

## **Evropská klimatická a energetická politika – informace a dezinformace:**

*závěry semináře konaného v Praze dne 17. 5. 2023*

Odlišit od sebe informace, dezinformace a názory je složitější, než se na první pohled zdá, zvláště u tak komplexního tématu, jako je klimatická změna. Kde začínají názory a kde už můžeme mluvit o dezinformacích? A je možné nalézt společnou půdu pro konstruktivní debatu mezi politiky, zastánci velkých změn, průmyslem a různými aktéry napříč zájmy a generacemi?

Na tyto otázky hledali odpovědi účastníci a účastnice odborného semináře “Evropská klimatická a energetická politika – informace a dezinformace”, který 17. 5. 2023 uspořádali Klimatým AMO, Progresivní analytické centrum, Progresivní aliance socialistů a demokratů (S&D) a Piráti za účasti europoslankyně Radky Maxové a europoslance Mikuláše Peksy.

### **Závěry z workshopů**

#### **1. Názorová debata versus dezinformace**

Komplexita změny klimatu představuje výzvu pro srozumitelné, stručné a přitom přesné informování. Vytržením jinak správných a přesných dat z kontextu lze vytvořit zcela opačné tvrzení, než původně data samotná autorizují. Současný mediální provoz je charakterický tlakem na prostor (a pozornost) ústící ve snahu o maximální zkratku. To nevytváří živnou půdu pro zavádění do kontextu. O to důležitější tedy je dlouhodobé a kontinuální informování, které daný kontext tvoří. Právě česká veřejnost jako celek má přitom znalosti o klimatické problematice spíše nízké, a to často i v poměrně základních pojmech.

To ji činí snadněji manipulovatelnou selektivním vybíráním izolovaných dat. V klimatických tématech chybí dlouhodobá důvěryhodná strategická komunikace státu. Pokud existuje, má tendenci být spíše obecného charakteru. Jednou z příčin je nejasně stanovená odpovědnost za komunikaci na straně veřejného sektoru, jak na úrovni politické reprezentace, tak státní správy. Dezinformační subjekty jsou oproti tomu často schopné přesně cílit jazyk na své publikum — ví, ke komu mluví a co chtějí říct. Ve společnosti se totiž nacházejí různé skupiny s různými zájmy, ale také různými obavami. Nejvýraznější jsou skupiny, které jsou spojené s různými průmyslovými odvětvími nebo politickými ideologiemi.

Otázka tedy potom je, jakým způsobem odlišit legitimní projev odlišných zájmů od manipulativního ohýbání dat. I v tak komplikovaném prostředí se dá vytvářet konsenzus, ale vyžaduje to dlouhodobou práci založenou na konkrétních příkladech. A je otázka, kdo a jak by takovou práci měl dělat. Vypadá to, že pro podobné aktivity zde není institucionální zadání ani financování. Boj proti dezinformacím prostřednictvím obecných proklamací v tomto směru nemá příliš velkou šanci situaci zvrátit. Nedostatek kvalifikované debaty vede k



**AMO.CZ**

tomu, že jednotlivé skupiny si přestávají rozumět a z tohoto neporozumění snadněji rostou kulturní konflikty a všeobecná polarizace. Zároveň je potřeba přijmout skutečnost, že ve veřejné i mediální debatě o klimatu existují různé předpojatosti a předsudky, které lze pouze velmi obtížně překonávat.

Nejvýrazněji byla v rámci semináře formulována zeleno/konzervativní osa, jejíž jednotlivé protipóly na sebe nahlíží se značnou nedůvěrou. Odlišuje je totiž dlouhodobě odlišný způsob nahlížení rizik — tam, kde se konzervativněji založení obávají přemrštěné reakce, zeleněji založení se obávají, že kvůli váhání ztratíme nenávratně klimatickou stabilitu. Právě seriózní podložení relevantních rizik ve veřejné debatě dlouhodobě chybí.

Účastníci a účastnice se každopádně shodovali, že máme výrazný nedostatek daty podložených argumentů ve veřejné diskuzi.

