

# Open Journal of Animation, Film and Interactive Media in Education and Culture [AFIMinEC]

Vol 3, No 3 (2022)

afimec



**Η κλιματική κρίση στις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες: Κυρίαρχες τάσεις της περιόδου 2009-2020**

*Μιχάλης Τασσόγλου, Λυδία Αβράμη, Σταμάτης Πουλακιδάκος, Νίκος Δεμερτζής*

doi: [10.12681/afimec.31744](https://doi.org/10.12681/afimec.31744)

## To cite this article:

Τασσόγλου Μ., Αβράμη Λ., Πουλακιδάκος Σ., & Δεμερτζής Ν. (2022). Η κλιματική κρίση στις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες: Κυρίαρχες τάσεις της περιόδου 2009-2020. *Open Journal of Animation, Film and Interactive Media in Education and Culture [AFIMinEC]*, 3(3). <https://doi.org/10.12681/afimec.31744>

## Η κλιματική κρίση στις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες: Κυρίαρχες τάσεις της περιόδου 2009-2020

**Μιχάλης Ταστσόγλου**  
Ακαδ. υπότροφος (Δρ.), ΕΚΠΑ  
tastsog@media.uoa.gr

**Λυδία Αβράμη**  
Επιστημονική Συνεργάτιδα (Δρ.), ΕΚΚΕ  
lavrami@ekke.gr

**Σταμάτης Πουλακιδάκος**  
Επίκουρος Καθ/τής, ΠΔΜ  
spoulakidakos@uowm.gr

**Νίκος Δεμερτζής**  
Καθ./τής, ΕΚΠΑ, Πρόεδρος ΕΚΚΕ  
ndemert@media.uoa.gr

**Abstract:** The climate crisis is a global, ever-present, and escalating phenomenon with almost global-scaled tangible consequences. Nevertheless, it is disproportionately represented in the public sphere, regardless of its importance and severity. As part of the “National Network on Climate Change and its Impacts” project, a quantitative content analysis research on news websites was conducted. The aim of the research was to record and analyze the journalistic coverage of the issue from 2009 to 2020, focusing on two research questions about the extent to which climate change is integrated to the media agenda and the relation between journalistic coverage and prevailing perceptions/scientific theories. The sample consists of 2,278 publications and the data analysis was based on a research protocol. The research shows that, although the coverage of climate change is increasing significantly from 2017 onwards, the conceptualization of climate change is insufficient, while the most publications not explicitly defining it, emphasis is given to the impacts of climate change and not so much to its causes. Furthermore, the coverage of issues related to climate change adaptation is particularly limited. On the other hand, experts’ opinions on climate change were found to be commonly reproduced by the news websites of our sample.

**Key-words:** climate change, media monitoring, content analysis, framing, agenda setting

### Περίληψη

Η κλιματική κρίση είναι φαινόμενο παγκόσμιο, αεί παρόν και επιτεινόμενο. Οι συνέπειές της είναι ορατές σχεδόν σε παγκόσμια κλίμακα, αλλά στη δημόσια σφαίρα εκπροσωπείται δυσανάλογα, τουλάχιστον ως προς τη σημασία και τη δριμύτητά της. Στο πλαίσιο της Δράσης «Διερεύνηση των ευρύτερων επιπτώσεων των δράσεων μετριασμού των εκπομπών στην οικονομία, στην κοινωνία και στο περιβάλλον» του έργου «Εθνικό Δίκτυο για την Κλιματική Αλλαγή και τις επιπτώσεις της» διεξήχθη έρευνα ποσοτικής ανάλυσης περιεχομένου σε ειδησεογραφικές ιστοσελίδες. Σκοπός της έρευνας ήταν να καταγράψει και να αναλύσει τη δεκαετή δημοσιογραφική κάλυψη του ζητήματος εστιάζοντας σε δύο ερευνητικά ερωτήματα: το βαθμό που η κλιματική αλλαγή εντάσσεται στην θεματολογία των ΜΜΕ και τη σύνδεση μεταξύ δημοσιογραφικής κάλυψης κι επικρατουσών αντιλήψεων/επιστημονικών απόψεων. Το δείγμα αποτελείται από 2.278 δημοσιεύματα της περιόδου 2009-2020 και η ανάλυση των δεδομένων έγινε με τη χρήση ερευνητικού πρωτοκόλλου. Η έρευνα δείχνει ότι, αν και η κάλυψη της κλιματικής αλλαγής αυξάνεται σημαντικά από το 2017 κι έπειτα, η εννοιολόγηση της κλιματικής αλλαγής φαίνεται να είναι ανεπαρκής, με την πλειονότητα των δημοσιευμάτων να μην κάνουν ρητή αναφορά στον ορισμό της, έμφαση δίνεται στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής και όχι τόσο στα αίτια της, ενώ είναι ιδιαίτερα περιορισμένη η κάλυψη ζητημάτων που σχετίζονται με την προσαρμογή στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Από την άλλη, ως θετική

κρίνεται η συχνή αναφορά σε ειδικούς επιστήμονες, των οποίων οι απόψεις επί της κλιματικής αλλαγής αναπαράγονται τακτικά.

**Λέξεις-κλειδιά:** κλιματική κρίση, media monitoring, ανάλυση περιεχομένου, πλαισίωση, καθορισμός θεματολογίας

## 1. Εισαγωγή

Η κλιματική κρίση είναι φαινόμενο παγκόσμιο, αεί παρόν, οπωσδήποτε αισθητό πλέον και επιτεινόμενο (Δεμερτζής, Τατσσόγλου & Πουλακιδάκος, 2021). Οι συνέπειές της είναι ορατές σχεδόν σε παγκόσμια κλίμακα, αλλά στη δημόσια σφαίρα αποτυπώνεται δυσανάλογα (Olausson & Berglez 2014), τουλάχιστον σε σύγκριση με τη σημασία και τη δριμύτητά της.

Στο πλαίσιο της Δράσης «Διερεύνηση των ευρύτερων επιπτώσεων των δράσεων μετριασμού των εκπομπών στην οικονομία, στην κοινωνία και στο περιβάλλον» του έργου «Εθνικό Δίκτυο για την Κλιματική Αλλαγή και τις επιπτώσεις της» (CLIMPACT) διεξήχθη από το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών (ΕΚΚΕ) έρευνα ποσοτικής ανάλυσης περιεχομένου σε ειδησεογραφικές ιστοσελίδες. Το έργο χρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων και τη Γενική Γραμματεία Έρευνας και Καινοτομίας (<https://climpact.gr/main/>).

Σκοπός της έρευνας είναι να καταγράψει και να αναλύσει τη δημοσιογραφική κάλυψη της κλιματικής κρίσης. Ειδικότερα, επιχειρείται να διαπιστωθεί κατά πόσον υπάρχει σύνδεση, πρώτον, αυτής της κάλυψης με την ευρύτερη θεματολογία των ΜΜΕ και, δεύτερον, αυτής της κάλυψης με τις επιστημονικές εξελίξεις γύρω από το ζήτημα. Τέλος, καταγράφεται και αναλύεται εάν και σε ποιο βαθμό οι ειδησεογραφικές ιστοσελίδες συμβάλλουν στην ουσιαστική ενημέρωση της κοινής γνώμης για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και την προσαρμογή στις επιπτώσεις της.

## 2. Κλιματική αλλαγή και ΜΜΕ

Τα ΜΜΕ εστιάζουν επιλεκτικά σε φαινόμενα και τα πλαισιώνουν κατά τέτοιο τρόπο ώστε να προκρίνουν ερμηνείες και λύσεις. Αποτελούν την κατ' εξοχήν αρένα όπου τίθενται προς διάλογο οι επιπτώσεις και οι δυνητικές επιλογές αντιμετώπισης μιας κρίσης (Iyengar 1991. Entman 1993. Ford & King 2015). Σημαντικό στοιχείο στη διαχείριση μίας κρίσης αποτελεί η διαδικασία εννοιολόγησής της (Τατσσόγλου, 2022), η οποία σε μεγάλο βαθμό λαμβάνει χώρα διά των ΜΜΕ. Το αυτό συμβαίνει και στην περίπτωση των περιβαλλοντικών ζητημάτων (Δεμερτζής, 2002), πολλώ δε μάλλον στη Δαμόκλειο σπάθη που ονομάζεται κλιματική αλλαγή (Dispensa & Brulle, 2003. Olausson, 2011).

