

Green Deal a dezinformace



Jitka Černošová
Odbor strategické komunikace státu
Úřad vlády ČR
30. 10. 2024



ODBOR STRATEGICKÉ
KOMUNIKACE STÁTU
UV ČR

Green Deal – základní fakta

PAŘÍŽSKÁ DOHODA O KLIMATU 2015

Týká se zmírňování změny klimatu, přizpůsobování se této změně a financování. Byla sjednaná 196 stranami na konferenci OSN.

ZELENÁ DOHODA PRO EVROPU 2019

Soubor politických iniciativ Evropské komise, jejichž hlavním cílem je klimaticky neutrální Evropa v roce 2050.

Do roku 2030 má Evropa snížit emise o 55 % oproti roku 1990.

Obsahuje opatření ke snížení emisí, investice do výzkumu a ochrany životního prostředí. Druhým cílem dohody je transformace evropské ekonomiky, aby byla dlouhodobě udržitelná, tedy aby byl možný její růst bez zvyšování nároků na přírodní zdroje.

FIT FOR 55 2021

Soubor opatření obsahující nové i revidované legislativní návrhy v oblasti klimatu, energetiky a dopravy.

Počítá například se zákazem prodeje nových aut bez nulových emisí CO₂ od roku 1935.



Sociologické průzkumy

2009 ➔ Shoda ve společnosti

- 80 % se domnívalo, že ke změně klimatu a oteplování dochází.
- 75 % by bylo pro akci, i kdyby to zatížilo ekonomiku země.

2022-2024 ➔ Stále přesvědčeni, ale...

- 86-93 % lidí je stále přesvědčeno, že ke změně klimatu dochází.

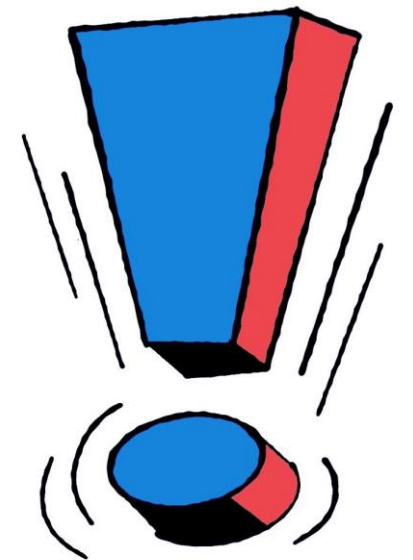


Sociologické průzkumy – klesající trendy

Změnu klimatu způsobuje člověk: 85 % → 71 %

Je nutná změna v lidské činnosti: 82 % → 69 %

Je třeba problém řešit hned: 63 % → 51 %



Sociologické průzkumy – rostoucí trendy



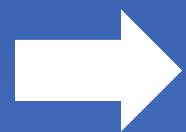
Lidé, kteří slyšeli o Green Dealu: 14 % → 60 %

Lidé kritičtí ke Green Dealu: 25 % → 40 %

Green Deal představuje ohrožení: 50 %

Sociologické průzkumy – příležitosti

- Stále více lidí o Green Dealu slyšelo, ale ve skutečnosti neví, o co přesně jde.
- **16 %** lidí vůbec nezná pojem Green Deal.
- **24 %** lidí neví, zda je Green Deal ohrožení či příležitost.



To je důležitá skupina, o kterou musíme usilovat.

Máme rádi přírodu

- Obecný postoj k ochraně přírody je dobrý.
- Shoda ve společnosti je vysoká: 88 % lidí si myslí, že je dobré chránit přírodu.
- Green Deal – „značka“ na tom není dobře.
- Debata se polarizuje.
Ti co dříve neměli názor, nyní Green Deal nesnáší.
- Platit daně nechce nikdo.
Převládá názor, že platit náklady Green Dealu by měla vláda (69 % lidí).
- Z vlastní kapsy je ochotno se podílet 42 % lidí.



Slovníček pojmů

DEZINFORMACE

Nepravdivé informace záměrně šířené s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří je přijímají.

KONSPIRAČNÍ TEORIE

Vysvětlují události nebo situace pomocí spiknutí mocných skupin, často s politickou motivací.

DOMNĚNKY

Tvrzení vytržená z kontextu.



„Zelené šílenství“

Hlavní antisystémové narativy:

Ekonomické

- Přejde ztráta konkurenceschopnosti a zhroutení evropského průmyslu, což přinese chudobu a nezaměstnanost.
- Důraz na automobilový průmysl.

