

Elżbieta NierobaInstytut Socjologii
Uniwersytet Opolski

Zaangażowanie muzeum w proces komunikowania o zmianie klimatu

Muzeum coraz częściej włącza się w działania informacyjne na temat procesu zmian klimatu. O jego misji wspierania działań mitygacyjnych i adaptacyjnych związanych z globalnym ociepleniem przesądza między innymi publiczny charakter instytucji (i idący za tym obowiązek działania na rzecz obywateli) oraz fakt, że muzeum cieszy się dużym zaufaniem społecznym [Cameron, Hodge, Salazar 2013, Cameron 2015: 53, Salazar 2011, McGhie 2019]. Również międzynarodowe strategie i zapisy na rzecz ochrony klimatu i zrównoważonego rozwoju dają podstawy do zaangażowania się muzeum w proces edukowania i zapewnienia dostępu do wiedzy na temat zmian klimatu (np. Artykuł 12 Porozumienia Paryskiego, zapisy Agendy na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju ONZ). Nie można również zapominać, że konsekwencje globalnego ocieplenia w bezpośredni sposób wpływają na sposób konserwowania, przechowywania oraz upowszechniania zbiorów muzealnych [Ballantyne, Uzzell 2011: 92]. Taka pozycja muzeum w przestrzeni publicznej daje mu legitymację do uczestniczenia w debacie na temat zmian klimatycznych poprzez udział w konstruowaniu i komunikowaniu narracji o globalnym ociepleniu, wspieranie tworzenia społecznego i politycznego konsensusu w sprawie podejmowanych decyzji i działań oraz wyposażanie w narzędzia do krytycznej analizy informacji obecnych w mediach. Celem artykułu jest prześledzenie, w jaki sposób muzeum może włączyć problematykę zmian klimatycznych do swojej oferty.

W obliczu tak złożonego zjawiska, jakim jest zmiana klimatyczna, muzea zaczęły organizować sieci współpracy, których członkowie dzielą się wsparciem, doświadczeniem oraz *know-how*, organizując konferencje i warsztaty. Celem działań jest wspieranie muzeów w ich misji komunikowania o zmianie klimatu oraz kształtowania postaw proekologicznych odwiedzających poprzez dawanie przykładów oraz udostępnianie narzędzi i zasobów. Do największych organizacji należą — Museums and Climate Change Network¹ oraz the Coalition of Museums for Climate Justice². The Coalition of Museums for Climate Justice we współpracy z Alberta Museum Association oraz Shadow Light Production przygotowało w 2018 r. serię krótkich filmów³ *Taking Action Against Climate Change*, które pokazują, w jaki sposób muzea, ale i obywatele mogą zmniejszać swój ślad węglowy, a przez to przyczynić się do walki z kryzysem klimatycznym. W 2018 roku Międzynarodowa Rada Muzeów (ICOM — International Council of Museums) powołała Grupę roboczą ds. zrównoważonego rozwoju. Jej zadaniem jest rozpoznanie, w jaki sposób muzea do swojej codziennej praktyki mogą włączyć Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ i zapisy Porozumienia Paryskiego, a także kierowanie się trzema imperatywami moralnymi: zaspokajania ludzkich potrzeb, gwarantowania sprawiedliwości społecznej oraz przestrzegania limitów środowiskowych. Grupa przeanalizuje również, w jaki sposób muzea mogą działać na rzecz zrównoważonego rozwoju wykorzystując swoje zbiory, funkcjonując jako źródło informacji, przyjmując rolę edukatora, aktywisty oraz użytkownika zasobów naturalnych⁴. Wiele amerykańskich muzeów podpisało deklarację „We Are Still In” mówiącą o tym, że Stany Zjednoczone nie wycofają się z globalnego paktu na rzecz ograniczenia emisji dwutlenku węgla⁵. Odpowiedzialność za realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju przyjęły również centra i muzea nauki. Podczas Światowego Szczytu Centrów Nauki w 2017 r. podpisano *Protokół z Tokio w sprawie roli centrów i muzeów nauki na świecie we wspieraniu realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ*.

Na świecie funkcjonuje również kilka muzeów w całości dedykowanych zagadnieniom związanym ze zmianą klimatu. Są to między innymi — Cli-

¹ <https://mccnetwork.org>; data odczytu: 03.09.2019.

