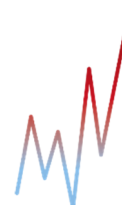




Změna klimatu a dezinformace v českém informačním prostoru

Dominik Presl





OBSAH

Shrnutí	3
1. Úvod	4
2. Klima a dezinformační ekosystém	4
3. Využívání dezinformačních technik k diskreditaci tématu klimatické změny.....	10
4. Doporučené metody komunikace pro snižování negativních efektů dezinformací spojených s tématem klimatické změny	12
5. Závěr	14



Shrnutí

- Dezinformace týkající se klimatu jsou v českém prostředí nejvíce využívány jako mobilizační nástroj pro kritiku Evropské unie či jako argumentační podpora pro obhajobu konspiračních teorií. Ačkoli tak s tímto tématem tzv. dezinformační ekosystém pracuje, v současnosti se jedná, s ohledem na míru pozornosti, která je mu věnována, spíše o minoritní téma.

- Nejčastěji je klimatická agenda zobrazována v souvislosti s populárními konspiračními teoriemi či jako extremistická ultralevicová ideologie. V prvním případě je spojována s teoriemi o globálním spiknutí, zejména pak s aktuálně rozšířenými konspiračními teoriemi o tzv. Velkém resetu (Great Reset). V druhém případě je boj s klimatickými změnami vykreslován jako záminka k destrukci kapitalismu a nastolení levicové „klíma-totality“.

- V českém kontextu bylo dosud na rozdíl od zahraničí veřejně popsáno minimum případů cíleného ovlivňování veřejného mínění korporacemi působícími v emisně intenzivních sektorech. De facto se objevil pouze jediný detailně zmapovaný pokus – iniciativa soustředěná především na sociální síť pod názvem Greenpiss, později přejmenovaná na Hnutí DUCHA.

- Neutralizace konspiračních narativů je možná pomocí metod debunkingu a pre-bunkingu. Debunking je veřejné vyvracení jednotlivých nepravdivých tvrzení. Účinnost vyvracení konkrétních dezinformací je v případě debunkingu výrazně vyšší, pokud je ideologie a politická orientace organizace či osoby, které dezinformace vyvracejí, v souladu s ideologií a politickou orientací cílové skupiny.

- Komunikace s cílovými skupinami, které vykazují konspirační a anti-elitistické vidění světa či silně odmítavé postoje vůči tématu klimatické změny, by se měla soustředit na propagaci jednotlivých konkrétních návrhů spíše než na téma klimatické změny obecně, na argumenty zdůrazňující soukromé dobro (private good) spíše než veřejné dobro (public good) a zohledňovat fakt, že klimatická agenda je v daném prostředí chápána primárně jako ohrožení.



1. Úvod

Spolu s tím, jak zesiluje vnímání změny klimatu jako zásadního problému dnešní doby, zintenzivňuje na globální úrovni v posledních letech i debata o tom, do jaké míry veřejné mínění v těchto otázkách ovlivňují dezinformace a misinformace. Pozornost je věnována tomu, jak k jejich šíření přispívají sociální sítě, jakým způsobem tyto dezinformace využívají v rámci své vlastní agendy politici a politické strany i jakou roli v jejich šíření hrají komerční subjekty a asociace, které jsou na směřování klimatické debaty přímo zainteresované. Právě poslední otázka je, zejména v kontextu Spojených států a Velké Británie, častým předmětem výzkumu. Studie na toto téma ukazují, že snahy zainteresovaných subjektů o ovlivňování debaty související s tímto tématem byly v minulosti velmi intenzivní¹ a přispěly k diskurzu zpochybňujícímu změny klimatu a jejich dopady.²

Ačkoli v české veřejné debatě začíná téma změny klimatu získávat více pozornosti, výše zmíněné otázky v českém kontextu dosud nebyly zmapovány, či pouze ve velmi omezené podobě. Tento text si proto klade za cíl popsat tuto problematiku a vytvořit ucelený přehled o tom, do jaké míry a jakým způsobem téma klimatu figuruje v již existujícím tzv. dezinformačním ekosystému a zda se v českém informačním prostoru objevují cílené snahy o diskreditaci daného tématu.

Tento briefing paper je proto rozdělen na dvě části. První část odpovídá na otázku „jakým způsobem je téma klimatu využíváno v tzv. dezinformačním ekosystému“ a je založena na vlastním kvalitativním a kvantitativním výzkumu autora. V této části je postupně vyčísleno, v jaké míře se dané téma vyskytuje v rámci tří hlavních součástí českého dezinformačního ekosystému (dezinformačních webů, facebookových skupin a tzv. super-spreaders), a popsáno, v jaké formě a v jakých souvislostech se toto téma nejčastěji objevuje. V druhé části jsou představeny proběhlé pokusy o diskreditaci tématu klimatické změny za využití dezinformačních technik, včetně zhodnocení jejich dopadu.

2. Klima a dezinformační ekosystém

Dezinformační ekosystém – definice

Pojem dezinformační ekosystém se v používá jako souhrnné označení

- a) aktérů, kteří v informačním prostoru aktivně a úmyslně šíří dezinformace,
- b) platforem, které jsou k šíření dezinformací používány.³

V českém kontextu jde zejména o:

- **Tzv. dezinformační weby:** online média poskytující zpravodajský obsah, ovšem s velkým podílem falešných, nepravdivých, neúplných a zavádějících informací a často používající manipulativní techniky různého druhu.⁴ Tento text se zaměřuje na reprezentativní skupinu nejčtenějších dezinformačních webů v českém jazyce.

