

КЛІМАТИЧНА ДИПЛОМАТІЯ: СТРАТЕГІЯ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті аналізується стратегія комунікацій кліматичної дипломатії. Стратегія комунікації щодо зміни клімату трактується як чітко спланований стратегічний підхід щодо впровадження комунікацій з розподілом ресурсів та часових рамок. Вона має ґрунтуватися на низці принципів, якими пропонує керуватися ІРСС. Предметом дослідження став обмін інформацією, ідеями та досвідом, отриманим при виконанні успішних проєктів та ініціатив, спрямованих на покращення розуміння адаптації кліматичним змінам. Головною метою стратегії комунікації кліматичної дипломатії є створення спільноти, яка добре поінформована про зміни клімату і, таким чином, здатна зробити адекватний глобально відповідальний вибір. Основними цільовими аудиторіями кліматичної комунікації вважаються: ЗМІ та широка громадськість, міжнародні організації, що вирішують глобальні питання кліматичних змін, відображаючи їх у протоколах та механізмах взаємодії, виконавці кліматичних установ, представники громадянського суспільства та НУО, виробники кліматичної інформації, що мають надавати комплексну кліматичну інформацію та наукове співтовариство й аналітики. Робиться висновок, що здійснення адекватної політики у сфері зміни клімату передбачає вирішення низки комунікативних завдань, зокрема: забезпечення рівного доступу громадян до інформації про всі аспекти розв'язання проблеми зміни клімату та низько вуглецевого розвитку держав, включаючи проведення освітньої та просвітницької роботи, які дадуть змогу: забезпечити системне наукове, методологічне

* доктор політичних наук, професор, професор кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

та освітянське супроводження всіх аспектів діяльності у сфері зміни клімату; а також підвищити рівень обізнаності громадянського суспільства з усіма аспектами проблеми зміни клімату та низько вуглецевого розвитку держав.

Ключові слова: зміна клімату, кліматична дипломатія, соціальне навчання, стратегія комунікацій, суб'єкти кліматичної дипломатії.

Annotation. *The article analyzes the communication strategy of climate diplomacy. The communication strategy of climate change is interpreted as a well-planned strategic approach to the introduction of communications with the allocation of resources and timeframes. It should be based on a set of principles that IPCC suggests to guide. The subject of the study was the exchange of information, ideas and experience gained in the implementation of successful projects and initiatives aimed at improving adaptation to climate change. The main objective of the strategy for communicating climate diplomacy is to create a community that is knowledgeable about climate change and, thus, is able to make an adequate globally responsible choice. The main target audiences of climate communication are: the media and the general public, international organizations that address global issues of climate change, reflecting them in protocols and mechanisms of interaction, climate service providers, representatives of civil society and NGOs, producers of climate information that provide comprehensive climate information, and scientific community and analysts. It is concluded that the implementation of an adequate policy in the sphere of climate change presupposes the solution of a number of communicative tasks, in particular: ensuring equal access of citizens to information on all aspects of addressing climate change and low-carbon development of states, including educational and educational work. This allows: to provide systematic scientific, methodological and educational support for all aspects of activities in the field of climate change; as well as to raise the level of*

awareness of civil society with all aspects of the problem of climate change and low-carbon development of states.

Keywords: *climate change, climate diplomacy, social education, communications strategy, subjects of climate diplomacy.*