Vědecké

- Popírání lidského vlivu na změnu klimatu.
- Přínos Green Dealu ke zpomalení změny klimatu bude minimální.

Politické

- Diktát Bruselu – spojeno s kritikou EU a liberálních politik.

Konspirační

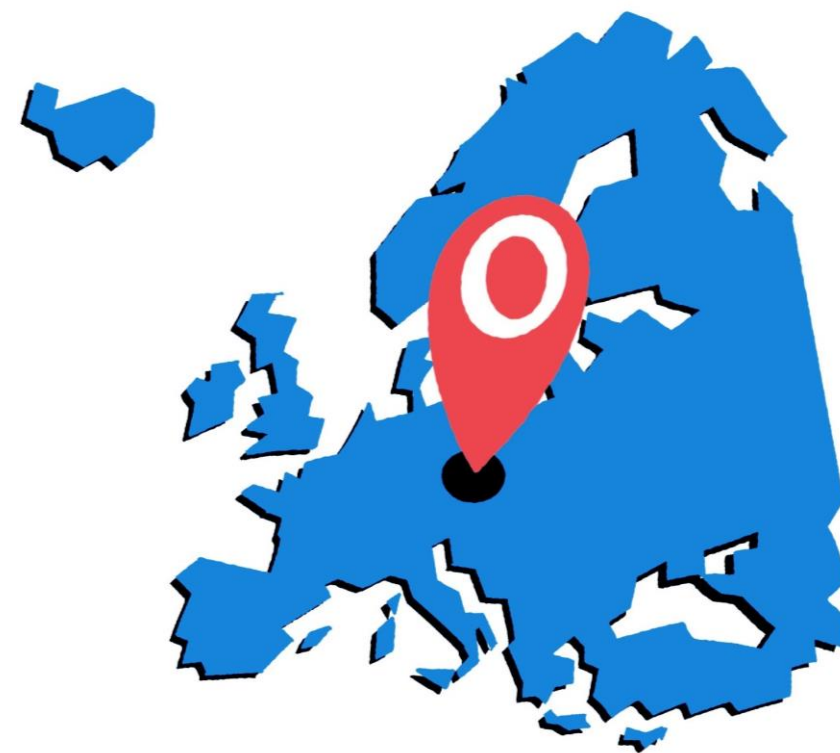
- Jde o uměle vyrobený problém, aby si korporace namastily kapsy nebo aby bylo možné lépe manipulovat lidmi.



Cíle dezinformací

Útok na Green Deal = útok na EU

- Může za ním být zájem cizí moci. Informační manipulace mohou být nástrojem zahraničního vlivu.
- Proto se tímto tématem zabýváme – útočí na ukotvení ČR v rámci EU.
- EU je v tomto kontextu vykreslována jako mrtvá iniciativa, ve které máme podřadné postavení a jako alternativa jsou nabízena jiná spojení.



„Green Deal je balíček opatření, která dopadnou jako ocelová pest na naši ekonomiku a na vaše peněženky.“

„Vláda by se měla snažit ulehčit život občanů, a ne jim ho naopak stěžovat. Bohužel vláda jede přesně podle naplánovaného scénáře EU.“

„Emisní povolenky jsou největší podvod v historii lidstva.“

„Slibují vám něco, co vy absolutně nemáte šanci zkontrolovat. Že někde za 50 nebo 60 let díky tomu bude lepší klima.