## **2. Jak funguje česká informační scéna v oblasti klimatu?**

Témata spojená se změnou klimatu se v českém veřejném prostoru často komunikují v souvislosti s Evropskou unií a evropským legislativním procesem. Negativní konotace části společnosti spojené s “evropskými” tématy se tak kvůli tomu přelévají i na klimatické otázky. Změna klimatu a její důsledky poté v mediálním prostoru obvykle nejsou skutečným předmětem debaty, ale slouží k polarizování názorů společnosti skrz postoje k EU.

K tomu přispívá i roztržitost hlasů a názorů, které k tématu v českém mediálním prostoru zaznívají, a to i od nejvyšších vládních představitelů. V českém prostředí chybí ownership - a stejně tak i leadership - témat změny klimatu a jejích dopadů, které jsou přitom pro efektivní komunikaci nezbytné. Jednotná komunikační strategie navíc schází i na úrovni státní správy. Věcné útvary ministerstev jsou v tuto chvíli často přetížené a bez kapacit i motivace pouštět se do nových komunikačních úkolů. Jak se shodli účastníci workshopu, bylo by proto vhodné, aby se každé ministerstvo zabývalo strategickou komunikací změny klimatu. Debata přes média se také obvykle vede reaktivně a téměř chybí témata výhledová - zejména za rok 2030. Zároveň v České republice neexistuje centrální místo, které by informovalo o cílech a závazcích ČR v oblasti klimatu a komunikovalo o plusech i minusech připravovaných změn a nadcházející transformace - a to zejména jazykem srozumitelným co nejširší skupině obyvatel. To by pomohlo ukázat, že Green Deal (médii až mytizovaný) může být i v českém prostředí “real deal”.

Kromě posílení strategické komunikace a s tím spojeného navýšení kapacit státní správy zahrnovala doporučení účastníků workshopu i výzvu k větší proaktivitě všech zapojených aktérů - ať už se jedná o státní správu, politiky, média, akademii, neziskový sektor, ale i sektor umění a kultury. Adekvátní odpovědnost za komunikaci témat Zelené dohody pro Evropu nepřebírají ani hlasy z byznysu, přestože jsou v denním kontaktu se svými



evropskými partnery a EU i její klimatické politiky jsou pro ně životně důležité. V médiích chybí i více odborných hlasů, především středových. Zároveň je potřeba zapojit všechny generace (ta nejmladší je schopná efektivně komunikovat skrze sociální média, zatímco ta starší je držitelkou odborných zkušeností a znalostí) a vědět, kdo by měl komunikovat jakou část opatření. S proaktivitou souvisí i nutnost dodávat do médií kvalitní data a předpřipravené výstupy, které by pomohly mj. představovat více příkladů dobré praxe (vč. těch z domácí půdy) i například zvýšit zásah výstupů univerzit.

Zvláštní roli v komunikaci by přitom neměli hrát pouze politici a státní správa (přestože jejich vyjádření se dostávají do veřejného prostoru nejsnáze), ale odpovědnost za přinášení témat souvisejících s oblastí klimatu do informačního prostoru mají i sama média, fungující jako gatekeeper veřejné diskuze. Je ale i nutné akceptovat logiku fungování médií a naučit se s ní pracovat pro oslovení co nejvíce segmentů společnosti.

### **Shrnující postřehy a doporučení:**

Pro větší odolnost české společnosti vůči dezinformacím spojeným se změnou klimatu a pro kvalitnější debatu v českém mediálním prostoru o těchto tématech je nutné:

- posílit strategickou komunikaci o klimatu na všech rezortech,
- zajistit institucionální zastřešení komunikace klimatické problematiky, a to zejména ze strany relevantních vědeckých a výzkumných institucí,
- zapojit do komunikace co nejvíce aktérů - napříč obory i generacemi, důležitou roli mohou hrát např. i města a obce,
- zvýšit proaktivitu médií a jejich ochotu přinášet výhledová témata (i za rok 2030) a hlasy středových odborníků, stejně tak i proaktivitu politiků a političek - chybí leadership i ownership témat spojených se změnou klimatu,
- posílit analytické a odborné kapacity veřejnoprávních médií v oblastech klimatu a energetiky, včetně utváření politického rámce na české i evropské úrovni,
- podpořit popularizaci vědy nejen v oblasti klimatu,
- ukazovat data a příklady dobré praxe,
- mluvit o změnách klimatu srozumitelným a nepolarizujícím jazykem.