² <https://coalitionofmuseumsforclimatejustice.wordpress.com>; data odczytu: 03.09.2019.

³ <https://vimeo.com/albertamuseums/videos?cjevent=14264170cfbe11e982f3044e0a180513>; data odczytu: 03.09.2019.

⁴ <https://icom.museum/en/committee/working-group-on-sustainability>; <https://icom.museum/en/news/icom-establishes-new-working-group-on-sustainability>; data odczytu: 03.09.2019.

⁵ <https://www.wearestillin.com>; data odczytu: 03.09.2019.

mate Museum UK⁶, The Climate Museum w Nowym Jorku⁷, brytyjskie Museum of Water⁸, Museum of Tomorrow w Rio⁹, Jockey Museum of Climate Change w Hongkongu¹⁰, niemieckie The Klimahaus Bremerhaven 8° Ost¹¹, na 2020 rok planowane jest otwarcie The Climate House w Oslo¹². W Chinach wielkie przedsiębiorstwa energetyczne prowadzą własne muzea, które popularyzują wiedzę na temat energii i ochrony środowiska [McGhie 2018]. Wiele muzeum przygotowuje wystawy w całości poświęcone globalnemu ociepleniu lub powiązane z tą tematyką. Pierwsza ekspozycja poświęcona zmianie klimatu — zatytułowana *Global Warming: Understanding the Forecast* — została otwarta w American Museum of Natural History w 1992 r. Odwiedziło ją blisko 700 000 widzów oraz wygrała American Association of Museum Curatorial Award. Przez kolejne kilkanaście lat działalność wystawiennicza głównie muzeów nauki i historii naturalnej koncentrowała się na wyjaśnianiu nauki o zmianie klimatu — głównymi narratorami opowieści byli naukowcy. Jednak w ostatnich latach nastąpił zwrot kulturowy w narracji o globalnym ociepleniu, czego odzwierciedlenie znajdujemy również w praktykach muzealnych. Już nie tylko muzea nauki i historii naturalnej, ale również muzea sztuki, narodowe czy historyczne ujmują zagadnienie zmiany klimatu z perspektywy społecznej. Poruszają na wystawach problem wpływu kryzysu klimatycznego na społeczeństwa — obecnie i w przyszłości — oraz pokazują emocjonalne reakcje na zachodzące procesy (poprzez dzieła sztuki, jednostkowe historie, odniesienia do społeczności lokalnych) [Newell, Robin, Wehner 2017: 48–50, Newell 2019: 147]. Wystawami, które jako jedne z pierwszych odeszły od prezentowania jedynie dyskursu naukowego były ekspozycje z 2008 r. — *Waters of Tuvalu: Nation at Risk* w Immigration Museum w Melbourne oraz *The Last Days of Shishmaref* w Nederlands Fotomuseum w Rotterdamie¹³.

Zbudowanie przekonującego i angażującego komunikatu na temat zmiany klimatu stanowi wielkie wyzwanie, nie tylko dla instytucji muzealnej. Po pierwsze, wynika to przede wszystkim ze złożoności problematyki

⁶ <https://climatemuseumuk.org>; data odczytu: 03.09.2019.

⁷ <https://mccnetwork.org/climate-museums>; data odczytu: 03.09.2019.

⁸ <http://www.museumofwater.co.uk>; data odczytu: 03.09.2019.

⁹ <https://museudoamanha.org.br/en>; data odczytu: 03.09.2019.

¹⁰ <http://www.mocc.cuhk.edu.hk/en-gb>; data odczytu: 03.09.2019.

¹¹ https://www.klimahaus-bremerhaven.de/en.html?no_cache=1; data odczytu: 03.09.2019.

¹² <https://www.nhm.uio.no/english/the-climate-house>; data odczytu: 03.09.2019.