¹ Treen, K. M. D. I., Williams, H. T. & O'Neill, S. J. (2020). Online misinformation about climate change. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 11(5).

² Goldberg, M., Marlon, J. R., Wang, X., van der Linden, S., & Leiserowitz, A. (2020). Oil and gas companies invest in legislators that vote against the environment. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(10), 5111–5112.

³ Alaphilippe, A. (2021). Disinformation is evolving to move under the radar. The Brookings Institution: TechStream. Online: <https://www.brookings.edu/techstream/disinformation-is-evolving-to-move-under-the-radar/>.

⁴ Gregor, M., Vejvodová, P. (2016). Výzkumná zpráva: Analýza manipulativních technik na vybraných českých serverech. *Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity*.



- Facebookové skupiny: v českém prostředí jde o jednu z nejdůležitějších online platforem pro šíření dezinformací. Je tomu tak jak kvůli počtu uživatelů (Facebook je v České republice jednoznačně nejpoužívanější sociální sítí),⁵ tak kvůli tomu, že právě skupiny a jejich dosah algoritmus Facebooku významně podporuje.⁶ Vzhledem k tomu, že část skupin je uzavřená pouze pro určitý okruh uživatelů, se snižuje také pravděpodobnost, že dojde k nahlášení problematického obsahu. V rámci tohoto textu byl vybrán vzorek facebookových skupin, ve kterých dlouhodobě dochází ke sdílení dezinformačního obsahu.
- **Super-spreaders:** jako super-spreaders jsou daným v kontextu označovány účty na sociálních sítích s velkým dosahem, které pravidelně sdílí dezinformace. I malý počet těchto účtů může mít přitom zásadní podíl na šíření dezinformací mezi mnohem větším počtem pasivních konzumentů.⁷ V českém prostředí se jedná jak o facebookové stránky politicky angažovaných jedinců a subjektů (politiků a politických stran), tak o profily veřejně známých osobností či aktivních jedinců v rámci dezinformační scény. V rámci tohoto briefing paperu byla vybrána skupina nejdůležitějších politicky aktivních jedinců a subjektů, které splňují danou definici.

Pro účely tohoto briefing paperu byl vybrán na základě již existujících analýz reprezentativní vzorek z každé ze součástí dezinformačního ekosystému. U jednotlivých skupin bylo zkoumáno jak množství obsahu věnovaného klimatu, tak jeho forma a nejčastější narativy.⁸

Dezinformační weby

Skupina deseti nejčtenějších českých dezinformačních webů (tento výběr byl sestaven na základě výroční zprávy organizace Bezpečnostní centrum Evropské hodnoty)⁹ publikovala v analyzovaném období celkem **143 článků** zmiňujících téma klimatu (viz tabulka č. 1). Zdaleka nejvíce jich publikoval web **Pravý prostor** (54), následovaný českojazyčnou mutací státní ruské zpravodajské agentury **Sputnik** (30). Více než 50 % článků na dané téma tak publikovaly pouze 2 weby, pro většinu českých dezinformačních médií jde naopak spíše o okrajové téma.

⁵ Klement, V. (2020). Sociální média v roce 2020: Přehled zásadních trendů na sociálních sítích pro brandovou komunikaci. Group M. Online: <https://www.h1.cz/upload/680-social-trendy-2020-groupm.pdf>.

⁶ McCammon, S. (2020). 'Facebook Groups Are Destroying America': Researcher On Misinformation Spread Online. National Public Radio. Online: <https://www.npr.org/2020/06/22/881826881/facebook-groups-are-destroying-america-researcher-on-misinformation-spread-onlin?t=1628082933120&t=1633351332795->

⁷ Bond, S. (2021). Just 12 People Are Behind Most Vaccine Hoaxes On Social Media, Research Shows. National Public Radio. Online: <https://www.npr.org/2021/05/13/996570855/disinformation-dozen-test-facebooks-twitters-ability-to-curb-vaccine-hoaxes>.

⁸ Pro účely tohoto briefing paperu byl analyzován obsah v prvních sedmi měsících tohoto roku, tedy v období 1. 1. 2021 až 31. 7. 2021.

⁹ Špalková, V. K. (2021). Výroční zpráva o stavu české dezinformační scény za rok 2020. Evropské hodnoty: Kremlin Watch Report.



Tabulka č. 1: Počet článků na téma klimatu na deseti nejčtenějších českých dezinformačních webech v daném časovém období

Číslo	Název webu	Počet článků 1-7/2021 ¹⁰
	Celkový součet	143
1	Pravý prostor	54
2	Sputnik	30
3	Protiproud	19
4	První zprávy	14
5	Nová republika	12
6	AC 24	5
7	Svobodné noviny	5
8	Aeronet	2
9	Česko bez cenzury	2
10	Argumenty a Fakta	0

Zdroj: autor

Pro srovnání, tentýž vzorek deseti nejčtenějších webů publikoval ve stejném časovém období 417 článků na téma migrace,¹¹ tedy zhruba třikrát více obsahu než v případě tématu klimatu (viz tabulka č. 2).

