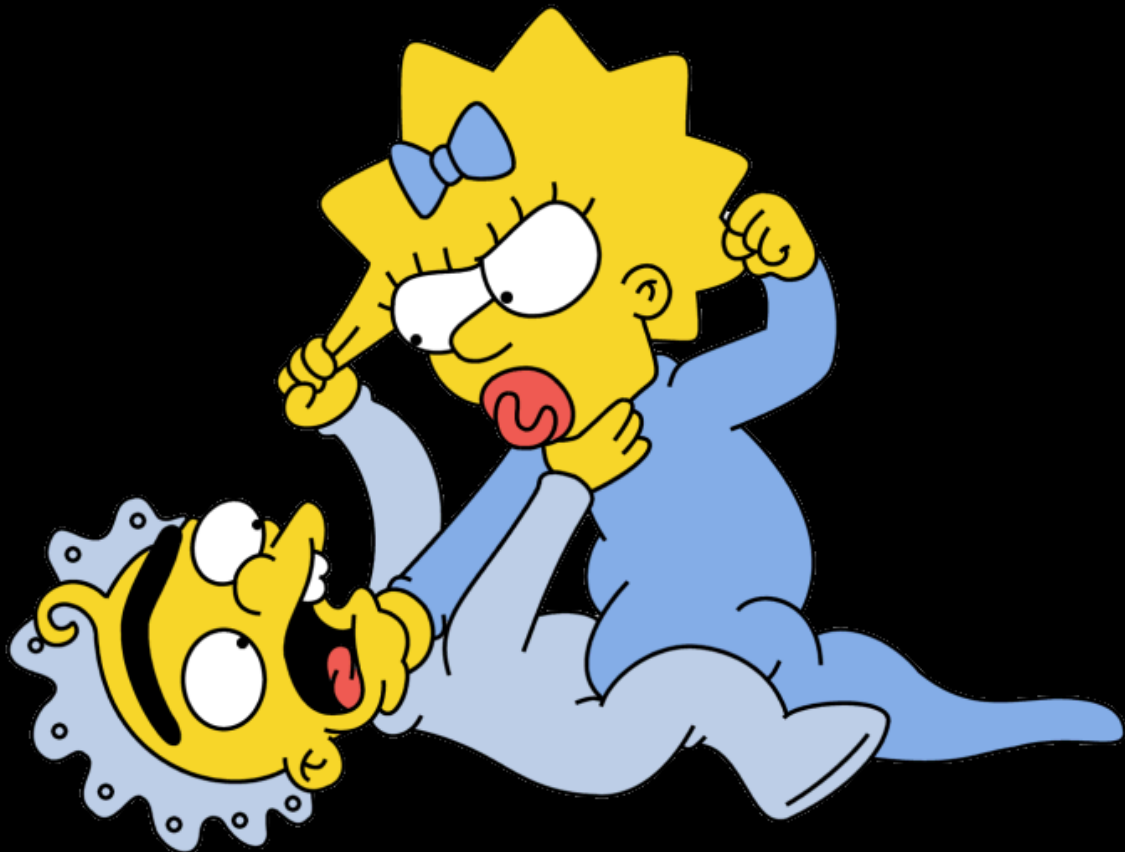
izbegavajte
crne misli



ne preterujte sa naukom



dijalog je
najdelotvorniji





zajednička
rešenja su
snažnija

i

dajte im razlog za nadu



proširite řeč