¹³ Lista ekspozycji na temat zmian klimatu: <https://mccnetwork.org/exhibitions>; data odczytu: 03.09.2019 r.

globalnego ocieplenia. Obejmuje zagadnienia zarówno z obszaru nauki o klimacie i nauk przyrodniczych, jak i nauk społecznych (np. polityka, ekonomia, nawet etyka). Skutki zmiany klimatycznej będą miały między innymi wpływ na rozwój gospodarczy, wielkość produkcji rolnej, dostęp do wody, stan zdrowia, ekstremalne zjawiska pogodowe. Drugi powód to zróżnicowanie społeczności, do których kierowany jest komunikat [Leal Filho 2019: 3–5]. Kraje, narody, społeczności lokalne, w końcu jednostki różnią się między sobą poglądami politycznymi, przekonaniem etycznymi, poziomem wiedzy, podejściem do ryzyka, technologii i dobrobytu, wyobrażeniami na temat pożądanej przyszłości. Te różnice nadają bardzo indywidualny sens procesowi zmiany klimatu. Dodatkowo, kryzys klimatyczny jest doświadczany jako coś odległego, dotyczącego wydarzeń z dalekiej — abstrakcyjnej — przyszłości. Badania psychologiczne pokazują, że odczuwamy dystans psychiczny w stosunku do globalnego ocieplenia w czterech wymiarach — czasowym, społecznym, geograficznym oraz niepewności [Spence, Poortinga, Pidgeon 2012]. Oznacza to, że problemy dnia codziennego przyciągają więcej uwagi. Skuteczna komunikacja dowodów naukowych powinna się opierać na zrozumieniu, jakie znaczenie poszczególne grupy odbiorców nadają temu zjawisku [Hulme 2009: 41–42]. Badania pokazują również, że bardziej efektywne są komunikaty, które nie posługują się wyłącznie specjalistycznym językiem dyskursu naukowego, ale takie, które przekładają trudną tematykę na zagadnienia praktyczne, odnoszące się do życia codziennego oraz wykorzystują analogie do znanych zjawisk i procesów [Rees, Leal Filho 2018: 322–323]. Mieszkańcy krajów bogatszych mogą być zainteresowani na przykład zmniejszeniem swojego śladu węglowego w dłuższej perspektywie czasowej, podczas gdy w krajach rozwijających się kluczowe będzie odniesienie się do bieżących konsekwencji zmiany klimatu na sposób użytkowania gruntów rolnych i wielkość zbiorów, czy dostęp do wody. W tej sytuacji cele długoterminowe prawdopodobnie będą miały mniejsze znaczenie niż rozwiązywanie problemów dnia codziennego. Komunikat wzmacniający uczestnictwo nie powinien się koncentrować jedynie na konkretnych zagrożeniach, jakie niesie za sobą zmiana klimatu. Warto wskazywać przykłady udanych działań i projektów, które wpłynęły na poprawę jakości życia i pracy. Celem powinno być także kształtowanie świadomości ekologicznej i przekonywanie jednostek do podejmowania działań mitygacyjnych [Leal Filho 2019: 2–4, 9].

Instytucja muzeum wydaje się dobrym miejscem do angażowania jednostek w zmianę na najbardziej indywidualnym poziomie. Jest przestrzenią otwartą na podejmowanie dyskusji, gdzie w przyjaznej atmosferze można dzielić się przemyśleniami na temat zachodzących zmian i propozycjami działań oraz budować sieci wsparcia [Rees, Leal Filho 2018: 323]. Muzeum jako instytucja zachowująca dziedzictwo światowe, narodowe i lokalne jest również adekwatnym miejscem do prezentowania globalnego wymiaru kryzysu klimatycznego oraz wyjścia poza perspektywę jednostkową pokazując, że skuteczne działania na rzecz klimatu wymagają trwałych i długoterminowych zmian w zachowaniach całych zbiorowości — zbudowania kosmopolitycznych wspólnot, jak pisze Ulrich Beck, w odpowiedzi na zagrożony świat [Salazar 2015: 96]. W jaki sposób sporadyczne wizyty w muzeum mogą wywoływać długotrwały efekt? Kluczem do sukcesu może być takie zaprojektowanie przekazu muzealnego, które wychodzi poza czyste dane naukowe i wzbudza głębokie doświadczenie zmysłowe i intelektualne. Doświadczenie muzealne powinno być również osadzone w szerszym kontekście społeczno-kulturowym i środowiskowym. Splot tych okoliczności zwiększa szansę na wzbudzenie zaangażowania u odwiedzających w sprawy zmian klimatycznych. Zaangażowanie obejmuje aspekty poznawcze (co myślą na temat globalnego ocieplenia), behawioralne (co robią w tej sprawie) oraz afektywne (co czują). Warto zatem wyjść poza model tzw. deficytu informacji, zgodnie z którym to brak wiedzy na temat zmian klimatycznych powstrzymuje obywateli przed podejmowaniem działań mitygacyjnych. W idealnej sytuacji, po wizycie w muzeum zwiedzający wie, jak na poziomie jednostkowym może walczyć z kryzysem klimatycznym oraz jest zmotywowany na tyle, by podjąć działanie. Muzeum może zagwarantować przestrzeń do zgłębienia tematu globalnego ocieplenia w zindywidualizowany i kreatywny sposób oraz szukania sposobów radzenia sobie z zachodzącymi zmianami [McGhie 2019: 23]. W szczególności muzea lokalne dysponują potencjałem, by stać się areną do prowadzenia rozmów i pielęgnowania społecznego aktywizmu. Narzędziem, które pozwala wyjść poza prosty proces informowania o kryzysie klimatycznym i sprzyja budowaniu więzi jest opowiadanie historii (*storytelling*). Zdaniem Johna Bergera najbardziej przekonujące są te historie, które skupiając się na szczególe ujawniają prawdy uniwersalne, te historie lokalne, które można umiejscowić w szerszym kontekście. Opowiadanie jest niczym innym, jak nadawaniem sensu doświadczeniu. W sytuacji komunikowania o kryzysie klimatycznym opowiadane historie mogą dać nam poczucie, że