Аннотация. *В статье анализируется стратегия коммуникаций климатической дипломатии. Стратегия коммуникации относительно изменения климата трактуется как четко спланированный стратегический подход по внедрению коммуникаций с распределением ресурсов и временных рамок. Она должна основываться на ряде принципов, которыми предлагает руководствоваться ИРСС. Предметом исследования стал обмен информацией, идеями и опытом, полученными при выполнении успешных проектов и инициатив, направленных на улучшение адаптации климатическим изменениям. Главной целью стратегии коммуникации климатической дипломатии является создание сообщества, хорошо осведомленного об изменении климата и, таким образом, способного сделать адекватный глобально ответственный выбор. Основными целевыми аудиториями климатической коммуникации считаются: СМИ и широкая общественность, международные организации, решающие глобальные вопросы климатических изменений, отражая их в протоколах и механизмах взаимодействия, исполнители климатических учреждений, представители гражданского общества и НПО, производители климатической информации, которые предоставляют комплексную климатическую информацию, и научное сообщество, и аналитики. Делается вывод, что осуществление адекватной политики в сфере изменения климата предполагает решение ряда коммуникативных задач, в частности: обеспечение равного доступа граждан к информации обо всех аспектах решения проблемы изменения климата и низкоуглеродистой развития государств, включая проведение образовательной и просветительской работы. Это позволяет:*

обеспечить системное научное, методологическое и образовательное сопровождение всех аспектов деятельности в сфере изменения климата; а также повысить уровень осведомленности гражданского общества со всеми аспектами проблемы изменения климата и низкоуглеродистой развития государств.

***Ключевые слова:** изменение климата, климатическая дипломатия, социальное обучение, стратегия коммуникаций, субъекты климатической дипломатии*

Постановка проблеми. На глобальному рівні вирішення питань, пов'язаних із зміною клімату, на цей час регулюється Рамковою конвенцією ООН про зміну клімату, Кіотським протоколом та Паризькою угодою. Остання угода відкрила новий етап глобальної кліматичної політики. До початку 2018 р. 173 країни ратифікували Паризьку угоду і тим самим зобов'язувалися виконувати її. Проте і сьогодні зміна клімату вважається складним питанням, що набуває все більшого значення та вимагає дій і синергії всього суспільства. «Регулярне, якісне та відкрите спілкування є необхідною умовою успішного протистояння зміні клімату», – зазначалося на презентації стратегії комунікації щодо зміни клімату Республіки Сербія її авторами професором Белградського університету О. Йововичем та Б. Йовичичем, консультантом зі зв'язків з громадськістю та президентом Центру сприяння сталому розвитку (SPOR). Цей документ містить керівні принципи та рекомендації щодо розробки якісних та більш систематичних комунікацій, скерованих очікуваними результатами. Такий більш ефективний підхід до комунікації є необхідним у зв'язку зі зростанням значення зміни клімату та його впливу на повсякденне життя, а також зобов'язань щодо зміни клімату, які взяли на себе країни за ратифікацією Паризької угоди [14].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та практично-прикладні аспекти кліматичної комунікації дедалі більше

розглядаються в зарубіжних виданнях, де зміна клімату трактується як проблема наукової комунікації [17], як застосування знань про кліматичні зміни у комунікаціях з неакадемічними аудиторіями та науковцями з фізичних, природничих та соціальних наук [12]. Унікальний огляд теорії, методології та передового досвіду комунікацій щодо кліматичних змін подано у трьохтомному довіднику «Практика комунікації щодо змін клімату», де має місце обмін інформацією, ідеями та досвідом, отриманим при виконанні успішних проєктів та ініціатив, де обговорюються нові методологічні підходи, спрямовані на покращення розуміння адаптації кліматичних змін, та подаються документи та розповсюджується багатий досвід, доступний зараз у цій галузі [18;19;20]. В окремих дослідженнях розглядається роль Інтернету та соціальних мереж у кліматичних комунікаціях [24].

Проблематика кліматичної дипломатії та окремих аспектів комунікацій щодо кліматичних змін актуалізувалася і в українському науковому дискурсі [2, 3, 4]. де вживається термін «кліматична дипломатія». Інформаційно-комунікаційна складова діяльності міжнародних організацій щодо подолання глобальних кліматичних ризиків проаналізована О. Шевченко [10]. У наших останніх публікаціях з цього питання звертається увага на сутнісні характеристики кліматичної дипломатії та її деякі інформаційно-комунікаційні інструменти [7; 8; 9]. Проте особливої уваги в умовах посилення значення кліматичних змін потребує аналіз саме стратегії комунікації щодо змін клімату. Саме тому **метою даного дослідження** є теоретичний та практично-прикладний аналіз стратегії комунікацій щодо кліматичних змін.