Στο λυκαυγές του 21ου αιώνα η κλιματική αλλαγή δεν τύγχανε επαρκούς κάλυψης (Dispensa & Brulle 2003. Olausson & Berglez 2014). Υπήρχαν, ωστόσο, εκτιμήσεις ότι τα ζητήματα που σχετίζονται με τις κλιματικές μεταβολές θα έλκυαν στο μέλλον ολοένα και περισσότερο το ενδιαφέρον τόσο των ΜΜΕ, όσο και των πολιτών (Dunlap & Marshall 2007). Η κάλυψη της κλιματικής αλλαγής από τα ΜΜΕ συνιστά ένα πολύπλοκο ζήτημα. Η πολυπλοκότητά του έγκειται σε πολιτικοοικονομικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη δημοσιογραφική λειτουργία, όπως είναι η ιδιοκτησία των ΜΜΕ, η διαφήμιση, η λογική της φιλελεύθερης οικονομίας κτλ (Poberezhskaya, 2014. Gkiouzepas, 2015). Επιπροσθέτως, τα ΜΜΕ ενίοτε διάκεινται κριτικά απέναντι

στα κοινωνικά κινήματα έως και λειτουργούν ανασταλτικά ως προς τη δυναμική επιρροή τους. Εξαιρέση δεν αποτελούν τα αντίστοιχα περιβαλλοντικά, καθώς οι ιδιοκτήτες των ΜΜΕ δραστηριοποιούνται- μεταξύ άλλων- σε οικονομικές αγορές που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τη μόλυνση του περιβάλλοντος (Lester, 2010. Dispensa & Brulle, 2003. Gkiouzepas, 2015).

Ένα σχετικό πρόβλημα, το οποίο περιορίζει τη δραστηριοποίηση ανθρωπίνων και υλικών πόρων προς την κατεύθυνση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, είναι η ελλιπής κατανόηση του θέματος από το ευρύ κοινό, κυρίως λόγω της αδρομερούς και ανεπαρκούς εννοιολόγησης της κλιματικής αλλαγής (Dryzek, Norgaard & Schlosberg, 2013). Στη σχετική βιβλιογραφία (Poberzhskaya, 2014. Frondel, Simora & Sommer, 2017. Smith & Mayer, 2018) διατυπώνονται αμφιβολίες για το εάν και κατά πόσο τα ΜΜΕ συμβάλλουν θετικά στη νοηματοδότηση της κρίσης (Takahashi, 2010). Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί ο χρονικός ορίζοντας εκδήλωσης των συνεπειών της κλιματικής αλλαγής. Τα δημοσιογραφικά κείμενα τείνουν να μεταθέτουν την εκδήλωση των συνεπειών της κλιματικής αλλαγής είτε χρονικά είτε χωρικά (Taylor, Dessai & Bruine de Bruin, 2014. Frondel, Simora & Sommer, 2017), παρακάμπτοντας το ότι οι συνέπειες της κλιματικής αλλαγής επισυμβαίνουν σε τρέχοντα χρόνο και όπου γης.

Η πλαισίωση των ειδήσεων παίζει καθοριστικό ρόλο στην ενίσχυση της επίγνωσης του κοινού επί των εκάστοτε διαμειβομένων θεμάτων. Ως προς την κλιματική αλλαγή, τα ΜΜΕ μέσω της πλαισίωσης προτείνουν και απορρίπτουν λύσεις, επιρρίπτουν και αμφισβητούν ευθύνες, αλλά και καλύπτουν την εν γένει απόκριση στην κρίση (Ford & King, 2015. Gkiouzepas, 2015). Χαρακτηριστικά παραδείγματα επιρροής της ειδησεογραφικής πλαισίωσης αποτελούν ο ορισμός της κλιματικής αλλαγής, ο χρονικός ορίζοντας εντός του οποίου τίθενται οι επιπτώσεις από αυτήν, οι συγκεκριμένες επιπτώσεις στις οποίες συγκεντρώνονται τα φώτα της δημοσιότητας, η αναφορά σε διεθνείς συνθήκες/συμφωνίες κτλ. Η αναφορά σε καταστροφές που οφείλονται σε επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, όπως είναι οι πυρκαγιές, διευκολύνει την πρόσληψη της διακινδύνευσης από την κοινή γνώμη (Frondel, Simora & Sommer, 2017). Από την άλλη, οι ακραίες καιρικές συνθήκες αποτελούν ένα δυσεξήγητο αντικείμενο. Ωστόσο, και σε αυτήν την περίπτωση, η κάλυψή τους ως επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής προάγει την ευαισθητοποίηση του κοινού (Stephenson, 2008). Τέλος, ένας αξιοσημείωτος παράγοντας που καθοδηγεί την εννοιολόγηση γύρω από μία κρίση είναι η επιλογή των ανθρώπων που παρουσιάζονται ως ειδικοί στα ΜΜΕ, κάτι που διεφάνη και κατά την κάλυψη της πανδημίας του κορωνοϊού (Tastsoglou & Minotakis, 2021).

Ένα άλλο σημαντικό ζήτημα που απορρέει από κάθε κρίση ενέχει τρία ερωτηματικά. Τι και ποιοι οδήγησαν σε αυτήν, αλλά και σε ποιους θεσμούς επαφίεται η διαχείρισή της. Η κλιματική αλλαγή είναι μία ανθρωπογενής διακινδύνευση (Gavin, Leonard-Milson & Montgomery, 2011. Rickard κ.ά., 2014). Η εκμετάλλευση του περιβάλλοντος σε πρωτόγνωρο ιστορικά βαθμό κατά τα τελευταία διακόσια χρόνια συνιστά ανθρώπινη παρέμβαση στη φυσική ισορροπία. Εντούτοις, η προαναφερθείσα πολυπλοκότητα έχει ως αποτέλεσμα μία μιντιακή ενορχήστρωση που πολλές φορές επηρεάζεται από πολιτικοοικονομικούς παράγοντες (Gkiouzepas, 2015): τα ΜΜΕ τείνουν να μην επιρρίπτουν ευθύνες στις επιχειρήσεις για την επιβάρυνση του περιβάλλοντος (Dispensa & Brulle, 2003). Επί παραδείγματι, η Poberzhskaya (2014) διατείνεται πως η κλιματική αλλαγή στη Ρωσία είναι ένα ζήτημα που εν πολλοίς

καλύπτεται μονοφωνικά λόγω της ιδιότυπης πολιτειακής κατάστασης που θέλει το κράτος να υπερασπίζεται άμεσα τα συμφέροντα της οικονομικής ελίτ της χώρας.

Σύμφωνα με την ίδια, σημαντικό ρόλο στην εν γένει ασάφεια γύρω από την κλιματική αλλαγή παίζει η ιδεολογική κυριαρχία του νεοφιλελευθερισμού (Poberzhskaya, 2014). Μέσω της συγκεκριμένης ιδεολογίας επιχειρείται η απεμπόληση οποιουδήποτε δισταγμού απέναντι στην ολοκλήρωση της παγκόσμιας κοινωνίας της αγοράς (Fremstad & Paul, 2022. Ταστσόγλου, 2022). Συγχρόνως, δεδομένου ότι μία- ευρέως αποδεκτή ως απαιτούμενη (Frondel, Simora & Sommer 2017)- συλλήβδην πλανητική απόκριση στην κλιματική αλλαγή θα επέφερε και περιορισμούς στην ελευθερία των αγορών, παρατηρείται η τάση να προκρίνεται η ατομική ευθύνη ως παράγοντας επίλυσης κρίσεων (Banks, 2013. Fibieger Byskov, 2019. Levermann, 2019). Στην ελληνική δημόσια σφαίρα, η οπτική της ατομικής ευθύνης έγινε ορατή κατά την τελευταία δεκαετία τόσο στην οικονομική κρίση, όσο και στην κρίση της δημόσιας υγείας. Ευσταθεί, όμως, η ατομική ευθύνη για την εξήγηση μίας πλανητικής κρίσης; Τέλος, η ίδια η κρίση αντιμετωπίζεται από το νεοφιλελευθερισμό και ως ευκαιρία (Klein, 2008. Fremstad & Paul, 2022. Ταστσόγλου, 2022), καθώς η ίδια η διαχείρισή της μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη νέων αγορών (Pollin, 2019. Fremstad & Paul, 2022).

Αναφορικά με τη διαχείριση της κλιματικής αλλαγής, είναι απαραίτητο οι σχετικές δράσεις να συντελούνται ταυτόχρονα και με συνέπεια σε δύο επίπεδα. Απαιτούνται δράσεις αντιμετώπισης/μετριασμού της κλιματικής αλλαγής, αλλά και προσαρμογής σε αυτή (Semenza κ.ά. 2008). Δηλαδή, από τη μία θα πρέπει η ίδια η κλιματική αλλαγή να καταπολεμάται στη ρίζα της, αλλά και από την άλλη- μέχρι την οριστική (αν και εφ' όσον είναι εφικτή) αντιμετώπισή της- θα πρέπει να υπάρχει και πλάνο προσαρμογής σε αυτήν, ούτως ώστε οι επιπτώσεις της να μην ανάγονται από επικίνδυνες συνθήκες σε πραγματικές καταστροφές.