Tabulka č. 2: Počet článků na téma migrace na deseti nejčtenějších českých dezinformačních webech v daném časovém období

Číslo	Název webu	Počet článků 1-7/2021 ¹²
	Celkový součet	417
1	Pravý prostor	149
2	Sputnik	84
3	Protiproud	31
4	První zprávy	47
5	Nová republika	52
6	AC 24	5
7	Svobodné noviny	34
8	Aeronet	3
9	Česko bez cenzury	11
10	Argumenty a Fakta	1

Zdroj: autor

¹⁰ Počet článků obsahujících klíčové slovo „klíma“.

¹¹ Počet článků obsahujících klíčová slova „migrace“ či „migranti“.

¹² Počet článků obsahujících klíčové slovo „klíma“.



Nejčastější narativy spojené s tématem změny klimatu

Téma klimatické změny a agendy s nimi spojené je na dezinformačních webech nejčastěji zmiňováno v několika různých, ale opakujících se formách. Nejčastěji přitom jde o **propojení klimatické agendy s populárními konspiračními teoriemi** a o **prezentaci tématu klimatu jako extremistické ideologie**, často ve spojení s kritikou Evropské unie.

1) Propojení klimatické agendy s populárními konspiračními teoriemi

Jednou z vlastností dezinformačního ekosystému i fungování konspiračních teorií obecně je schopnost přizpůsobit narativ novému vývoji událostí a navazovat již existující konspirační teorie na aktuální dění ve společnosti. Snahy čelit klimatické změně jsou tak v podání dezinformačních webů zakomponovány do již existujících konspiračních teorií, a to převážně do teorií typu New World Order.¹³ Jedná se o kategorii konspiračních teorií, které v různých variacích tvrdí, že „svět je řízen nebo brzy bude řízen elitním uskupením, které touží po celosvětové dominanci a sestavení autoritářské světovlády“.¹⁴ Právě klimatickou agendu jednotlivých států či mezinárodních organizací tyto teorie často označují jako další ze způsobů, kterými se globální elity snaží světové dominance dosáhnout.

Nejčastěji téma klimatu zmiňují konspirační teorie okolo tzv. Velkého resetu (Great Reset). Tedy globální iniciativy Světového ekonomického fóra, která si klade za cíl usnadnit přechod na udržitelnou a bezemisní ekonomiku. Konspirační teorie právě o této iniciativě jsou i v českém prostředí velice populární.¹⁵ Kromě nich se ale téma klimatu často objevuje i u konspiračních teorií o Billu Gatesovi či pandemii covidu-19.¹⁶ Ve všech případech je ale klimatická agenda, často nazývána jako „klimaalarmismus“, podávána jako záminka pro snahu zničit tradiční způsob života, snížit životní úroveň běžných občanů, zrušit národní státy a zavést globální totalitní systém.¹⁷

2) Změna klimatu jako extremistická ideologie

Druhý nejčastější způsob, jak dezinformační weby téma klimatu zobrazují, je vykreslování environmentální politiky týkající se klimatu jako ultralevicové extremistické ideologie. Podle narativu opakujícího se na dezinformačních webech jsou zastánci této politiky poháněni čistě zjištnými důvody a využívají ji jako nástroj k získání peněz či politického vlivu. Případně jde naopak o fanatické zastánce ultralevicových ideologií, kteří se v rámci boje proti klimatickým změnám snaží

¹³ Kategorizace použita z projektu Atlas konspirací: Krsová, L., Šlerka, J. Kategorie: New World Order teorie. Studia nových médií: Atlas konspirací. Online: https://atlaskonspiraci.cz/Kategorie:New_World_Order_teorie.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ukázka obsahu: Jedna globální světovláda, absolutní kontrola obyvatel planety ... když se konspirace mění v realitu. Právý prostor. (2021). Online: <https://pravyprostor.cz/jedna-globalni-svetovlada-absolutni-kontrola-obyvatel-planety-kdyz-se-konspirace-meni-v-realitu/>.

¹⁶ Ukázka obsahu: Temná mysl Billa Gatese: Covidový mág se naplno zapojil do podvodu s údajným oteplováním klimatu. Už zcela nezakrytý požaduje konec civilizace. Vzdejte se masa, cestování a přímé lidské komunikace! Svět patří jen vyvoleným! Protiproud. (2021). Online: <https://www.protiproud.cz/politika/5739-temna-mysl-billa-gatese-covidovy-mag-se-napno-zapojil-do-podvodu-s-udajnym-oteplovani-klimatu-uz-zcela-nezakryte-pozaduje-konec-civilizace-vzdejte-se-masa-cestovani-a-prime-lidske-komunikace-svet-patri-jen-vyvolenym.htm>.

¹⁷ Ukázka obsahu: Čekají nás klimatické lockdowny? Další díl z cyklu „Velký reset“. Právý prostor. (2021). Online: <https://pravyprostor.cz/cekaji-nas-klimaticke-lockdowny-dalsi-dil-z-cyklu-velky-reset/>.



o zničení kapitalismu a nastolení levicové totality.¹⁸ V souvislosti s tím je také často zpochybňována existence klimatické změny či vliv člověka na tyto procesy.