Основні результати дослідження. Як відомо, стратегія комунікацій – це чітко спланований стратегічний підхід щодо впровадження комунікацій з розподілом ресурсів та часових рамок. При розробці стратегії комунікацій необхідно визначити цілі, прагнення та завдання, цільові аудиторії, канали комунікації тощо. Важливо відзначити, що

комунікації повинні бути спрямовані на розповсюдження знань і досвіду як серед спеціалізованих аудиторій, так і серед широкої аудиторії. Також дуже важливо визначити очікувані результати і їх можливі оцінки. Все це і є складовими комунікаційної стратегії [11].

Подібні стратегії розробляються сьогодні у багатьох країнах і призначені для всіх тих, хто має справу зі зміною клімату. Вони містять рекомендації щодо обміну даними у боротьбі зі зміною клімату: пом'якшення наслідків, тобто скорочення викидів парникових газів та адаптації, тобто пристосування до кліматичних змін. Заступник голови місії ОБСЄ в Сербії Д. Меллотт підкреслював важливість якісної інформації та знань про зміну клімату, відзначаючи, що це мотивує різні цільові аудиторії: громадян, окремі соціальні інститути та суспільство загалом брати участь у вирішенні проблеми кліматичних змін. Державний секретар Міністерства охорони навколишнього середовища Сербії І. Карич погодився з цією оцінкою, додавши, що зміни клімату не мають кордонів, і що співпраця в цій галузі є необхідною [14].

Залучення широкої громадськості до обговорення проблеми змін клімату є стратегічною метою кліматичної дипломатії. Агентство Adelfi і Федеральне міністерство закордонних справ Німеччини розробили концепцію інтегрованих комунікацій, які спрямовані на надання всебічної інформації для суспільств та осіб, що приймають рішення, її загальна мета – сприяння дебатам з питань кліматичних змін. Важливо, що комунікаційні продукти полегшують і підтримують формування регіональних перспектив, і сприяють реалізації цілей кліматичної дипломатії, щоб забезпечити її відповідність у різних контекстах. Це суттєвий елемент їхнього загального підходу [15].

Стратегія комунікації щодо зміни клімату має бути зосереджена на таких проблемах 1) більш ефективне споживання енергії, 2) створення більш чистих і збалансованих моделей транспортних засобів та відповідної інфраструктури, 3) відповідальна діяльність бізнесу, 4) забезпечення

екологічного планування землекористування та сільського господарства, 5) створення умов, що сприяють дослідженню та інноваціям [1].

У «Комунікаційній стратегії зміни клімату: дослідження справ у Західному регіоні Суссексу» її головною метою називається створення спільноти, яка добре поінформована про зміну клімату і, таким чином, здатна зробити глобально відповідальний вибір. Конкретні цілі сформульовані так: 1. значно підвищити рівень обізнаності громадськості про можливості та загрози, пов'язані зі зміною клімату, і прийняти їх зобов'язання адаптуватися до них і пом'якшити їхні наслідки; 2. надавати поради та приклади найкращої практики щодо адаптації до кліматичних змін та пом'якшення наслідків шляхом зменшення викидів [13].

У Національній стратегії комунікації щодо екології та зміни клімату Малаві зазначається, що вона є основним інструментом фокусування національні уваги та зусиль, а також мобілізації політики, політичної та фінансової підтримки, а також підвищення громадської / цивільної участі для пошуку щодо питань зміни клімату та екології Малаві. Вона надає платформу та методика доступу, розвитку та обміну інформацією з цих проблем [21].