nie jesteśmy z tym problemem sami. W pojedynkę możemy się czuć bezradni, natomiast gdy stajemy się częścią opowieści, odzyskujemy siłę i chęć do działania. Według Bergera narracja stanowi metaforyczne schronienie dla słuchającej społeczności [Rees, Leal Filho 2018: 322].

Tradycyjne ujęcie tematu zmiany klimatu na ogół wykorzystywało narrację strachu i zagrożenia oraz koncentrowało się na sposobach ograniczania globalnej emisji gazów cieplarnianych. Nowsze wystawy natomiast zachęcają odwiedzających do wyobrażania sobie różnych scenariuszy dotyczących stylów życia za kilkadziesiąt lat. Przykład nowych przedsięwzięć stanowią scenariusze do wystaw: *Climate Change: our future, our choice* z 2009 roku w Australian Museum oraz *Science of Survival — Your Planet Needs* z 2008 r. w londyńskim Science Museum. Odwiedzający są zachęceni do wyobrażania sobie różnych scenariuszy przyszłości, co pozwala im przemyśleć na nowo ich życie na Ziemi zmienionej przez globalne ocieplenie [Cameron, Hodge, Salazar 2013: 11]. Wyzwanie, z jakim mierzyli się projektanci australijskiej wystawy, polegało na przedstawieniu tematyki globalnego ocieplenia w sposób naukowy, a jednocześnie zabawny i wciągający oraz motywujący zwiedzających do działania. Wykorzystali np. codzienny posiłek oraz nową koszulkę, aby prześledzić wysokość emisji gazów związaną z ich produkcją¹⁴. Wystawa londyńska koncentrowała się na problematyce przetrwania i adaptacji w sytuacji niedoboru zasobów naturalnych oraz spadku energii. Odwiedzający mogli zaprojektować własne zrównoważone miasto z 2050 r. [Salazar 2015: 101].

Wiele czynników może zakłócić skuteczną komunikację w przestrzeni ekspozycyjnej. Nawet wykorzystanie najnowszych osiągnięć dotyczących konstruowania wystaw z zakresu psychologii, edukacji oraz interdyscyplinarnej zespół nie gwarantuje osiągnięcia zakładanych efektów. Za przykład niech posłuży wystawa prezentowana w 2016 roku w UniGraz@Museum [Lackner et al. 2018: 225-240] W jej projektowanie zaangażowali się przedstawiciele nauk humanistycznych, społecznych, ścisłych, projektanci oraz architekci. Głównym celem ekspozycji było zwiększenie świadomości na temat zmian klimatu wśród młodych ludzi (10-18 lat). Bazując na wiedzy i doświadczeniu członków zespołu zaprojektowano strategię komunikacji wizualnej, która miała przełożyć fakty naukowe na konkretne doświadczenia. Zaangażowanie widzów wzbudzić miało wykorzystanie na wystawie gier, eksperymentów i interaktywnych mediów. Obserwacje gości muzealnych

¹⁴ <https://australianmuseum.net.au/blog-archive/science/thumbs-up-for-climate-change-exhibition/>; data odczytu: 03.09.2019.

podczas zwiedzania ekspozycji wykazały, że reakcje odwiedzających na poszczególne eksponaty różniły się od oczekiwanych. Dalsza eksploracja tego problemu pokazała, że wielkimi wyzwaniem w budowaniu skutecznej oferty muzealnej są między innymi problemy z prezentowaniem niepewności, przekładanie języka naukowego na potoczny oraz wzbudzanie zaangażowania odwiedzających.