Ειδικότερα, οι πολιτικές για τον μετριασμό ή αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής (mitigation) αποσκοπούν στη μείωση της συγκέντρωσης των αερίων του θερμοκηπίου στην ατμόσφαιρα. Πρόκειται για μέτρα πολιτικής που στοχεύουν στη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου στον τομέα της ενέργειας, της βιομηχανίας και των μεταφορών, στην αύξηση παραγωγής ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές, στη μείωση της χρήσης ενέργειας από ορυκτά καύσιμα και στη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας μέσω της βελτίωσης της ενεργειακής απόδοσης. Οι πολιτικές και τα μέτρα προσαρμογής (adaptation) στην κλιματική αλλαγή αποσκοπούν στην αντιμετώπιση των αναμενόμενων ζημιών και των αρνητικών επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής. Στοχεύουν με τη σειρά τους σε τομείς δραστηριότητας που είναι πιο ευάλωτοι στην κλιματική αλλαγή και αναπτύσσονται πριν από την εκδήλωση των εκτιμώμενων επιπτώσεων. Ουσιαστικά, πρόκειται για την οχύρωση κάθε κράτους απέναντι στις κλιματικές μεταβολές. Σε αυτά τα μέτρα συγκαταλέγονται, μεταξύ άλλων, η ενίσχυση των ομάδων του πληθυσμού που είναι πιο ευάλωτες στις κλιματικές μεταβολές (κάτοικοι σε παράκτιες/παραποτάμιες περιοχές ή/και με χαμηλό κοινωνικοοικονομικό επίπεδο), η ενίσχυση των υποδομών (πυροπροστασία, αντιπλημμυρικά έργα, χωροταξικός σχεδιασμός), η προσαρμογή των οικονομικών δραστηριοτήτων που πλήττονται περισσότερο, όπως η γεωργία, η κτηνοτροφία και ο τουρισμός.

Παρά τον προβληματισμό πως η δημοσιογραφική κάλυψη των δράσεων προσαρμογής ίσως υποσκελίζει τη μάχη για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής (Howell, Capstick & Whitmarsh, 2016), είναι ιδιαίτερα σημαντική η εκ παραλλήλου δράση, ιδίως αφ' ης στιγμής η υπερθέρμανση έχει άμεσες κι απτές επιπτώσεις στις σύγχρονες

κοινωνίες. Ο Shanahan (2007), πάντως, αναφέρει ότι τα MME επικεντρώνονται περισσότερο σε δράσεις που αφορούν τον μετριασμό και όχι την προσαρμογή. Παρόλα αυτά, πιο πρόσφατη έρευνα (Ford & King, 2015) δείχνει ότι τα βορειοαμερικανικά MME από το 2006 κι έπειτα τείνουν να καλύπτουν όλο και πιο πολύ τις δράσεις προσαρμογής, αν και είναι δύσκολο κάποιος, όσο θετικά κι αν διάκειται απέναντι στα περιβαλλοντικά ζητήματα, να συμφωνεί με το σύνολο των σχετικών δράσεων (Taylor, Dessai & Bruine de Bruin, 2014).

### 3. Μεθοδολογία έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι να καταγράψει και να αναλύσει τη δημοσιογραφική κάλυψη του ζητήματος. Ειδικότερα, επιχειρείται να διερευνηθούν η σύνδεση της κάλυψης της κλιματικής κρίσης με την ευρύτερη θεματολογία των MME και οι αντανάκλασεις των επιστημονικών εξελίξεων, αλλά και των επικρατούσων αντιλήψεων στην κάλυψη του ζητήματος.

Ως εκ τούτου, τα δύο ερευνητικά ερωτήματα διατυπώνονται ως ακολούθως:

*EE1: Σε ποιο βαθμό και πώς εντάσσεται το ζήτημα της κλιματικής αλλαγής στη θεματολογία των MME;*

*EE2: Πώς συνδέεται η κάλυψη της κλιματικής αλλαγής με τις επιστημονικές εξελίξεις και τις επικρατούσες αντιλήψεις;*

Προς τον σκοπό αυτό, επιχειρείται η καταγραφή και ανάλυση του περιεχομένου των MME (media monitoring). Πρόκειται για ερευνητική μέθοδο που «αποσκοπεί στη συστηματική συλλογή, ανάλυση και χρήση πληροφοριών σχετικά με τα MME, για ορισμένο χρονικό διάστημα και με ορισμένη συχνότητα» (Πλειός, 2011). Το media monitoring υλοποιήθηκε μέσω ποσοτικής ανάλυσης περιεχομένου, μεθόδου που ενδείκνυται για τη συστηματική ταξινόμηση του περιεχομένου της επικοινωνίας σε κατηγορίες σύμφωνα με κανόνες και την ανάλυση των σχέσεων που διέπουν αυτές τις κατηγορίες με τη χρήση μεθόδων στατιστικής (Riffe κ.ά., 2019) και για τη μετατροπή ποιοτικών στοιχείων της επικοινωνίας σε ποσοτικά δεδομένα (Πουλακιδάκος, 2013).

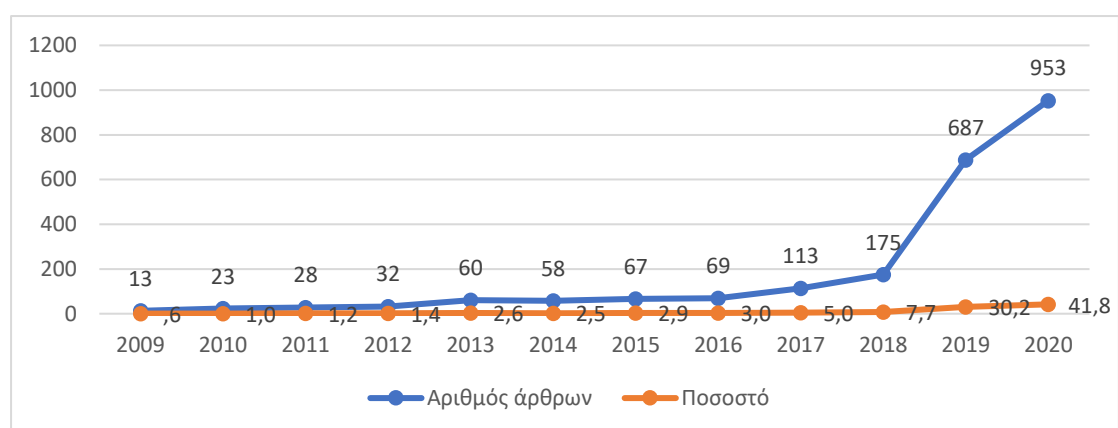
Μονάδα ανάλυσης της έρευνας είναι το δημοσίευμα. Η δειγματοληψία έγινε σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες, οι οποίες επελέγησαν με βάση δύο κριτήρια: την επισκεψιμότητα (iefimerida, news247, newsit, in.gr), και τη σχέση τους με κάποια εφημερίδα (enet/efsyn.gr, tovima.gr, protothema.gr, kathimerini.gr). Το δείγμα που συγκεντρώθηκε αποτελείται από 2.278 δημοσιεύματα της περιόδου 2009-2020 που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή. Το υπό παρουσίαση υλικό αποτελεί τμήμα ευρύτερης έρευνας, κατά την οποία η ανάλυση του δείγματος έγινε με τη χρήση ερευνητικού πρωτοκόλλου, αποτελούμενου από 65 μεταβλητές. Το πρωτόκολλο επιμερίστηκε σε πέντε θεματικές κατηγορίες: (α) τις αναφορές σε αίτια και παράγοντες της κρίσης, (β) τις αναφορές σε επιπτώσεις και στη χρονική κλίμακα αυτών, (γ) την παρουσίαση τρόπων αντιμετώπισης του φαινομένου, (δ) αναφορές σε μέτρα προσαρμογής και (ε) την παρουσίαση θεσμικών δρώντων που ευθύνονται είτε για την κλιμάκωση, είτε για την αντιμετώπιση της κρίσης. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν πραγματοποιήθηκε σε περιβάλλον SPSS 26.

Στο επίκεντρο του ερευνητικού ενδιαφέροντος τέθηκε ο αριθμός των σχετικών με την κλιματική αλλαγή άρθρων και η πλαisiώσή τους, η οποία επιμερίζεται σε δύο άξονες. Ο πρώτος αφορά την εννοιολόγηση της κρίσης και περιλαμβάνει την αναπαραγωγή ή

μη κάποιου ορισμού της κλιματικής αλλαγής εντός του άρθρου, αλλά και το εάν παρατίθεται χρονικός ορίζοντας εκδήλωσης των συνεπειών της κλιματικής αλλαγής και ποιος είναι αυτός. Ο δεύτερος άξονας περιλαμβάνει τις αναφορές σε επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής και δη το ποιος εξ αυτών είναι οι συνηθέστερες εντός του περιεχομένου των υπό ανάλυση ιστοσελίδων. Επιπλέον, για την απάντηση του δεύτερου ερευνητικού ερωτήματος στο πρωτόκολλο της έρευνας συμπεριλήφθηκαν μεταβλητές που αφορούν την αναπαραγωγή απόψεων ειδικών στα άρθρα, την επίρριψη ευθυνών για το τις πταίει, τους θεσμικούς παράγοντες στους οποίους επαφίεται η διαχείριση της κρίσης και την αναφορά σε δράσεις μετριασμού της κλιματικής αλλαγής ή προσαρμογής σε αυτήν.