Для того, щоб бути ефективною, стратегія комунікації щодо зміни клімату повинні бути спрямованою на забезпечення того, щоб своєчасна та відповідна інформація стала доступною для громадськості. Комунікація є важливим аспектом роботи установ, які здійснюють кліматичну політику. Стратегія комунікації щодо зміни клімату має ґрунтуватися на таких принципах, якими пропонує керуватися Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC):

1. Об'єктивність і прозорість. Комунікаційний підхід і діяльність повинні постійно узгоджуватись із загальними принципами об'єктивності, відкритості та прозорості;

2. Політика має бути відповідною (релевантною), але не наказовою. Це важлива якість роботи установ, що здійснюють кліматичну

комунікацію. Презентація її оцінок і звіти повинні залишатися нейтральними щодо політики та підтримувати науковий баланс.

3. Данні мають наводитися з офіційних звітів IPCC. Хоча процес підготовки звітів відображає широкий спектр поглядів та досвіду, кліматичні комунікації повинні відображати мову IPCC.

4. Визнання IPCC як унікальної організації. IPCC – унікальна структура міжнародної оцінки вченими змін клімату, огляд наукового кліматичного співтовариства, урядів та зацікавлених сторін, центральний орган за якістю звітів. IPCC завжди має прагнути чітко визначати свої повідомлення про те, що це за організація і що вона робить, надаючи актуальні оцінки останньої авторитетної науки. Мета полягає в тому, щоб IPCC надавала контекст для тлумачення своїх доповідей та забезпечувала громадськість об'єктивною інформацією про себе.

5. Своєчасність та відповідність аудиторії. Для того, щоб бути ефективним, комунікаційний підхід та діяльність установ, що здійснюють кліматичну комунікацію, повинні бути спрямовані на забезпечення своєчасною та відповідною інформацією, активно передавати звіти, і реагувати у відповідь на питання або критику [16].

Зміна клімату є складним питанням, яке утруднює розуміння і викликає суперечки, оскільки інформація, яку необхідно чітко повідомляти, стосується реальних змін клімату, а їхні наслідки мають довгостроковий характер. З часом можна адаптуватися до впливів, до яких призведе зміна клімату, та пом'якшити причини, які до них призводять. Крім того, можливо виникнення ризиків варіанту «нічого не робити», а також виникнення суперечностей між довгостроковими змінами клімату і короткотерміновими пріоритетами, на які працюють суб'єкти комунікації [15].

Реалізація стратегій комунікації включає: знаходження надійних джерел інформації; ретельну підготовку та використання матеріалів щодо зміни клімату; інтеграцію проблем зміни клімату у відповідну форму

комунікації; реагування на питання та запити щодо кліматичної інформації від громадськості; поглиблену пропаганду, спрямовану на зацікавлені групи та їхніх лідерів. Також важливо, щоб були виявлена та обґрунтована важливість кліматичних змін та дій, які їм можуть сприяти або заважати, щоб адаптуватися до відповідної глобальної проблеми [15].

Досвід експертів з кліматичної комунікації виявив низку аспектів, які варто враховувати для підвищення обізнаності щодо кліматичних змін, зокрема: люди рідко мотивуються загрозами їхньому довготривалому виживанню, а саме такий характер мають кліматичні зміни; важко говорити про побоювання щодо зміни клімату, не демонструючи, як само люди можуть спричинити цю проблему; складно критикувати поведінку, яку люди вважають нормальною, позитивною і бажаною у своєму домі або сім'ї; не варто покладатися виключно на логіку, факти чи навіть грошові аргументи. Треба враховувати, що люди постійно застосовують фільтри, сприймаючи інформацію, яка надходить до них. Зокрема, люди завжди готові знижувати або повністю ігнорувати повідомлення, з однієї з двох причин: джерелу не довіряють, оскільки підозрюється певна прихована мотивація; вважають, що повідомлення адресовано не ним, оскільки воно не має практичного значення для них. Інформація корисна, але сама по собі не стимулює змін. Для підвищення обізнаності та стимулювання змін поведінки потрібні люди, які розуміють загальну картину і пов'язують її з конкретними або локальними діями. Інформація повинна бути відповідною і подаватися там, де це важливо [15].