Podkreślenie w przestrzeni wystawienniczej niepewności może być odczytane przez zwiedzających jako brak wiedzy i wzbudzać nieufność wobec nauki. Przełożenie zagadnień naukowych na język potoczny często wiąże się z poszukiwaniem kompromisu pomiędzy naukową poprawnością i kompletnością, a skonstruowaniem czytelnego przekazu, co wiąże się z uproszczeniem złożonych danych. Natomiast zaprojektowane sposoby angażowania w przekaz nie zawsze spotykają się z zainteresowaniem zwiedzających. Przykładowo, na wystawie w Grazu goście muzealni byli zachęceni do dzielenia się swoimi zobowiązaniami dotyczącymi ochrony klimatu. Przygotowano miejsca, gdzie odwiedzający mogli zrobić selfie i opublikować je w mediach społecznościowych z hasztagiem #CliMatters. Okazało się jednak, że zainteresowanie było znikome. Autorzy wystawy zidentyfikowali trzy potencjalne przeszkody w powodzeniu ich pomysłu. Po pierwsze, nie do końca przemyślany sposób aranżacji wnętrza — przestrzeń poświęcona zobowiązaniom klimatycznym nie była wystarczająco wyeksponowana. Po drugie, nieodpowiedni dobór narzędzia angażującego — najmłodszy odbiorcy jeszcze nie korzystają z mediów społecznościowych. Po trzecie, nakreślenie osobistych zobowiązań wymaga chwili refleksji i zastanowienia, czemu nie sprzyja sama organizacja zwiedzania wystawy.

* * *

Zmiana klimatu jest zbyt skomplikowanym zjawiskiem, by jedna wystawa mogła objąć cały zakres złożoności. Obejmuje zjawiska o różnej skali (od jednostkowych, lokalnych po globalne) i w różnym wymiarze czasowym (od zamierzchłej przeszłości po daleką przyszłość), przekracza granice wielu dyscyplin (polityka, ekonomia, kultura), sposób jej postrzegania i definiowania konsekwencji w znacznym stopniu zależy od kontekstu społecznego. Przestrzeń ekspozycyjna musi również gwarantować miejsce na podjęcie dialogu między różnymi sposobami poznania świata — naukowym i potocznym. Brak odpowiedzi na wiele pytań związanych z global-

nym ociepleniem podważa tradycyjne ujmowanie muzeum jako instytucji przekazującej wiedzę pewną. Zamiast pewności muzeum może zaoferować przestrzeń do swobodnego myślenia i wyobrażania sobie przyszłości. Muzea coraz częściej przyjmują narrację kulturową na temat zmian klimatu, co oznacza, że otwierają się na partnerską współpracę ze społecznościami lokalnymi. Zacierają również granice pomiędzy dyscyplinami — członkami zespołów roboczych są przedstawiciele wielu specjalności. Przed wszystkim zaś muzea cieszą się zaufaniem publicznym i posiadają bogate doświadczenie w konstruowaniu angażującej oferty edukacyjnej, co w przestrzeni publicznej czyni je kluczowym aktorem w kształtowaniu i rozwijaniu dyskursu na temat zmian klimatycznych.

Bibliografia

Ballantyne Roy, Uzzell David

2011: *Looking Back and Looking Forward: The Rise of the Visitor-centered Museum*, „Curator. The Museum Journal” 1(54).

Cameron Fiona

2015: *We Are on Nature's Side? Experimental Work in Rewriting Narratives of Climate Change for Museum Exhibitions* [w:] *Climate Change and Museum Futures*, red. F. Cameron, B. Neilson, Nowy Jork, Londyn: Routledge.

Cameron Fiona, Hodge Bob, Salazar Juan F.

2013: *Representing climate change in museum space and place*, „WIREs Climate Change” nr 4.

Hulme Mike

2009: *Why We Disagree About Climate Change*, „The Carbon Yearbook”.