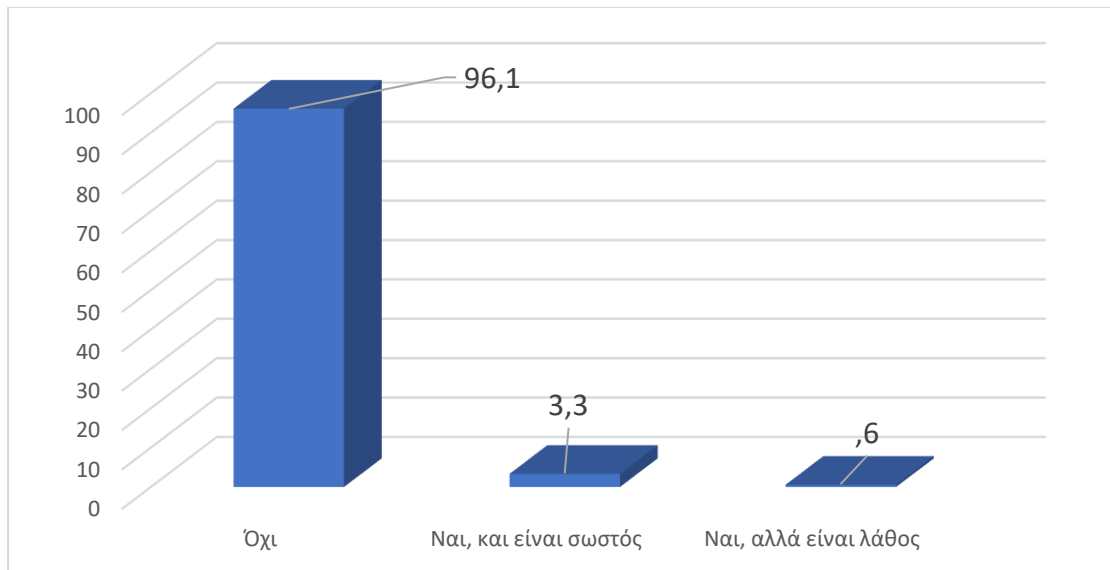
#### 4. Ερευνητικά αποτελέσματα

Σε ό,τι αφορά τον τρόπο και τον βαθμό που εντάσσεται η κλιματική αλλαγή στη θεματολογία των ΜΜΕ (ΕΕ1), στα ακόλουθα γραφήματα καταγράφεται, αφενός, ο αριθμός των δημοσιευμάτων που αναφέρονται σε σχετικά ζητήματα, αφετέρου ο τρόπος που πλαισιώνεται το θέμα. Ως προς την πλαισίωση εξετάζονται οι αναφορές σε ορισμό της κλιματικής αλλαγής, στο χρονικό ορίζοντα εκδήλωσης των συνεπειών της και στις επιπτώσεις της.



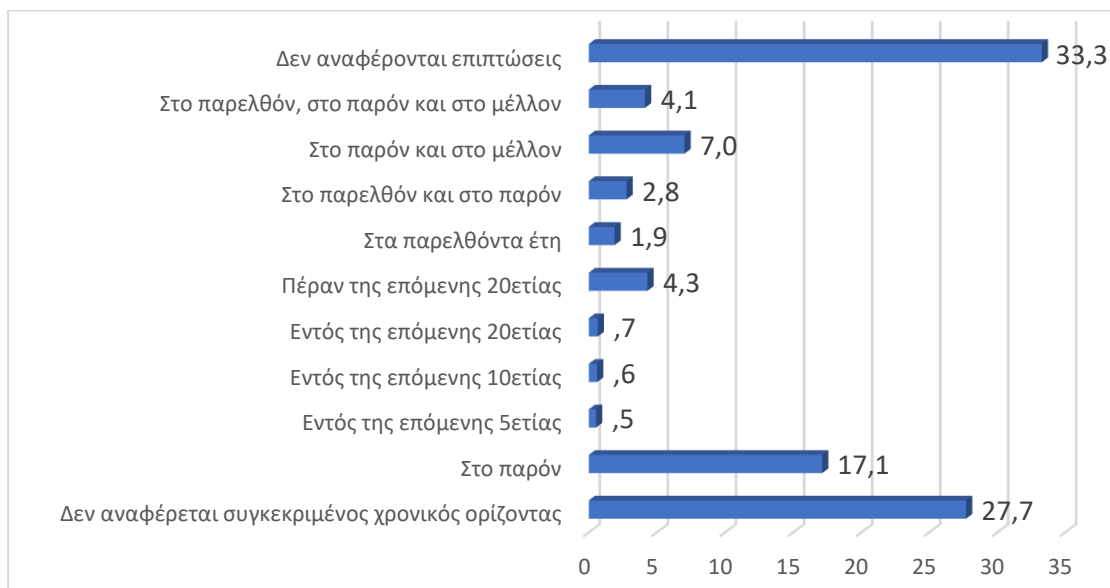
**Γράφημα 1** Κατανομή των δημοσιευμάτων ανά έτος

Όπως φαίνεται στο Γράφημα 1 η παρουσία σχετικών με την κλιματική αλλαγή δημοσιευμάτων στις ελληνικές ιστοσελίδες αυξάνεται σταθερά με την πάροδο των ετών. Χαρακτηριστικά, το 85% του δείγματος αφορά την τετραετία 2017-2020, δηλαδή μόλις το χρονικό ένα τρίτο της υπό ανάλυση περιόδου. Μάλιστα, μεταξύ 2018 και 2019 το ποσοστό σχεδόν τετραπλασιάζεται. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί κι ένας περιορισμός της έρευνας. Αρκετές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες στην Ελλάδα δεν διατηρούν εκτενές/ακριβές ψηφιακό αρχείο των δημοσιευμάτων τους. Ως εκ τούτου, και δεδομένου ότι η εν λόγω έρευνα καλύπτει μια μεγάλη χρονική περίοδο (2009-2020), είναι πιθανό- χωρίς να γνωρίζουμε με βεβαιότητα τον ακριβή βαθμό επιρροής στη χρονική κατανομή των δημοσιευμάτων που μελετήσαμε- για τις προγενέστερες χρονιές ενδιαφέροντος της εν λόγω έρευνας (π.χ. 2009-2016) να μην υπάρχει «εξαντλητικό» αρχείο των δημοσιευμένων κειμένων. Συνεπώς, το γεγονός ότι συλλέξαμε περισσότερα κείμενα από το 2017 και μετά, δύναται να οφείλεται εν μέρει και σε περιορισμούς που έχουν να κάνουν με τα ελλιπή ψηφιακά αρχεία των ενημερωτικών ιστοσελίδων.



**Γράφημα 2** Παράθεση ορισμού της κλιματικής αλλαγής στο δημοσίευμα

Στο Γράφημα 2 φαίνεται πως η συντριπτική πλειονότητα των δημοσιευμάτων δεν παραθέτει κάποιον ορισμό της κλιματικής αλλαγής, πρακτική που εγείρει ζητήματα σχετικά με την εννοιολόγηση της περιβαλλοντικής κρίσης. Μόλις 4% των δημοσιευμάτων επιχειρεί να αποσαφηνίσει εννοιολογικά το φαινόμενο. Σημειώνεται δε ότι σε ορισμένες περιπτώσεις (0.6%) ο υπό περιγραφή ορισμός είναι λανθασμένος.