На публічній арені існує багато суперечок про зміну клімату. Наскільки ми ефективно говоримо про кліматичні зміни, і чи насправді, спілкуючись на цю тему, ми говоримо те, про що думаємо? На ці питання відповіла в своєму інтерв'ю С. Хассол, відомий американський кліматичний комунікатор, здатна робити складні питання щодо кліматичних змін доступними для політиків та громадськості. Вона працювала старшим редактором доповіді Програми розвитку науки про

зміну клімату в США «Погода та кліматичні надзвичайні ситуації в умовах мінливого клімату» та брала участь у підготовці документального фільму про глобальне потепління, у національних телевізійних шоу з цієї ж проблематики. Вона була вшанована Інститутом клімату першою нагородою за високу якість кліматичних комунікацій [22].

С. Хассол стверджувала, що фахівці з кліматичних комунікацій мають допомагати науковцям різного профілю у популяризації їхніх ідей для політиків, засобів масової інформації та громадськості. Вона звертала увагу, що вчені, які зосереджують увагу виключно на конкретній галузі науки, такі як фізика чи теплозахист океану, зобов'язані поширювати свої ідеї в ширшому контекст шляхом включення інформації з широкого кола дисциплін за допомогою комунікаторів. Саме вони мають сприяти доведенню своїх висновків до погано поінформованих і часто байдужих кіл громадськості, допомагаючи вченим обмірковувати та обговорювати цю тему більш широко, щоб вони могли поставити свою роботу в контексті інтересів громадськості та відповідати на питання, які вони отримують від невчених [22].

Важливе значення має при побудові кліматичних комунікацій проблема аудиторій, оскільки залежно від користувачів, зацікавлених у даних, пов'язаних із зміною клімату, змінюється характер інформації, якої вони потребують. Проаналізуємо дані, наведені у Міжнародних рекомендаціях, опублікованих Конференцією європейських статистиків «Рекомендації щодо статистики, пов'язаної зі змінами клімату» [23], що встановлюють залежність складності та деталізації інформації, якої потребують ті чи інші групи споживачів інформації:

1. ЗМІ та широка громадськість (media and the public) потребують інформації, яка була певним чином оброблена та є легко зрозумілою.

2. Міжнародні організації (international organisations) вирішують міжнародні проблеми кліматичних змін і потребують даних про

кліматичну політику, відображаючи їх в міжнародні погодження клімату, протоколи та механізми моніторингу.

3. Виконавці кліматичних установ, представники громадянського суспільства та НУО (decision makers, civil society and non-governmental organisations (NGOs) r). Особи, що приймають рішення, можуть вимагати складних даних, але зазвичай у формі відповідей на конкретні політичні питання, цей висновок поширюється і на громадянське суспільство та неурядові організації (НУО), яким потрібні дані для моніторингу та оцінки подій у їх зоні інтересу.

4. Виробники кліматичної інформації (producers of climate information), що мають надавати кліматичну інформацію, як правило, прагнуть надавати більш комплексну кліматичну інформацію.

5. Наукове співтовариство та аналітики (scientific community and analysts) потребують детальних даних: мікроданих, довгих часових рядів, так і частоті вибірки.

Як бачимо, дані потребують поступового збільшення складності і детальності залежно від розміщення від верхівки до нижньої частини трикутника (Increasing complexity and detail of data needs). І навпаки, від нижньої частини трикутника до верхівки зростає потреба в обробці та агрегації вихідних даних (Increasing need for processing and aggregation of raw data) [23]. Цей висновок, на наш погляд, може поширюватися не лише на статистичну інформацію, але і на будь-яку іншу.