Velmi často je tato argumentace také propojena s intenzivní kritikou aktivit Evropské unie v oblasti klimatické politiky a kritikou Evropské unie obecně.¹⁹ České dezinformační weby mimo jiné spojuje právě radikálně odmítavý postoj vůči EU a výše popsaný manipulativní obraz evropské klimatické politiky tak slouží jako další způsob, jak Evropskou unii vyobrazit jako nebezpečnou organizaci s totalitními sklony.²⁰ K danému tématu spojenému s intenzivní kritikou Evropské unie a výzvami k vystoupení České republiky z této organizace se na dezinformačních webech často vyjadřují také vedoucí členové politické strany Svobody a přímé demokracie (SPD), kteří na nich publikují a využívají je tak k vlastní politické agitaci.²¹

Facebookové skupiny

Pro další část textu byl vybrán vzorek pěti facebookových skupin, ve kterých je dle organizace Čeští elfové²² dlouhodobě sdíleno velké množství dezinformačního obsahu (viz tabulka č. 3). Ačkoli jsou některé výrazně tematicky zaměřeny (pro-ruské zaměření, podpora czexitu, podpora konkrétní politické strany atd.), v praxi se ve všech skupinách objevuje široká škála témat, která se do značné míry shoduje s tématy dezinformačních webů. Celkově bylo ve všech skupinách ve sledovaném období publikováno 60 příspěvků o klimatu, zdaleka nejvíc z nich ve skupinách „Češi, táhněme za jeden provaz“ (24) a „CZEXIT!“ (23).

Tabulka č. 3: Počet příspěvků na téma klimatu v pěti vybraných facebookových skupinách v daném časovém období

Číslo	Název skupiny	Počet příspěvků 1-7/2021
	Celkový součet	60
1	Češi, táhněme za jeden provaz	24
2	CZEXIT!	23
3	Přátelé Ruska v České republice	10
4	Fórum vlastenců	2
5	Fanklub Tomia Okamury a SPD	1

Zdroj: autor

¹⁸ Ukázka obsahu: Zelené šílenství. Pravý prostor. (2021). Online: <https://pravyprostor.cz/zelene-silenstvi/>.

¹⁹ Ukázka obsahu: Zelené peklo rozhádalo Piráty s modrými ptáky. Sputnik Česká republika. (2021). Online: <https://cz.sputniknews.com/20210726/zelene-peklo-rozhadalo-piraty-s-modrymi-ptaky-15273104.html>.

²⁰ Ukázka obsahu: Klimatický byznys: Uměle vyvolaná panika. Klima se měnilo odedávna. Potrhly tunel a příští generace. Otázky kompetence pro nekompetentní. Budou naše děti už jen živořit? Nedělejme to... Protiproud. (2021). Online: <https://www.protiproud.cz/politika/5808-klimaticky-byznys-umele-vyvolana-panika-klima-se-menilo-odedavna-potrhly-tunel-a-pristi-generace-otazky-kompetence-pro-nekompetentni-budou-nase-deti-uz-jen-zivorit-nedelejme-to.htm>.

²¹ Ibid.

Ukázka obsahu: Nová republika: Evropská unie chystá brutální zdražování. Bude to znamenat dramatický propad životní úrovně občanů. Nová republika. (2021). Online: <http://www.novarepublika.cz/2021/07/evropska-unie-chysta-brutalni.html>.

²² Dobrovolnická organizace zabývající se mapováním dezinformačního obsahu a ruské propagandy v českém online informačním prostředí: <https://cesti-elfove.cz/uvodni-strana/>.



Převážně ovšem nešlo o původní obsah. U většiny příspěvků týkajících se klimatu ve sledovaných skupinách jde totiž nejčastěji o sdílení článků z výše zmíněných dezinformačních webů a příspěvků politiků SPD. Do značné míry tak, alespoň v rámci daného tématu, tyto skupiny slouží primárně k propagaci politických stran a individuálních politiků a ke zvyšování návštěvnosti dezinformačních médií. Nejčastější narativy, které se objevují v souvislosti s daným tématem ve facebookových skupinách, tomu odpovídají a do značné míry kopírují narativy dezinformačních webů popsané výše. Jde zejména o útoky na Evropskou unii a konspirační teorie o globálním spiknutí, v různých variacích spojených s tématem klimatu.

V kontextu daného tématu jsou tak facebookové skupiny skutečně spíše platformou pro sdílení a amplifikaci obsahu z ostatních dvou částí dezinformačního ekosystému (dezinformačních webů a super-spreaders) a k publikaci originálního obsahu od běžných uživatelů příliš nedochází.

Super-spreaders

Jak bylo popsáno výše, jako super-spreaders jsou označovány účty na sociálních sítích s velkým dosahem, které pravidelně sdílí dezinformace. Pro účely tohoto briefing paperu byly vybrány ty super-spreaders, které jsou aktivně politicky angažované, a ve vybrané skupině tedy figurují profily politických stran a jednotlivých politiků. Z pěti politicky aktivních super-spreaders s největším dosahem jde ve třech případech o nejviditelnější představitele politické strany SPD, v jednom případě o profil samotné politické strany SPD a v jednom případě o profil politické strany Volný blok, která funguje také jako profil jejího vedoucího představitele Lubomíra Volného, poté co byl jeho osobní profil na této sociální síti smazán. Vybraná skupina byla sestavena na základě reportu organizace Evropské hodnoty.²³