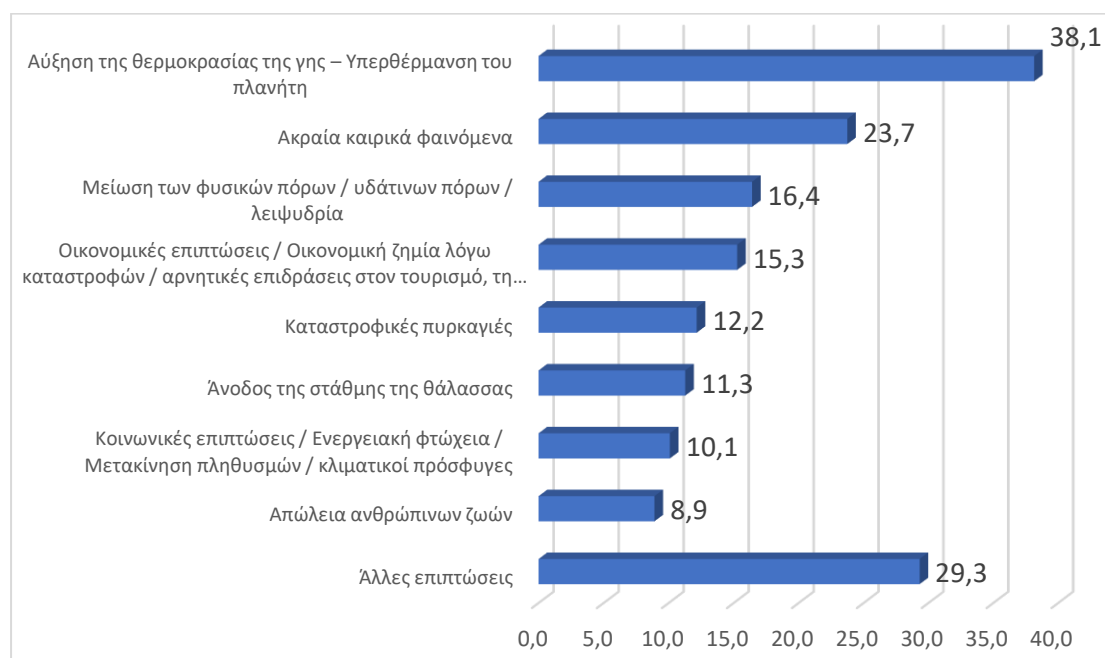


**Γράφημα 3** Χρονικός ορίζοντας κλιματικών επιπτώσεων

Το Γράφημα 3 δείχνει πού τοποθετούνται χρονικά οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής στα δημοσιεύματα του δείγματος. Σύμφωνα με την επικρατούσα επιστημονική παραδοχή, η κλιματική αλλαγή και οι συνέπειές της ήδη λαμβάνουν χώρα (Leichenko & O'Brien, 2019). Ωστόσο, η πλειονότητα των δημοσιευμάτων που καλύπτουν τα σχετικά ζητήματα είτε δεν αναφέρεται στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής (33.3%) είτε αποφεύγει να αναφερθεί στο χρονικό ορίζοντα των επιπτώσεών της (27.7%), γεγονός που δεν συμβάλλει στην ορθή εννοιολόγηση της κλιματικής



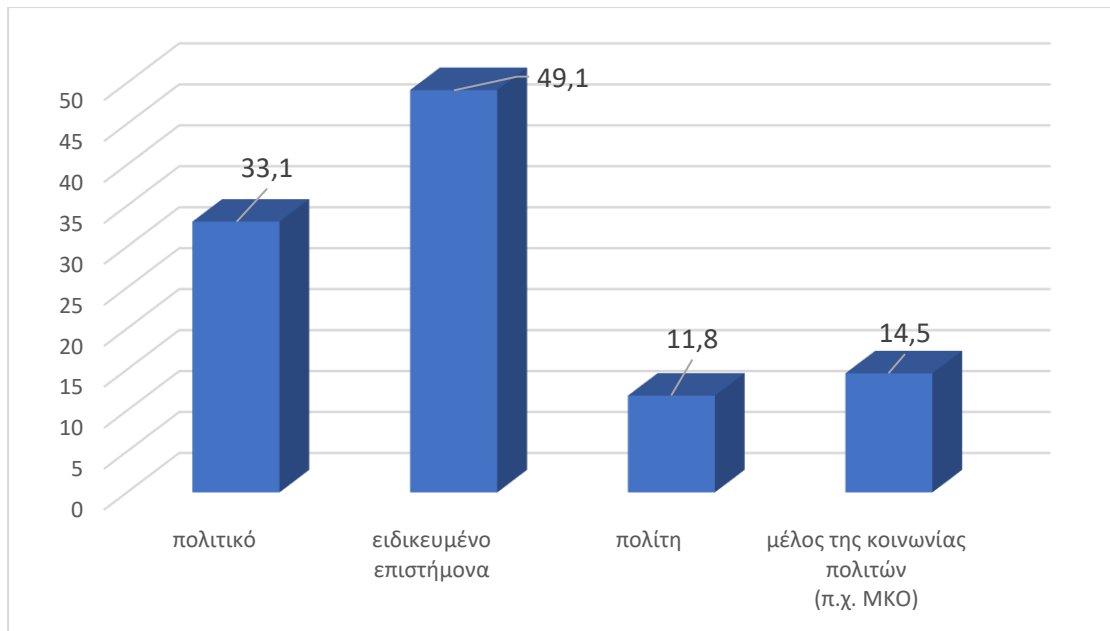
αλλαγής. Βέβαια, αθροίζοντας τις αναφορές σε παρόν και παρελθόν, φαίνεται ότι το ένα τρίτο του δείγματος (32.9%) περιέχει αναφορές σε συνέπειες της κλιματικής αλλαγής που εκδηλώνονται τώρα ή έχουν ήδη εκδηλωθεί, γεγονός ιδιαίτερα ενθαρρυντικό για την εμπέδωση της ανάγκης ανάληψης άμεσης δράσης ιδίως σε ό,τι αφορά την προσαρμογή στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής.



**Γράφημα 4 Αναφερόμενες επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής**

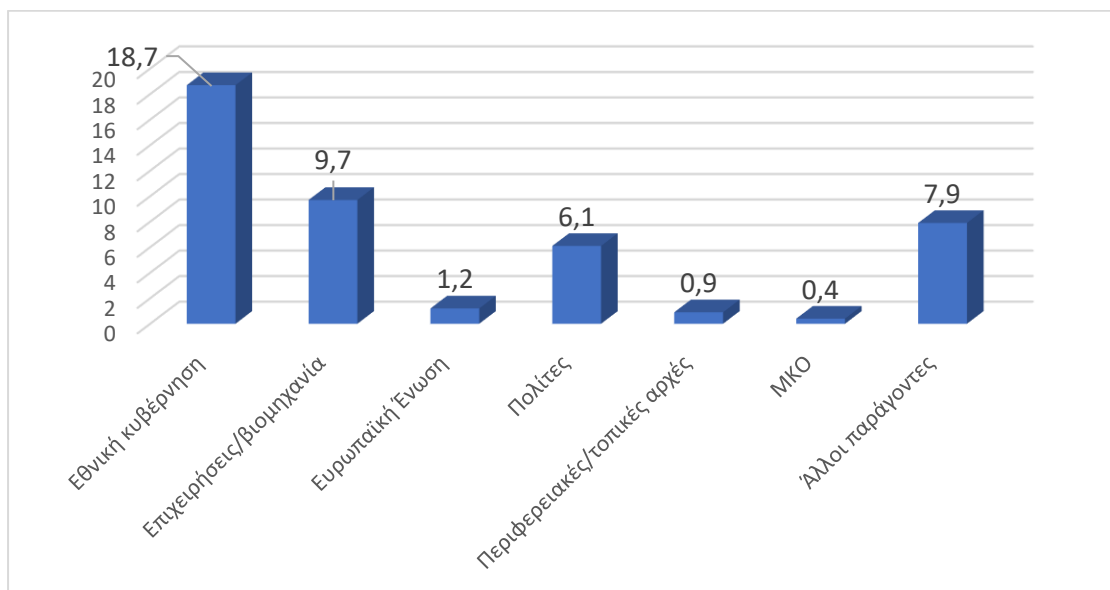
Τα ποσοστά στο Γράφημα 4 υπερβαίνουν το 100%, καθώς σε κάθε δημοσίευμα θα μπορούσε να υπάρχει αναφορά σε περισσότερες της μίας επιπτώσεις. Έτσι, κάθε ράβδος του Γραφήματος 4 αφορά και μία ξεχωριστή μεταβλητή. Το ίδιο συμβαίνει και στα υπόλοιπα- από εδώ και στο εξής- Γραφήματα (4-10). Ως προς τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής οι ιστοσελίδες φαίνεται να επικεντρώνονται στην υπερθέρμανση του πλανήτη (38.1%) και τα ακραία καιρικά φαινόμενα (23.7%) σύμφωνα με το Γράφημα 4. Αναφορικά με τις άλλες επιπτώσεις, οι οποίες εμφανίζονται στο 29.3% του δείγματος, πρόκειται κυρίως για μεμονωμένα δημοσιεύματα που αφιερώνονταν σε αξιοπρόσεκτα ή περίεργα θέματα που άπτονται της κλιματικής αλλαγής. Ενδεικτικά, υπήρχαν κείμενα που αναφέρονταν μεν στην κλιματική αλλαγή, αλλά με βάση τις επιπτώσεις της σε συγκεκριμένα προϊόντα, όπως το μέλι, τον καφέ, ή τον αφανισμό κάποιων ειδών εντόμων κτλ.

Σε ό,τι αφορά τη σύνδεση της σχετικής με την κλιματική αλλαγή θεματολογίας με τις επιστημονικές εξελίξεις και τις επικρατούσες αντιλήψεις (EE2), διερευνάται εάν αναπαράγονται απόψεις των ειδικών με το θέμα, εάν αναφέρονται οι υπαίτιοι της κλιματικής αλλαγής, καθώς και οι υπεύθυνοι για τη διαχείριση της κλιματικής κρίσης. Ακόμη, καταγράφεται η αναφορά σε δράσεις μετριασμού (mitigation) της κλιματικής αλλαγής ή/και προσαρμογής (adaptation) στις επιπτώσεις της.