Таким чином, основними продуктами кліматичних комунікації можуть бути:

1. Буклети, що регулярно оновлюються, про недавні проектні заходи, результати та рекомендації щодо політики змін клімату;
2. Інтернет-інформаційні платформи та інформаційні бюлетені;
3. Інтерактивний інструмент аналізу екологічних, зокрема кліматичних, конфліктів (Factbook);
4. Гастрольна виставка з супровідною онлайн-версією та брошурою;

5. Серія публікацій на теми: брифінги з питань кліматичної дипломатії, які зосереджують увагу на регіональних та секторальних кліматичних ризиках; звіти про кліматичну дипломатію, в яких глибоко вивчено зовнішньополітичний вимір кліматичної політики; розгляд справ щодо кліматичної дипломатії на регіональних консультаціях та брифінгах [15].

Платформа знань [15] створена для сприяння подальшому обговоренню питань, пов'язаних з кліматичною дипломатією шляхом надання додаткового аналізу та виявлення більш широкого взаємодії з відповідними питання, в тому числі суб'єктам та партнерам громадянського суспільства. Веб-сайт www.climate-diplomacy.org містить інформацію про всю діяльність, пов'язану з кліматичною дипломатією, включаючи електронні версії всіх звітів, резюме та документації. Він вбудований у ширший веб-сайт www.ecs-platform.org, який функціонує як розрахунковий центр для ресурсів та обмін теорією, політикою та практикою щодо навколишнього середовища, конфліктів і співробітництва.

З 2015 р. тут також розміщується платформа знань про ризики змін клімату, розроблена як супровідний обмінний форум для доповіді G7 «Новий клімат для миру» (www.newclimateforpeace.org). Він створює простір для обміну інформацією, дослідженнями та розробкою мислення про вплив кліматичних змін та реакції на зміну клімату в нестабільних державах, а також на дії, необхідні для підвищення стабільності та стійкості. Платформа містить factbook.ecs-platform.org – інтерактивну карту із всеосяжною базою даних щодо конфліктів, пов'язаних з навколишнім середовищем та безпекою. Крім того, платформа підтримує регіональні обговорення не тільки шляхом надання інформації про конкретні регіональні події, а також заохочення і включення глобальної мережі партнерів з регіональною експертизою – частина тристороннього підходу до співпраці: інституціоналізовані товариства з регулярними

внесками на веб-сайт експертних організацій; партнерство новин з іншими платформами для обміну знаннями та релевантним вмістом; списки розсилки, які дозволяють цілеспрямоване розповсюдження інформації (наприклад, регіонально).

Платформа містить також: регулярний бюлетень з декількома тисячами абонентів, що містить статті та інформацію про важливі поточні події, дослідження та ініціативи; відео інтерв'ю з відомими експертами по всьому світу; блог *Compilation Compass*, що включає новини, роздуми та думки щодо зміни клімату, створені агентством «Adelfi», його партнерами та запрошеними авторами; акаунт Twitter (@ClimateDiplo), щоб інформувати послідовників про останні новини з релевантністю щодо клімату та зовнішньої політики; сторінку Facebook (facebook.com/ess.platform), що має передплатників з проблем розвитку навколишнього середовища, конфліктів та співпраці [15].

Factbook – інтерактивна онлайн-карта та енциклопедія, що аналізує більше, ніж 100 конфліктів з екологічним виміром. Її основна мета – забезпечити огляд конфлікту та співпраці в усьому світі, пов'язані зі зміною навколишнього середовища, і дозволити дипломатам, політикам та громадськості шукати, отримувати доступ, розуміти і порівняти випадки конфліктів, врегулювання конфліктів та миробудівництво. Виступаючи як платформа знань, яка допомагає користувачам краще зрозуміти драйвери конфліктів і співпраці, пов'язаних з навколишнім середовищем, а також використовувати уроки, отримані внаслідок попередніх (не) втручань, що в кінцевому рахунку сприяє запобіганню, трансформації та вирішенню цих типів конфліктів. Для цього Factbook поєднує в собі карту з численними варіантами фільтрації та докладними інформаційними листками, що містять приклади досліджень щодо конфліктної поведінки та її вирішення; кількісні індикатори та інфографіку та таблиці щодо механізмів конфлікту, а також стратегії, доступні для її вирішення [15].