Číslo	Název profilu	Počet příspěvků 1-7/2021
	Celkový součet	53
1	Radim Fiala	21
2	Tomio Okamura	19
3	Ivan David	11
4	Svoboda a přímá demokracie – SPD	2
5	Volný blok	0

Zdroj: autor

Všech pět profilů publikovalo celkem 53 příspěvků s tématem klimatu, zdaleka nejvíc z nich zveřejnili nejviditelnější představitelé SPD: Radim Fiala (21), Tomio Okamura (19) a Ivan David (11). Všichni tři na svých účtech ale pravidelně sdílí zcela identické příspěvky a navíc je v mnoha případech několikrát v průběhu času recyklují a znovu publikují ve stejné podobě či jen s malými úpravami. Reálný počet unikátních příspěvků k danému tématu je tak výrazně nižší.

Na rozdíl od dezinformačních webů se v případě sledovaných super-spreaders neobjevují konspirační teorie o globálním spiknutí. V některých případech se podobně jako na dezinformačních webech přirovnává environmentální a klimatická politika k extrémní ideologii, tato argumentace se ovšem vyskytuje

²³ Špalková, V. K., Činčerová, Z. (2021). Rok 2020: Jak česká vláda prohrála s dvěma vlnami dezinformací o koronaviru. Bezpečnostní centrum Evropské hodnoty.



poměrně zřídka.²⁴ V naprosté většině případů je u všech sledovaných super-spreaders (s výjimkou stránky Volný blok, která téma klimatu nezmiňuje) téma klimatu a klimatické politiky zmiňováno ve spojení s Evropskou unií a využíváno jako nástroj pro její kritiku a demonizaci. Nejčastěji je evropská klimatická politika vykreslována jako příčina budoucího ekonomického kolapsu, který zásadním způsobem zdevastuje český průmysl, způsobí růst inflace a nezaměstnanosti a výrazné zdražování, zapříčiní energetickou krizi, nedostatek potravin a učiní současné výtobytky, jako například vlastnictví auta, nedostupnými.²⁵ Ve všech případech tyto příspěvky obsahují naléhavou výzvu k vystoupení České republiky z Evropské unie jako jediné možnosti záchrany.²⁶

3. Využívání dezinformačních technik k diskreditaci tématu klimatické změny

V anglickojazyčném prostředí, zejména v kontextu Spojených států, je otázka korporací působících v emisně intenzivních sektorech a zároveň financujících iniciativy popírající klimatickou změnu dobře zmapovaným tématem, kterému je přikládána značná míra pozornosti. Korporátní giganti jako Exxon Mobil²⁷ či Koch Industries²⁸ věnovaly od 80. let do současnosti řádově stovky milionů dolarů desítkám organizací, které usilovaly o diskreditaci klimatické vědy a politiky ochrany klimatu, ať už skrze politický lobbying či prostřednictvím kampaní cílených na širokou veřejnost.

V českém kontextu bylo dosud na rozdíl od zahraničí veřejně popsáno pouze minimum případů cíleného ovlivňování veřejného mínění korporacemi působícími v emisně intenzivních sektorech. Je možné, že k těmto pokusům dochází, ale konkrétní případy dosud nebyly rozkryty, protože dané téma nepatří mezi priority českých investigativních médií. Stejně tak je ovšem možné, že pro privátní byznysové subjekty se zájmem na ovlivňování klimatické a environmentální politiky je v českém prostředí snazší prosadit své zájmy spíše skrze méně viditelný lobbying zaměřený na úzkou skupinu zákonodárců.

De facto se v českém prostředí objevil pouze jediný detailně zmapovaný pokus o ovlivňování veřejného mínění ve vztahu ke klimatickým změnám, který využíval manipulativní techniky, publikoval nepravdivý a zavádějící obsah a poměrně výrazně porušoval etické standardy – iniciativa soustředěná primárně na sociální síť pod názvem Greenpiss, později přejmenovaná na Hnutí DUCHA.

Greenpiss / Hnutí DUCHA

Iniciativa Greenpiss zahrnovala po svém založení na konci roku 2016 webové stránky,²⁹ YouTube profil³⁰ a profil na sociální síti Facebook,³¹ útočící na ekologické a klimatické aktivisty a usilující o diskreditaci environmentálních témat a klimatické

²⁴ Ukázka obsahu: Facebooková stránka „Tomio Okamura – SPD“, <https://www.facebook.com/tomio.cz/posts/4649909225019856> (27. 7. 2021).

²⁵ Ukázka obsahu: Facebooková stránka „Tomio Okamura – SPD“, [tps://www.facebook.com/tomio.cz/posts/4547479898596123](https://www.facebook.com/tomio.cz/posts/4547479898596123) (19. 7. 2021).

²⁶ Ukázka obsahu: Facebooková stránka „Tomio Okamura – SPD“, <https://www.facebook.com/tomio.cz/posts/4649909225019856> (27. 7. 2021).

²⁷ Cook, J., Supran, G., Lewandowsky, S., Oreskes, N. & Maibach, E. (2019). *America Misled: How the fossil fuel industry deliberately misled Americans about climate change*. Fairfax, VA: George Mason University Center for Climate Change Communication.

²⁸ Koch Industries: *Secretly Funding the Climate Denial Machine*. GreenPeace.org. Online: <https://www.greenpeace.org/usa/ending-the-climate-crisis/climate-deniers/koch-industries/>.