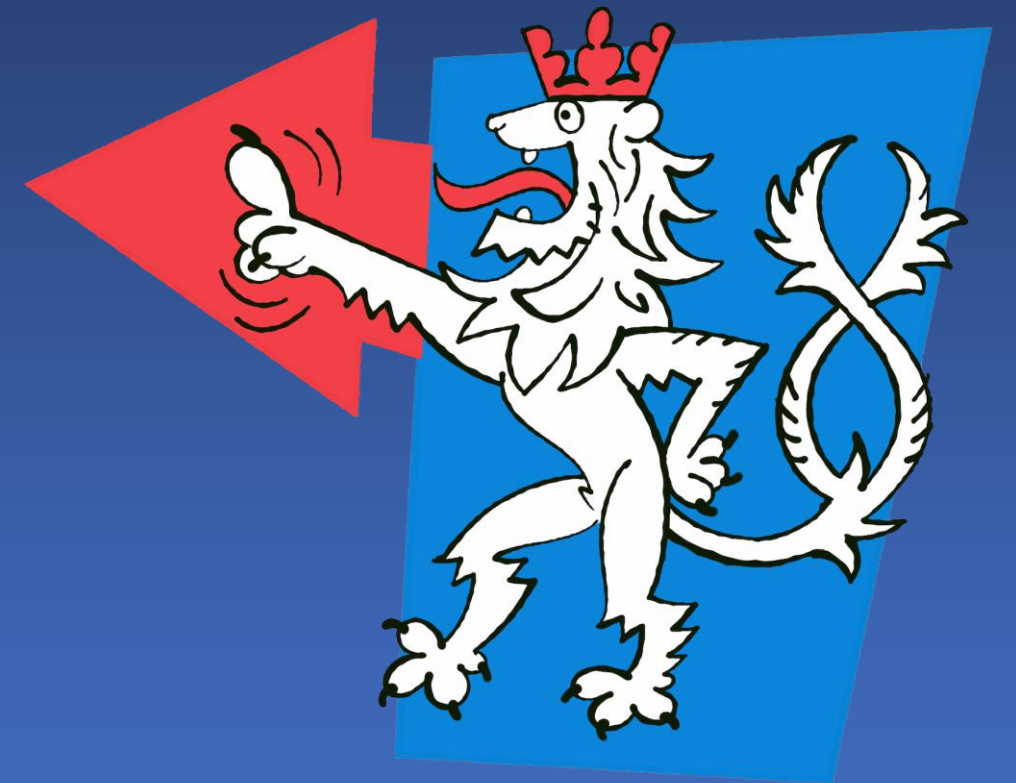
V podstatě vás okrádají o vaše peníze.“

„Zavedení emisních povolenek pro domácnosti zdraží ceny uhlí asi o 30 %. Zvedne se cena benzínu odhadem o 3 až 10 korun. “



Komunikační výzvy Green Dealu

- Špatně prodaná „značka“
- Nejednotný postoj obyvatelstva
- Od začátku o tématu hovoří hlavně odpůrci
- Lidé prostě nevědí – nebyly vysvětleny základní otázky přírodovědné ani politické



Výzvy pro komunikaci

- Všichni máme rádi přírodu – v tom není spor.
- „Značka“ Green Deal je poškozená, ale nová nálepka nestačí.
- Existují reálné obavy, že zchudneme, a to napříč společnostmi.



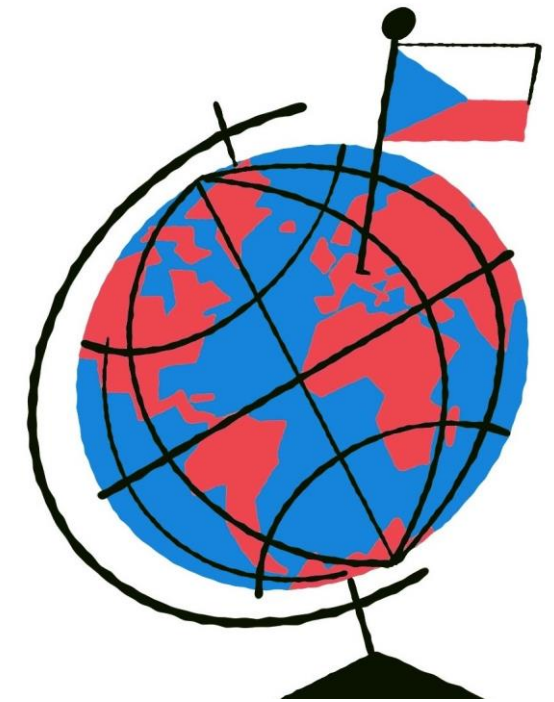
Z toho plyne:

- Musíme vysvětlovat, co nám zelená transformace přinese.
- Zásadní je ekonomický přínos. Neobhajovat daně, ale poukazovat na přínosy.
- Musí jít o spravedlivou, sociálně citlivou modernizaci.
- Důležitá skupina jsou nejistí / nerozhodnutí.
- Ostatní už názor mají.
- Musíme najít dobré „posly“ - velkou důvěru ve společnosti mají vědci.



Konkrétní příklady sdělení

- Chceme zachovat planetu Zemi takovou, jakou ji známe dnes, tedy naši životní úroveň.
- Modernizace ve všech odvětvích je přirozený proces, který probíhá po celou dobu vývoje lidstva. Nejde o nic revolučního.
- Modernizace přinese lepší životní podmínky a lepší život pro všechny.
- Naopak pokud nebudeme řešit klimatické dopady, životní podmínky se zhorší.



Děkujeme
za pozornost