3 січня 2018 р. у стратегію кліматичної комунікації почала впроваджуватися тихоокеанська традиція «Таланоа» (Talanoa Dialogue). Таланоа – це фіджійське слово, що означає відвертий та інклюзивний обмін думкам через розповідь історій. Діалог Таланоа – фасилітаційний діалог (facilitative dialogue), що дозволяє оцінити спільні зусилля країн по досягненню цілей Паризької угоди (тобто, утримання глобального підвищення температури в межах 2-х градусів і докладання зусиль для її утримання в межах 1,5 градусів) та домовитися про перегляд Національних внесків до Паризької угоди. Ця форма комунікації закріплена у рішенні Конференції сторін (КС21 у Парижі). Додатком до рішення є опис формату проведення діалогу. Діалог включає підготовчу і політичну фази, результатом останньої буде резюме ключових повідомлень, висловлених сторонами під час обговорень Діалог передбачає пошук відповідей на 3 питання: Де ми є? Куди ми йдемо? Що треба робити, щоб туди дістатися? [5].

Джерелами інформації для діалогу будуть: спеціальний звіт ІРСС щодо глобального потепління на 1,5 градуси; подання, які можуть надсилати усі зацікавлені до 2 квітня 2018 р. для обговорення під час травневої сесії переговорів; а також які надійдуть для обговорення на КС24; інформація, подана президентами КС23 (Фіджі) і КС24 (Польща); відомості, подані секретаріатом РКЗК ООН. Формат діалогу, у певному сенсі, відображає гнучкість Паризької угоди. У форматі не закріплено конкретних вимог до країн, немає очікувань щодо рішень, прийнятих за наслідками діалогу. Єдиним матеріальним «вихлопом» діалогу визначено «резюме ключових повідомлень». Очевидно, саме така гнучкість дозволила усім країнам погодитися на такий формат, без зобов'язань. Однак, це зовсім не означає що діалог не призведе до рішень. В процесі обговорень сторони цілком можуть прийти до конкретних висновків щодо перегляду Національних внесків, які перетворяться у рішення КС24 [5].

Висновки. Здійснення адекватної політики у сфері зміни клімату передбачає вирішення низки комунікативних завдань, зокрема: забезпечення рівного доступу громадян до інформації про всі аспекти розв'язання проблеми зміни клімату та низько вуглецевого розвитку держави, включаючи проведення освітньої та просвітницької роботи. Їх вирішення дасть змогу: забезпечити системне наукове, методологічне та освітянське супроводження всіх аспектів діяльності у сфері зміни клімату; а також підвищити рівень обізнаності громадянського суспільства з усіма аспектами проблеми зміни клімату та низько вуглецевого розвитку держави [6].

Перспективи подальших досліджень у даному напрямку може стати проблема соціального навчання у структурі кліматичної комунікації, яка охоплює комунікацію, знання та навчання, а також особливості стратегії та практики кліматичних комунікацій в ЄС та окремих країнах, зокрема Україні.

Список використаних джерел

1. Горбань Ю. С. Імплементційні інструменти ЄС у сфері зміни клімату: досвід Німеччини / Державне управління: удосконалення та розвиток, 2014, №10. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=770>
2. Довкілля і клімат: інформаційно-аналітичний огляд екологічної та кліматичної політики і права ЄС за липень-серпень 2017 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rac.org.ua/uploads/content/368/files/eupdatesaugust2017.pdf>.
3. Довкілля і клімат: інформаційно-аналітичний огляд екологічної та кліматичної політики і права ЄС за лютий 2018 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rac.org.ua/uploads/content/421/files/eupdatesfebruary2018.pdf>
4. Кліматична дипломатія в ЄС: висновки та рекомендації для України. Аналітичний документ. – Експертно-дорадчий центр «Правова аналітика». –