²⁹ Doména greenpiss.cz – momentálně neaktivní.

³⁰ YouTube Kanál „Hnutí Ducha“. Online: <https://www.youtube.com/channel/UCzDkFlz5YI53QuDzzGufwWg/videos>.

³¹ Facebooková stránka „Hnutí Ducha“. Online: <https://www.facebook.com/hnutiducha/>.



politiky. Tato komunikační kampaň od svého spuštění vystupovala jako nezávislá iniciativa znepokojených občanů bez jakéhokoli napojení na energetický či uhelný průmysl. Jak ovšem zmapoval server Aktuálně.cz, doména greenpiss.cz, propojená s účty na sociálních sítích, byla vedena na zaměstnankyni PR agentury Olmer Ad³² obstarávající komunikační strategii pro skupinu Severní energetická. Ta spadá do portfolia podnikatele Pavla Tykače a v Česku provozuje hnědouhelné doly a uhelné elektrárnské bloky.³³

V roce 2020 se pak díky technické chybě sociální sítě Facebook, která na omezenou dobu zveřejnila (běžně neverejně) identity správců facebookových stránek, ukázalo, že stránku Greenpiss spravuje novinář, který zároveň působil jako správce facebookového profilu elektrárny Chvaletice. Tedy elektrárny taktéž spadající do portfolia vlastníka Severní energetické Pavla Tykače, jejíž komunikační aktivity obstarává stejná agentura, Olmer Ad. Podle svých vlastních slov je přitom za tvorbu obsahu a správu účtů Greenpiss, které byly v únoru 2020 přejmenovány na Hnutí DUCHA, placen lidmi, kteří jsou ve vztahu se společnostmi Severní energetická.³⁴

Strategie založená na používání uměle vytvořených iniciativ a organizací, které mají působit přirozeně, spontánně a jako nezávislá aktivistická hnutí, a vyvolat tak falešný dojem spontánní reakce, je známá jako Astroturfing.³⁵ Tato praktika je zejména ve Spojených státech hojně spojena právě s otázkou klimatu a v minulosti bylo prokázáno množství případů, kdy zdánlivě nezávisle působící anti-klimatická hnutí byla skrytě vytvořena a financována lobbistickými organizacemi a asociacemi, zastupujícími velké petrochemické společnosti.³⁶ Iniciativa Greenpiss / Hnutí Ducha tyto případy v určitých aspektech silně připomíná, především v cílech, o které iniciativa usiluje, jejích skrytých vazbách na společnosti se zájmem na změně veřejného mínění v dané oblasti a ve snaze předstírat spontánní a nezávislou reakci veřejnosti.

Ačkoli firmy Pavla Tykače nikdy nebyly prokazatelně označeny jako zadavatel a sponzor anti-ekologických kampaní Greenpiss / Hnutí DUCHA, existuje mezi nimi minimálně nepřímé spojení. Utajované vazby mezi společnostmi s přímými zájmy v odvětvích potenciálně ohrožených klimatickou politikou a kampaní, která tuto politiku cíleně diskredituje, spolu s agresivní a manipulativní formou obsahu tak vybočují z etických standardů marketingu a komerční komunikace a připomínají spíše techniky běžné na dezinformační scéně.

³² V současnosti bývalou zaměstnankyni. Viz: Truchla, H., Biben, M. (2019). Stránka Greenpiss uráží ekology. Stopy od ní vedou až k Tykačovým investicím do uhlí. Aktuálně.cz. Online: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/stranka-greenpiss-urazi-ekology-stopy-od-ni-vedou-az-k-tykac/r-125474e087a411e98aa4ac1f6b220ee8/>.

³³ Ibid.

³⁴ Truchla, H. (2020). Stránku urážející ekology spravuje tvůrce facebookové image Tykačovy elektrárny. Aktuálně.cz. Online: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/profil-elektrarny-chvaletice-spravuje-stejny-clovek-jako-str/r-edf388ba346511ea858fac1f6b220ee8/>.

³⁵ Mediální slovník: Astroturfing. MediaGuru. Online: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/klicova-slova/astroturfing/>.

³⁶ How Fossil Fuel Lobbyists Used „Astroturf“ Front Groups to Confuse the Public. Union of Concerned Scientists. (2017). Online: <https://www.ucsusa.org/resources/how-fossil-fuel-lobbyists-used-astroturf-front-groups-confuse-public>.



4. Doporučené metody komunikace pro snižování negativních efektů dezinformací spojených s tématem klimatické změny

Vliv dezinformací na vnímání klimatické změny

Chápání klimatické změny a názor na její existenci či působení člověka ovlivňuje množství faktorů, z nichž většina s dezinformacemi přímo nesouvisí: politické názory a orientace na pravo-levém politickém spektru, socioekonomické faktory, vliv elit a mediálního prostředí, přirozená lidská tendence ke kognitivnímu zkreslení a další.³⁷ V literatuře ovšem figurují dva významné aspekty, výrazně ovlivňující odmítání vědeckého konsenzu na existenci klimatické změny, jejího dopadu a vlivu člověka, které často využívají výše popsané dezinformační narativy, a to napříč všemi součástmi dezinformačního ekosystému: **anti-elitistické postoje** a **konspirační vidění světa**.

