

Shrnutí kulatého stolu se zástupci médií pro kapitoly „odolnost společnosti“ a „udržitelnost v každodenním životě“ pro VNR

Kdy: 15.1.2025

Kde: Ministerstvo životního prostředí

Formát: Moderovaná diskuze s předem stanovými tématy

Zastoupená média a organizace: Česká televize, Český rozhlas, Deník N, AMO, STEM, ČHMÚ, Institut 2050, Senát ČR, PR tým Ministerstva zemědělství, Centrum Chaloupky

Účel: Hlavní cílem kulatého stolu bylo diskutovat a zmapovat postoje zástupců médií a organizací věnujících se komunikaci změny klimatu a udržitelných témat k tomu, jak se v ČR daří či nedaří efektivně komunikovat právě tato témata směrem k veřejnosti, jaké překážky stojí v cestě jejich komunikaci, a v neposlední řadě sdílet příklady dobré praxe.

Metodologie: Za účelem zmapování přístupů k komunikaci klimatických a udržitelných témat v ČR byl uspořádán kulatý stůl se zástupci médií a organizací zaměřených na tuto oblast. Diskuze se soustředila na efektivitu stávající komunikace, hlavní překážky a sdílení dobré praxe. Setkání probíhalo formou moderované debaty, která umožnila otevřenou výměnu zkušeností mezi novináři, odborníky na klimatickou komunikaci a dalšími aktéry. Výstupy diskuse slouží jako podklad pro příslušné kapitoly VNR.

Základní diskutovaná témata

- Překážky komunikace komplexních celospolečenských témat
- (Klimatické) dezinformace
- Příklady dobré praxe komunikace udržitelných témat

Hlavní výstupy kulatého stolu

- Efektivní komunikace tak komplexních témat, jako jsou ta spojená s udržitelností a klimatickou změnou, je možná pouze prostřednictvím pozitivních příběhů a příkladů, ke kterých se může společnost jednoduše vztáhnout.
- Dezinformace je nutné chápat především jako nedostatek informací. Smyslem dezinformací není, aby lidé věřili něčemu, co není pravda, ale aby nevěřili tomu, co pravda je □ nutnost proměnit a rozšířit mediální výchovu ve školách
- Obecný problém malé informovanosti veřejnosti, ale i politiků, novinářů nebo samotných vzdělavatelů o problematice klimatické změny □ chybí doposud kvalitní vzdělávací struktura na poli klimatické změny.
- Novináři naráží na strach, jak správně komunikovat takto komplexní problematiku, neustálá obava, že budou na něčem nychytáni.

- Nedostatek a v některých regionech až úplná absence důvěryhodných ambasadorů komunikujících danou problematiku.
- Náchyllost k dezinformacím je většinou více než věkem dána sociálním zázemím. Lepší sociální zázemí většinou znamená lepší vzdělání a lepší orientaci na mediální scéně. Neplatí, že mladá generace narozdíl od té starší je odolnější vůči dezinformacím na sociálních sítích, vždy záleží na tom, z jakého je kdo prostředí.
- Pozitiva:
 - Posun lze spatřovat v určité mainstreamizaci tématu klimatu na české mediální scéně. Zároveň klimaskepticismus není tak silný jako počátkem nultých let.
 - Kvalitně zpracované informace jsou čím dál tím lépe dostupné. Pozitivně velmi vnímány aktivity organizací jako jsou Fakta o klimatu nebo AMO
- Možnost ovlivňovat veřejnost celoplošně skrze sociální sítě vnímána spíše jako nereálná. Greenfluenceri vnímáni pozitivně, ale jejich dopad je omezen pouze na jejich vlastní bublinu.

Závěr

- **Vstupy do kapitoly „Udržitelnost v každodenním životě“:** Vstup v podobě samostatné podkapitoly věnované komunikaci udržitelných témat a médiím, která bude reflektovat hlavní výstupy kulatého stolu.
- **Vstupy do kapitoly „Odolnost společnosti“:** Výstupy kulatého stolu k dezinformacím. Především chápání dezinformací jako spíše nedostatku kvalitních informací a na tento problém navázaná nutná proměna klimatického vzdělávání nejen mládeže, ale i samotných vzdělavatelů, novinářů a dalších profesí, neboť změna klimatu a zelená témata se dnes propisují do všech aspektů našich životů.
- **Vstup do kapitoly „Leave No One Behind“:** Důraz na skutečnost, jak sociální prostředí ovlivňuje náchyllost k dezinformacím, zpochybňování klimatické změny a vede k nedůvěře systém a z tohoto vyplývající potřeba soustředit se na v tomto ohledu zranitelné společenské skupiny.