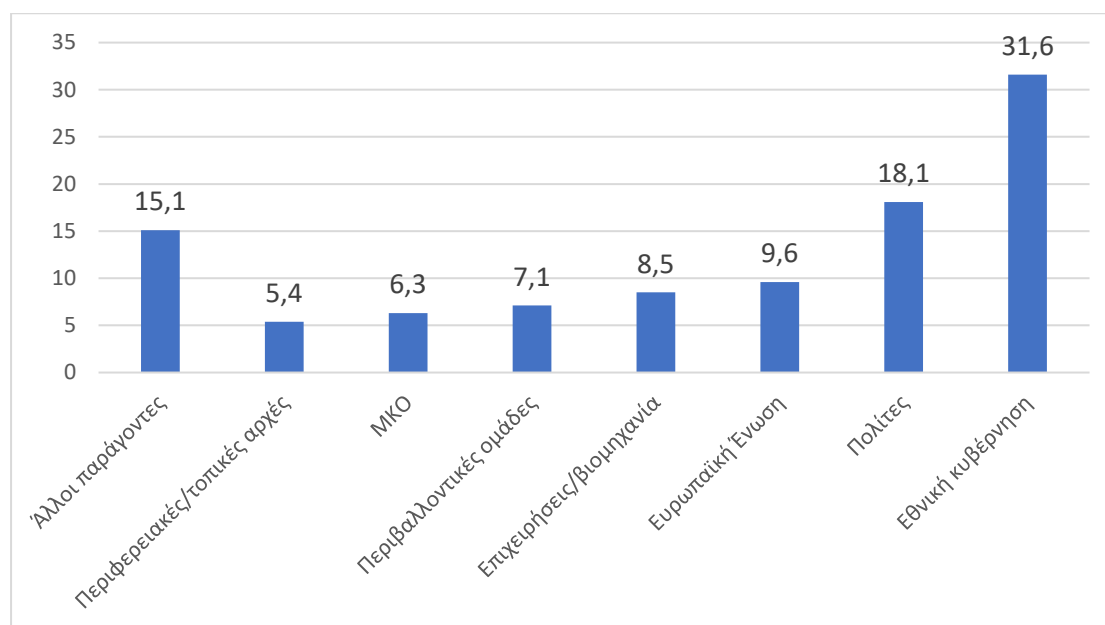
**Γράφημα 5** Στο δημοσίευμα αναπαράγονται απόψεις από...

Στο Γράφημα 5 αναδεικνύεται ένα ενθαρρυντικό εύρημα για την κάλυψη της κλιματικής αλλαγής από τα ΜΜΕ, καθώς σχεδόν μία στις δύο ειδήσεις (49.1%) του δείγματος αναπαράγουν την άποψη κάποιου ειδικευμένου επιστήμονα. Παράλληλα, το ένα τρίτο του δείγματος (33.1%) αναπαράγει την άποψη κάποιου πολιτικού προσώπου. Τούτο δεν συνεπάγεται κατ' ανάγκη αναπαραγωγή λανθασμένων πληροφοριών ή προπαγάνδας. Άλλωστε, οι πολιτικοί είναι οι καθ' ύλην αρμόδιοι για την αντιμετώπιση της κρίσης *ex officio*. Αντίθετα, τα μέλη της κοινωνίας πολιτών φαίνεται ότι μάλλον υποεκπροσωπούνται στη δημόσια συζήτηση, καθώς μόλις στο 14.5% φιλοξενούνται σχετικές απόψεις.



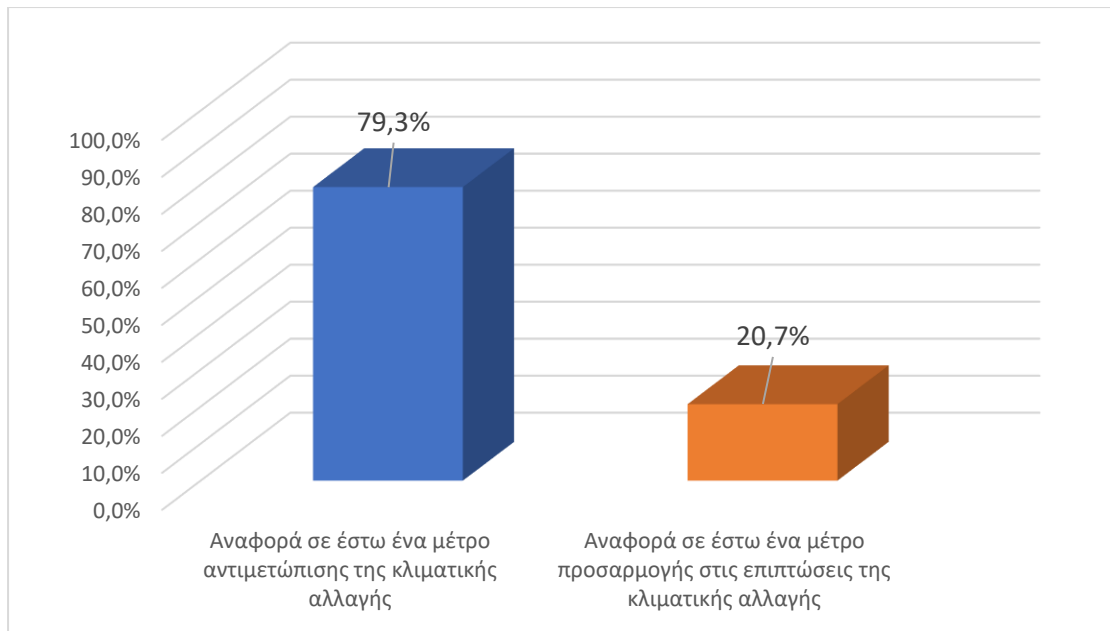
**Γράφημα 6** Απόδοση ευθύνης για την κλιματική αλλαγή

Ως προς την υπαιτιότητα για την κλιματική αλλαγή, οι ειδησεογραφικές ιστοσελίδες του δείγματος τείνουν να επιρρίπτουν ευθύνες στις εθνικές κυβερνήσεις (18.7%) κατά μείζονα λόγο. Ωστόσο, γενικά παρατηρείται μία τάση να μην επιρρίπτονται και τόσο συχνά ευθύνες, δεδομένου ότι όλες οι άλλες κατηγορίες θεσμών δεν ξεπερνούν το 10%. Σχεδόν ένα στα δέκα δημοσιεύματα (9.7%) φαίνεται να θεωρεί υπαίτιες για την κλιματική αλλαγή τις επιχειρήσεις και τη βιομηχανία. Σημειώνεται δε ότι και η ατομική ευθύνη συγκεντρώνει ένα ποσοστό της τάξης του 6.1%, το οποίο δεν είναι αμελητέο.



### **Γράφημα 7** Αρμοδιότητα διαχείρισης της κλιματικής κρίσης

Η αρμοδιότητα για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής αποδίδεται κατά το 32% του δείγματος στις εθνικές κυβερνήσεις και στη συνέχεια στους πολίτες κατά 18% (Γράφημα 7). Καταγράφεται έτσι μια δημοσιογραφική ερμηνεία πως οι εθνικές κυβερνήσεις, αν και σε μείζονα βαθμό υπαίτιες για την κλιματική αλλαγή (Γράφημα 6) πρέπει και να δώσουν τη λύση στο πρόβλημα. Παράλληλα, και οι επιχειρήσεις/βιομηχανίες αναφέρονται ως αρμόδιες για τη διαχείριση στο 8.5% του δείγματος, ποσοστό σχεδόν αντίστοιχο με εκείνο που συγκεντρώνει ο ίδιος θεσμός στο Γράφημα 6 (9.7%). Στο ζήτημα της διαχείρισης, ωστόσο, βλέπουμε πως η άποψη περί ατομικής ευθύνης είναι ακόμα πιο έντονη, καθώς το 18.1% των δημοσιευμάτων παρουσιάζει την ανάγκη ανάληψης ατομικής δράσης. Επιπλέον, η ΕΕ, ενώ δε φαίνεται να εκλαμβάνεται ως υπαίτια για την κλιματική αλλαγή από τους δημοσιογράφους (1.2% στο Γράφημα 6), αναφέρεται σχεδόν στο 10% των δημοσιευμάτων (9.6 στο Γράφημα 7) ως αρμόδια για τη διαχείριση του προβλήματος.