Anti-elitismus představuje jednu z hlavních populistických taktik, často využívanou v rámci dezinformačního ekosystému, která je postavena na rétorice rozdělovací společnosti na zkorumpovanou elitu, často zahrnující instituce jako média, vědce a experty, a početný lid, tedy většinovou společnost. Téma klimatické změny je přitom dlouhodobě většinou populistických hnutí označováno za agendu elity, jdoucí proti zájmům lidu.³⁸

S tím souvisí také konspirační teorie, které s anti-elitistickou rétorikou často pracují a které jsou postaveny na podobném binárním vidění světa těch, kteří jsou ovládnuti, a těch, kteří ovládají. I v prostředí konspiračních teorií je klimatická změna takřka bez výjimky prezentována jako součást celosvětového spiknutí a falešný konstrukt globálních elit, vytvořený s cílem poškodit většinovou společnost.³⁹ V českém kontextu oba narativy velice často zahrnují také Evropskou unii, která je s klimatickou agendou nejčastěji spojována a která je zároveň vykreslována jako elitistická organizace hrající ústřední roli v mnoha konspiračních teoriích.

Metody pro snižování efektů dezinformací v oblasti klimatu

Pro snižování negativních efektů klimatických dezinformací lze využít metody fungující v oblasti komunikace vědy (science communication) a čelení dezinformacím obecně. Jedná se zejména o metody tzv. pre-bunkingu a debunkingu, používané pro neutralizaci konkrétních dezinformací a narativů, a dodržování zásad v komunikaci klimatických témat směrem ke skupinám, které jsou výše popsanými dezinformacemi ovlivněny či mají vůči tématu silně skeptické nebo odmítavé postoje.

Debunking

Pravděpodobně nejčastější metoda používaná pro mitigaci dezinformací je debunking, tedy veřejné vyvracení dezinformací, dezinformačních narativů a jednotlivých nepravdivých tvrzení. Ačkoli tato taktika může být efektivní, má specifické limity a omezení. V první řadě je účinnost vyvracení dezinformací výrazně vyšší, pokud je ideologie a politická orientace organizace či osoby, která dezinformace vyvrací, v souladu s ideologií a politickou orientací cílové skupiny, v opačném

³⁷ Climate Change Disinformation and How to Combat It. Annual Review of Public Health Vol. 42:1–21 (April 2021).

³⁸ Waisbord, S. 2018. Why populism is troubling for democratic communication. Commun. Cult. Crit. 11:21–34.

³⁹ Bergmann, E. 2018. Conclusions: the politics of misinformation. In Conspiracy & Populism: The Politics of Misinformation, pp. 165–74. Cham, Switz.: Springer Int.



případě je účinnost poměrně nízká. Například debunking prováděný organizacemi se spíše levicovou orientací, cílený na výrazně konzervativní cílové skupiny, tak bude mít pouze minimální efekt.⁴⁰

Vyvracení dezinformací také může ovlivnit názor cílové skupiny na konkrétní jednotlivá témata, ale má pouze omezený efekt na ovlivnění dlouhodobých a silně zakořeněných postojů ke komplexnějším, polarizujícím tématům, jako například téma Evropské unie či právě existence klimatické změny.⁴¹ Těmto omezením je tak nutné přizpůsobit používání techniky debunkingu v komunikaci.

Pre-bunking

Na rozdíl od debunkingu, tedy vyvracení konkrétních dezinformací, je pre-bunking založen spíše na varování o existenci dezinformací v kontextu daného tématu a informování o způsobu, jak tyto dezinformace využívají manipulativní argumenty a techniky, případně také na informování o pozadí dezinformačních aktérů. Tato technika v kontextu tématu klimatické změny prokazatelně zvyšuje odolnost cílové skupiny vůči dezinformacím spojeným s tímto tématem a tato zvýšená odolnost má následně dlouhodobý efekt.⁴² V kontextu klimatu je tak vhodné upozorňovat na nejčastější manipulativní argumenty a argumentační fauly, které se v této souvislosti objevují.

Zásady komunikace v nepříznivém prostředí

Komunikace s cílovými skupinami, které vykazují výše popsané konspirační a anti-elitistické vidění světa či silně odmítavé postoje vůči tématu klimatické změny, je již z podstaty věci mnohem obtížnější. Aby byla taková komunikace efektivní, měla by se držet následujících zásad:

- Soustředit se na komunikaci a propagaci jednotlivých konkrétních návrhů spíše než tématu klimatické změny obecně. Přesvědčit někoho ke změně dlouhodobého a často ideologického postoje ke komplexním a polarizujícím tématům, jako je klima, je extrémně obtížné. Je tak realističtější a efektivnější soustředit energii na změnu názoru na konkrétní opatření (např. podpora obnovitelné energie či udržitelného zemědělství) a cílit komunikaci právě na konkrétní praktické záležitosti spíše než komplexnější abstraktní témata.⁴³
- Soustředit se na argumenty zdůrazňující soukromé dobro (private good) spíše než veřejné dobro (public good). Jinými slovy, zvýraznit v komunikaci, jak klimatická politika pozitivně ovlivní život konkrétního jedince spíše než společnost jako celek. Například argumentace týkající se dopadu znečištění na zdraví individuálního člověka (private good) je tak efektivnější než argumentace zaměřená na dopady na zdravotnický systém jako celek.⁴⁴
- Zohledňovat fakt, že klimatická agenda je v daném prostředí chápána primárně jako ohrožení (ekonomické, politické, ideologické) a zdůrazňovat

⁴⁰ Benegal S. D., Scruggs L. A. 2018. Correcting misinformation about climate change: the impact of partisanship in an experimental setting. *Clim. Change* 148:61–80.