Lackner Bettina C. et al.

2018: *Communicating Climate Change in a Museum Setting—A Case Study*, [w:] *Handbook of Climate Change Communication: Vol. 3, Case Studies in Climate Change Communication*, red. W. Leal Filho, E. Manolas, A.M. Azul, U.M. Azeiteiro, H. McGhie, bmw.: Springer.

Leal Filho Walter

2019: *An Overview of the Challenges in Climate Change Communication Across Various Audiences* [w:] *Addressing the Challenges in Communicating Climate Change Across Various Audiences*, red. W. Leal Filho, B. Lackner, H. McGhie, bmw.: Springer.

McGhie Henry

2018: *Museums as key sites to accelerate climate change education, action, research and partnerships*, tekst dostępny na stronie: <https://unfccc.int>.

McGhie Henry

2019: *Climate Change Engagement: A Different narrative* [w:] *Addressing the Challenges in Communicating Climate Change Across Various Audiences*, red. W.L. Filho, B. Lackner, H. McGhie, Hamburg, Gratz, Manchester: Springer.

Newell Jenny, Robin Libby, Wehner Kirsten

2017: *Introduction. Curating connections in a climate-change world*, [w:] *Curating the Future. Museum, communities and climate change*, red. J. Newell, L. Robin, K. Wehner, Londyn, Nowy Jork: Routledge.

Newell Jennifer

2019: *Creative Collaborations: Museums Engaging with Communities and Climate Change*, [w:] *Addressing the Challenges in Communicating Climate Change Across Various Audiences*, red. W. Leal Filho, B. Lackner, H. McGhie, bmw.: Springer.

Rees Morien, Leal Filho Walter

2018: *Disseminating Climate Change: The Role of Museums in Activating the Global Public*, [w:] *Handbook of Climate Change Communication: Vol. 3, Case Studies in Climate Change Communication*, red. W. Leal Filho, E. Manolas, A.M. Azul, U.M. Azeiteiro, H. McGhie, bmw.: Springer.

Salazar Juan F.

2011: *The Mediations of climate change: museums as citizens' media*, „Museum and Society” nr 9(2).

Salazar Juan F.

2015: *Futuring Global Change in Science Museums and Centers A Role for Anticipatory Practices and Imaginative Acts*, [w:] *Climate Change and Museum Futures*, red. F.R. Cameron, B. Neilson, Nowy Jork, Londyn: Routledge.

Spence Alexa, Poortinga Wouter, Pidgeon Nick

2012: *The psychological distance of climate change*, „Risk Anal” nr 32(6).

Strony internetowe

<https://mccnetwork.org>

<https://coalitionofmuseumsforclimatejustice.wordpress.com>

<https://vimeo.com/albertamuseums/videos?cjevent=14264170cfbe11e982f3044e0a180513>

<https://icom.museum/en/committee/working-group-on-sustainability>

<https://icom.museum/en/news/icom-establishes-new-working-group-on-sustainability>

<https://www.wearestillin.com>

<https://climatemuseumuk.org>

<https://mccnetwork.org/climate-museums>

<http://www.museumofwater.co.uk>

<https://museudoamanha.org.br/en>

<http://www.mocc.cuhk.edu.hk/en-gb>

https://www.klimahaus-bremerhaven.de/en.html?no_cache=1

<https://www.nhm.uio.no/english/the-climate-house>

<https://mccnetwork.org/exhibitions>

<https://australianmuseum.net.au/blog-archive/science/thumbs-up-for-climate-change-exhibition>

Elżbieta Nieroba

Museum Involvement in Communication Process Concerning Climate Change

In this paper I addressed the issue of the engagement of museums in climate change. The problem of climate change is so important in the current social context that, despite its difficult political connotations, it cannot be ignored by museums, especially if we consider a museum as an element of a public sphere. Climate change is a challenge in 21st century. Climate change will present challenges that are of long-term nature, multidimensional and global phenomenon. It could impact directly on museums. I assume museums can provide a safe place for dialogue around climate change. Museums can also inform publics about the science of climate change and help to equip people with knowledge, shape their attitudes and behaviour, and strengthen the mechanism of participation. Potential barriers in effective communication could be the problem of uncertainty of our knowledge about climate change, scientific discourse in the process of communication and getting visitors involved.

Keywords: museum, climate change, public policy, public trust, cultural institution, public space