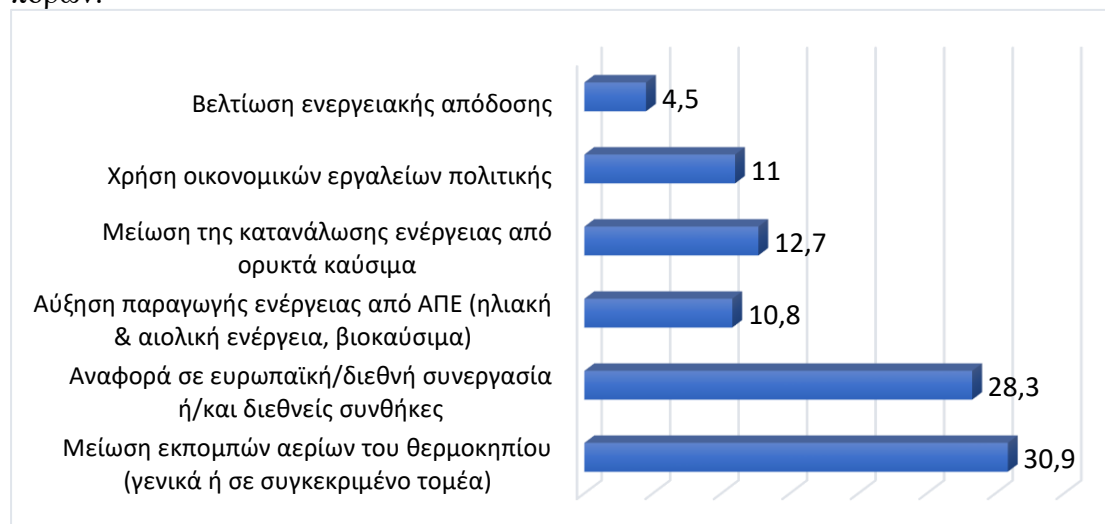


**Γράφημα 8** Ποσοστά αναφορών σε μέτρα αντιμετώπισης και προσαρμογής επί του συνόλου των σχετικών αναφορών

Από το σύνολο των 2278 δημοσιευμάτων που αναλύθηκαν, το 52,1% (1187 άρθρα) αναφέρεται σε τουλάχιστον ένα μέτρο αντιμετώπισης ή/και προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή. Σημειώνεται ότι ορισμένα άρθρα κάνουν αναφορά σε περισσότερες από μια σχετικές δράσεις. Πρόκειται συνολικά για 1374 αναφορές, εκ των οποίων 1090 (79,3%) αφορούν μέτρα αντιμετώπισης/μετριασμού και 284 (20,7%) αφορούν μέτρα προσαρμογής στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής (Γράφημα 8).

Δεδομένης της περιορισμένης διαδικτυακής δημοσιογραφικής κάλυψης της κλιματικής αλλαγής σε τρέχοντα χρόνο, δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι σχεδόν το 80% των δημοσιευμάτων αναφέρεται στα μέτρα αντιμετώπισης για την κλιματική αλλαγή, με μόλις 21% να κάνει αναφορά σε μέτρα και δράσεις για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή (Γράφημα 8), καθώς τα μέτρα αυτά αφορούν τις υφιστάμενες και βραχυπρόθεσμες επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής για την κοινωνία και την οικονομία και απαιτούν άμεσες πολιτικές και θεσμικές παρεμβάσεις με ανακατανομή

πόρων.



**Γράφημα 9** Δράσεις μετριασμού της κλιματικής αλλαγής

Όσον αφορά τα μέτρα αντιμετώπισης/μετριασμού της κλιματικής αλλαγής (Γράφημα 9), η πλειονότητα των κειμένων αναφέρεται στη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου γενικά ή σε κάποιο συγκεκριμένο τομέα, όπως η βιομηχανία, οι μεταφορές, η ενέργεια και ο αγροτικός τομέας (30,9%) καθώς και στην ευρωπαϊκή ή διεθνή συνεργασία (28,9%). Ιδιαίτερα χαμηλό είναι το ποσοστό των δημοσιευμάτων που αναφέρονται σε μέτρα πολιτικής που εφαρμόζονται εκτενώς στη χώρα μας, όπως η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας από ορυκτά καύσιμα, η παραγωγή ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές, η χρήση οικονομικών εργαλείων πολιτικής, όπως το εμπόριο ρύπων, η περιβαλλοντική φορολογία και οι επιδοτήσεις, καθώς και η βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης κτιρίων και ηλεκτρικών συσκευών.



**Γράφημα 10** Δράσεις προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή

Σε ό,τι αφορά τα μέτρα προσαρμογής στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, γίνεται αναφορά κυρίως στην ενίσχυση των υποδομών, ενώ μόλις το 1% αναφέρεται στην ενεργειακή φτώχεια (Γράφημα 10), παρά το γεγονός ότι τα ποσοστά της παραμένουν

σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα στη χώρα μας καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου μελέτης (Κοροβέση κ.ά., 2017).

## 5. Συζήτηση

Αναφορικά με την κάλυψη του ζητήματος της κλιματικής αλλαγής στην Ελλάδα, παρατηρείται αυξανόμενη κάλυψη του θέματος, έστω και καθυστερημένα, καθώς από το 2017 και μετά αρχίζουν να πυκνώνουν τα σχετικά δημοσιεύματα στην ειδησεογραφία. Αυτή η τάση δείχνει να δικαιώνει τις σχετικές εκτιμήσεις (Dispensa & Brulle 2003. Dunlap & Marshall 2007. Olausson & Berglez 2014) που καταδείκνυαν τη de facto αναρρίχηση της κλιματικής αλλαγής στη θεματολογία των ΜΜΕ. Ενδεχομένως η οικονομική κρίση και τα εγχώρια ζητήματα μονοπωλούσαν το ενδιαφέρον των ειδησεογραφικών μέσων μέχρι το 2017, ενώ η εξέλιξη της διεθνούς συνεργασίας για την κλιματική αλλαγή πιθανόν έδωσε ώθηση για την εκτενέστερη παρουσίαση των ζητημάτων αυτών. Αυτό το «συμπέρασμα» θα πρέπει να τεθεί και υπό την αίρεση των περιορισμών των ψηφιακών αρχείων των ειδησεογραφικών ιστοσελίδων που μελετήσαμε.

Ωστόσο, η εννοιολόγηση της κλιματικής αλλαγής φαίνεται να είναι ασαφής και ανεπαρκής, με την πλειονότητα των δημοσιευμάτων να μην κάνουν ρητή αναφορά στον ορισμό της, αφήνοντας την ερμηνεία και κατανόηση του φαινομένου στη διακριτική ευχέρεια του αναγνώστη. Η περιορισμένη διαδικτυακή δημοσιογραφική κάλυψη της κλιματικής αλλαγής σε τρέχοντα χρόνο υποδηλώνει, πιθανώς, είτε άγνοια της έκτασης και έντασης των υφιστάμενων επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής και των επιστημονικών προβλέψεων για τα αμέσως προσεχή χρόνια, είτε μια τάση απόθλιψης της επικινδυνότητας της υφιστάμενης κατάστασης. Σε κάθε περίπτωση ενθαρρύνει την ψυχολογική απόσταση που αισθάνεται το ευρύ κοινό για τους κλιματικούς κινδύνους και αποθαρρύνει την υιοθέτηση φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών που συνεπάγονται ριζικές αλλαγές στην καθημερινότητά του. Επιπροσθέτως, έμφαση δίνεται από τα ειδησεογραφικά μέσα στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής -και όχι τόσο στα αίτια της-, γεγονός που ενδεχομένως τροφοδοτεί ή ενισχύει (αν όχι ερμηνεύει) την επικρατούσα τάση οι πολίτες να συνδέουν συνειρμικά την έννοια της κλιματικής αλλαγής με τις καταστροφικές συνέπειές της, αγνοώντας συχνά τα αίτια του προβλήματος.

Από την άλλη αρκετά ενθαρρυντικό είναι το εύρημα πως μία στις δύο ειδήσεις αναπαράγει επιστημονικές απόψεις, φιλοξενώντας ειδικούς επί του θέματος. Ως προς τα αίτια της κρίσης, οι ευθύνες αποδίδονται κυρίως στις εθνικές κυβερνήσεις και στις επιχειρήσεις ή τη βιομηχανία. Παραδόξως, όμως, η διαχείριση της κρίσης φαίνεται να επαφίεται στις εθνικές κυβερνήσεις και τους πολίτες. Παρόλα αυτά, σημαντικό ρόλο στην ατζέντα των ΜΜΕ για τη διαχείριση της κρίσης φαίνεται πως διαδραματίζει και η ατομική ευθύνη, παρά το ότι πρόκειται για ένα πρόβλημα που απαιτεί συστράτευση δυνάμεων σε παγκόσμιο επίπεδο (Frondel, Simora & Sommer 2017).

Στις περιπτώσεις που γίνεται αναφορά σε τουλάχιστον ένα μέτρο αντιμετώπισης ή/και προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή, η συντριπτική πλειονότητα των δημοσιευμάτων αναφέρεται στα μέτρα αντιμετώπισης, με μόλις 21% να κάνει αναφορά σε μέτρα και δράσεις για την προσαρμογή στις επιπτώσεις της. Πιθανόν τούτο συνδέεται και πάλι με το γεγονός ότι οι δημοσιογράφοι δεν κατανοούν ή επιλέγουν να μην ασχοληθούν με τις κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις του φαινομένου, οι οποίες υφίστανται ήδη και απαιτούν συγκεκριμένες δράσεις για τη μείωση της

τρωτότητας ιδίως των ευάλωτων ομάδων και την ενίσχυση της ανθεκτικότητας των κρατών.