2017. [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<http://www.rac.org.ua/uploads/content/371/files/climate-diplomacy.pdf>

5. Підсумки переговорів COP23. Українська Кліматична Мережа. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://climategroup.org.ua/wp-content/uploads/2018/02/PidsumkyCOP23.pdf>

6. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері зміни клімату на період до 2030 року [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249573705>

7. Тихомирова Є.Б. До питання про кліматичну дипломатію // Вісник НУ «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». серія: філософія, філософія права, політологія, соціологія, Том 2, № 37 (2018).

8. Тихомирова Є.Б. Основні напрями кліматичної дипломатії ЄС // Європейські цінності та практики у політико-правовому дискурсі»: зб матеріалів XXXI Харків. політол. читань (м. Харків, 25 трав. 2018р.) – Харків: Право, 2018. – С. 49-54.

9. Тихомирова Є.Б. Особливості сучасної кліматичної дипломатії / Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, 2018, №3 (3).

10. Шевченко О. Діяльність міжнародних організацій щодо подолання глобальних кліматичних ризиків: інформаційна складова //Міжнародні відносини Серія «Політичні науки». – 2018. – №. 17. [Електронний ресурс]. / О. Шевченко – Режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3329 (дата звернення: 10.04.2018).

11. 6 steps for successful project communication [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/nurzshinska-6-steps>

12. A Guide to the Science of Climate Change Communication [Electronic resource]. – Access mode: <https://climateoutreach.org/resources/guide-science-of-climate-change-communication/>

13. Climate Change Communication Strategy A West Sussex Case Study [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.espace-project.org/part1/publications/reading/WSCCClimateCommunications%20Strategy.pdf>

14. Climate Change Communication Strategy presented [Electronic resource]. – Access mode: <https://balkangreenenergynews.com/climate-change-communication-strategy-presented/>

15. Climate diplomacy. Foreign Policy Responses to Climate Change. Adelphi, 2017. [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.climate-diplomacy.org/file/3144/download?token=Re6bOQWS>

16. Communications strategy. Decisions taken with respect to the review of IPCC processes and procedures. IPCC 33rd SESSION, 10-13 May 2011, ABU DHABI, UAE [Electronic resource]. – Access mode: https://www.ipcc.ch/pdf/tor/TOR_ExComm.pdf

17. Handbook of public communication of science and technology Handbook of public communication of science and technology / edited by Massimiano Bucchi and Brian Trench. Taylor & Francis, 2008. [Electronic resource]. – Access mode: https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/1485212/mod_resource/content/1/Handbook-of-Public-Communication-of-Science-and-Technology.pdf

18. Leal Filho W. et al. (ed.). Handbook of Climate Change Communication: Vol. 1. Theory of Climate Change Communication. – 2017. – 419 p.

19. Leal Filho W. et al. (ed.). Handbook of Climate Change Communication: Vol. 2. Practice of Climate Change Communication. – 2017. – 397 p.

20. Leal Filho W. et al. (ed.). Handbook of Climate Change Communication: Vol. 3: Case Studies in Climate Change Communication. – 2018. – 398 p.

21. National Environment and Climate Change Communication Strategy 2012 – 2016. August 2012. [Electronic resource]. – Access mode: <https://cepa.rmportal.net/Library/government-publications/National%20Environment%20and%20Climate%20Change%20Communication%20Strategy%202012-2016.pdf>

22. Ray S. Communicating Climate Change / Sharon Ray [Electronic resource]. – Access mode: <https://web.archive.org/web/20130216131416/http://climatesciences.jpl.nasa.gov/news-release/2011-05-communicating-climate>.

23. Recommendations on Climate Change-Related Statistics, December 2014. [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.unece.org/index.php?id=37166>

24. Schäfer M. S. Online communication on climate change and climate politics: a literature review // Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change. – 2012. – T. 3. – №. 6. – C. 527-543.