⁴¹ Porter, E., Wood, T. J., Bahador, B. 2019. Can presidential misinformation on climate change be corrected? Evidence from internet and phone experiments. *Res. Politics* 6:205316801986478.

⁴² Cook, J., Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H. 2017. Neutralizing misinformation through inoculation: exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLOS ONE* 12:e0175799.

⁴³ Patt, A. G., Weber, E. U. 2014. Perceptions and communication strategies for the many uncertainties relevant for climate policy. *WIREs Climate Change* 5:219–32.

⁴⁴ Amelung, D., Fischer, H., Herrmann, A., Aall, C., Louis, V. R., et al. 2019. Human health as a motivator for climate change mitigation: results from four European high-income countries. *Glob. Environ. Change* 57:101918.



návrhy, které toto ohrožení minimalizují, jako například koncept Spravedlivé transformace.⁴⁵

5. Závěr

Tento briefing paper si dal za cíl poskytnout ucelený přehled o způsobech, jakými dezinformační ekosystém v českém prostředí pracuje s tématem klimatických změn a zda dochází, ať už v rámci tohoto ekosystému či mimo něj, k pokusům o cílené ovlivňování veřejného mínění v otázkách klimatu za využití dezinformačních technik a cílené manipulace. Z výše uvedeného souhrnu informací a vlastního výzkumu je možné vyvodit několik zajímavých zjištění.

Zaprvé, ačkoli český dezinformační ekosystém s tématem klimatu pracuje, míra pozornosti, kterou tomuto tématu věnuje, je obecně poměrně nízká. Zároveň je odlišná u jednotlivých součástí tohoto ekosystému i u jednotlivých médií a platforem. Zatímco některé dezinformační weby se na toto téma zaměřují poměrně intenzivně, většina ze skupiny deseti nejnavštěvovanějších dezinformačních webů se na dané téma orientuje minimálně či vůbec. Mezi super-spreaders je pak míra aktivity podobná, a ačkoli někteří z představitelů SPD na toto téma publikují pravidelně, i tak jde maximálně o dva až tři příspěvky měsíčně. Ve facebookových skupinách, kde se pravidelně sdílí dezinformace, pak téma klimatu figuruje minimálně, a pokud ano, jde pouze o sdílený obsah z dezinformačních webů či profilů představitelů SPD.

Zadruhé, i v případech, kdy se dezinformační ekosystém tímto tématem zabývá, jde o poměrně specifickou formu. Ve většině případů dezinformační weby a super-spreaders totiž využívají téma klimatu spíše jako mobilizační nástroj pro kritiku Evropské unie a jako argumentační podporu pro obhajobu konspiračních teorií o globálním spiknutí. Primárně tak pozornost není soustředěna přímo na otázky související s klimatickou změnou.

Zatřetí, v českém prostředí se příliš neobjevují sofistikované snahy o ovlivňování veřejného mínění v otázkách klimatu v takové míře, v jaké byly popsány v anglicky mluvícím světě. Případ Greenpiss / Hnutí DUCHA popisovaný v této studii je tak spíše ojedinělou záležitostí než součástí širšího trendu. Lze ovšem předpokládat, že pokud bude dané téma v budoucnu výrazněji rezonovat i ve zbytku společnosti, bude význam tohoto tématu v rámci dezinformačního ekosystému narůstat.

⁴⁵ Climate Change Disinformation and How to Combat It. Annual Review of Public Health Vol. 42:1–21 (April 2021).



Asociace pro mezinárodní otázky (AMO)

AMO je nevládní nezisková organizace založená v roce 1997 za účelem výzkumu a vzdělávání v oblasti mezinárodních vztahů. Tento přední český zahraničně politický think-tank není spjat s žádnou politickou stranou ani ideologií. Svou činností podporuje aktivní přístup k zahraniční politice, poskytuje nestrannou analýzu mezinárodního dění a otevírá prostor k fundované diskusi.



+420 224 813 460



www.amo.cz



info@amo.cz



Žitná 608/27, 110 00 Praha 1



www.facebook.com/AMO.cz



www.twitter.com/amo_cz



www.linkedin.com/company/amocz



www.youtube.com/AMOCz

Dominik Presl

Dominik Presl je analytikem AMO se zaměřením na dezinformace, strategickou komunikaci a propagandu. Dominik Presl absolvoval magisterské studium na University of Oxford v oboru Blízkovýchodních studií, bakalářské studium na Univerzitě Karlově a studijní pobyty v Rusku a ve Francii. Nyní působí jako rezidentní analytik Semantic Visions, kde se zabývá analýzami dezinformací a propagandy pro vládní a bezpečnostní instituce v Česku i v zahraničí. Působí také jako poradce předsedy Stálé komise pro hybridní hrozby Parlamentu ČR a 360 Digital Sherlock Scholar v DFR Lab think-tanku Atlantic Council.



dominik.presl@amo.cz

Peer review: Václav Kříž