Το βήμα σε ειδικευμένους επιστήμονες, αναφορές στη συγκέντρωση αερίων του θερμοκηπίου και η σύνδεση της κλιματικής αλλαγής με ανθρωπογενείς καταστροφές κινούνται ασφαλώς προς τη σωστή κατεύθυνση. Μολαταύτα, κρίνεται πως ο δημοσιογραφικός διαδικτυακός λόγος -που συχνά αναπαράγει τον εξω-διαδικτυακό- θα πρέπει να γίνει πιο επεξηγηματικός, ούτως ώστε να αποτυπωθεί στην κοινή γνώμη η σπουδαιότητα, αλλά και όλες οι διαστάσεις του φαινομένου. Στο πλαίσιο της ενεργού συμμετοχής τους στη διαχείριση των προσλήψεων γύρω από την κλιματική αλλαγή τα ΜΜΕ καλούνται να περιστείλουν την άρνηση του φαινομένου, όπως και τη χωροχρονική μετάθεση της αντιμετώπισης των συνεπειών του.

## 6. Βιβλιογραφικές αναφορές

- Banks, M. (2013). Individual responsibility for climate change. *The Southern Journal of Philosophy*, 51 (1), pp. 42-66. <https://doi.org/10.1111/sjp.12008>
- Δεμερτζής, Ν. (2002). *Πολιτική Επικοινωνία. Διακινδύνευση, δημοσιότητα, διαδίκτυο*, Αθήνα, Παπαζήσης.
- Δεμερτζής, Ν., Τασσόγλου, Μ. και Πουλακιδάκος Σ. (2021, Οκτώβριος 8). Η κλιματική αλλαγή στις ελληνικές ιστοσελίδες. *Η Εφημερίδα των Συντακτών*. Ανακτήθηκε από [https://www.efsyn.gr/stiles/apopseis/313802\\_h-klimatiki-allagi-stis-ellinikes-istoselides](https://www.efsyn.gr/stiles/apopseis/313802_h-klimatiki-allagi-stis-ellinikes-istoselides) [τ. π. 14 Ιουλίου 2022].
- Dispensa, M. J., and Brulle, R.J. (2003). Media's social construction of environmental issues: Focus on global warming – a comparative study. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 23 (10), pp. 74-105. <https://doi.org/10.1108/01443330310790327>
- Dryzek, J. S., Norgaard, R. B., and Schlosberg, D. (2013). *Climate-challenged society*, Oxford, Oxford University Press.
- Dunlap, R.E., and Marshall, B.K. (2007). Environmental sociology, in Clifton D. Bryant and Dennis L. Peck, eds, *21st century sociology: A reference handbook* (pp. 329-340). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51-58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Fibieger Byskov, M. (2019, Ιανουάριος 10). Climate change: Focusing on how individuals can help is very convenient for corporations. *The Conversation*. Ανακτήθηκε από <https://theconversation.com/climate-change-focusing-on-how-individuals-can-help-is-very-convenient-for-corporations-108546> [τ. π. 14 Ιουλίου 2022].
- Ford, J. D., and King, D. (2015). Coverage and framing of climate change adaptation in the media: A review of influential North American newspapers during 1993-2013. *Environmental Science & Policy*, 48, pp. 137-146. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2014.12.003>

- Fremstad, A., and Paul, M. (2022). Neoliberalism and climate change: How the free-market myth has prevented climate action. *Ecological Economics*, 197. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2022.107353>
- Fronzel, M., Simora, M., and Sommer, S. (2017). Risk perception of climate change: Empirical evidence for Germany. *Ecological Economics*, 137, pp. 173-183. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.02.019>
- Gavin, N. T., Leonard-Milsom, L., and Montgomery, J. (2011). Climate change, flooding and the media in Britain. *Public Understanding of Science*, 20(3), pp. 422-438. <https://doi.org/10.1177/0963662509353377>
- Gkiouzepas, G. (2015). *Policy networks for climate change- The case of Greece: The coverage of climate change in Greek quality press, 2001-2008*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Ανακτήθηκε από <https://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/36858?lang=el#page/1/mode/2up> [τ. π. 14 Ιουλίου 2022].
- Howell, R. A., Capstick, S., and Whitmarsh, L. (2016), Impacts of adaptation and responsibility framings on attitudes towards climate change mitigation. *Climatic Change*, 136, pp. 445–461. <https://doi.org/10.1007/s10584-016-1627-z>
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible?*, Chicago, IL, University of Chicago Press.
- Klein, N. (2008). *The shock doctrine: The rise of disaster capitalism*, New York, Metropolitan Books.
- Κοροβέση, Α., Μεταξά, Κ., Τουλουπάκη, Ε. and Χρυσόγελο, Ν. (2017). *Ενεργειακή φτώχεια στην Ελλάδα: Προτάσεις κοινωνικής καινοτομίας για την αντιμετώπιση του φαινομένου*, Θεσσαλονίκη, Χάινριχ Μπελ Ελλάδας. Ανακτήθηκε από [https://gr.boell.org/sites/default/files/energeia\\_final.pdf](https://gr.boell.org/sites/default/files/energeia_final.pdf) [τ. π. 12 Αυγούστου 2022].
- Leichenko, R. and O'Brien, K. (2019). *Climate and Society. Transforming the Future*, Cambridge, Polity.
- Lester, L. (2010), *Media and Environment*, Cambridge, Polity.
- Levermann, A. (2019, Ιούλιος 10). Individuals can't solve the climate crisis. Governments need to step up. *The Guardian*. Ανακτήθηκε από <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/jul/10/individuals-climate-crisis-government-planet-priority> [τ. π. 14 Ιουλίου 2022].
- Olausson, U. (2011). “We're the ones to blame”: Citizens' representations of climate change and the role of the media. *Environmental Communication*, 5(3), pp. 281-299. <http://dx.doi.org/10.1080/17524032.2011.585026>
- Olausson, U., and Berglez, P. (2014). Media research on climate change: Where have we been and where are we heading?. *Environmental Communication*, 8(2), pp. 139-141. <http://dx.doi.org/10.1080/17524032.2014.910330>
- Πλειός, Γ. (2011). *Η κοινωνία της ενημέρωσης*, Αθήνα, Καστανιώτης.



- Pollin, R. (2019). Advancing a viable global climate stabilization project: Degrowth versus the green new deal. *Review of Radical Political Economics*, 51(2), pp. 311–319. <https://doi.org/10.1177/0486613419833518>
- Πουλακιδάκος, Σ. (2013). *Προπαγάνδα και δημόσιος λόγος: Η παρουσίαση του μνημονίου από τα ελληνικά ΜΜΕ*, Αθήνα, Da Vinci.
- Poberezhskaya, M. (2014). Media coverage of climate change in Russia: Governmental bias and climate silence. *Public Understanding of Science*, 24(1), pp. 96-111. <https://doi.org/10.1177/0963662513517848>
- Rickard, L. N., Yang, Z. J., Seo, M. and Harrison, T. M. (2014). The role of individual responsibility in systematic processing of climate change information. *Global Environmental Change*, 26, pp. 39-52. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2014.03.010>
- Riffe, D., Lacy, S., Watson, B. R., and Fico, F. (2019), *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research, fourth edition*, New York, Routledge.
- Semenza, J. C., Hall, D. E., Wilson, D. J., Bontempo, B. D., Sailor, D. J., and George, L. A. (2008). Public perception of climate change: Voluntary mitigation and barriers to behavior change. *American Journal of Preventive Medicine*, 35 (5), pp. 479-487. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2008.08.020>
- Shanahan, M. (2007). *Talking about a revolution: climate change and the media*, London, International Institute for Environment and Development.
- Smith, E. K. and Mayer, A. (2018). A social trap for the climate? Collective action, trust and climate change risk perception in 35 countries. *Global Environmental Change*, 49, pp. 140-153. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2018.02.014>
- Stephenson, D. B. (2008). Definition, diagnosis, and origin of extreme weather and climate events, στο Henry F. Diaz & Richard J. Murnane, eds, *Climate extremes and society* (pp. 11-23). Cambridge: Cambridge University Press.
- Takahashi, B. (2010). Framing and sources: a study of mass media coverage of climate change in Peru during the VALCUE. *Public Understanding of Science*, 20 (4), pp. 543-557. <https://doi.org/10.1177/0963662509356502>
- Taylor, A. L., Dessai, S., and Brunie de Bruin, W. (2014). Public perception of climate risk and adaptation in the UK: A review of the literature. *Climate Risk Management*, 4-5, pp. 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.crm.2014.09.001>
- Ταστσόγλου, Μ. (2022). *Η ηγεμονία του νεοφιλελευθερισμού στον περί Μνημονίων Λόγο: Ανάλυση Λόγου των κυβερνητικών στελεχών, 2010-2018*, Αθήνα, Παπαζήσης.
- Tastsoglou, M. & Minotakis, A. (2021). News experts in the era of the coronavirus: A content analysis of Greek media. *2020 an extraordinary year in pandemic times: Academic experiences and research practices from the Balkans*. Department of Balkan, Slavic and Oriental Studies, University of Macedonia, Συνέδριο, 23-24 Ιανουαρίου, 2021.