

Komunikace v ochraně přírody

Zkušenosti z vládní sféry

**Mgr. Jakub Kašpar, Přírodovědecká fakulta UK, Praha,
13. září 2016**



O lektorovi

- 1995 – 2002 – novinář, šéfredaktor Ekolist.cz
- 2002 – 2009 – ředitel odboru vnějších vztahů MŽP
- 2003 – 2007 – national focal point pro Aarhuskou úmluvu
- I-VI/2009 – mluvčí českého předsednictví v Radě EU pro oblast životního prostředí
- 2010 – současnost – vedoucí odboru vnějších vztahů Správy KRNAP



PROČ TO CHCETE DĚLAT?

Proč komunikovat ochranu přírody?

- **Platíme si ji** – státní ochrana přírody je věc veřejná. Tedy komunikovat prostě musíme.
- Státní i nestátní OP potřebují i **nefinanční podporu** – „morální“ background
- **Zpětná vazba**
- Zaměstnanci na to nestačí, potřebujeme **dobrovolníky**
- I produkt „příroda“ **potřebuje P.R.**
- Bez komunikace není **porozumění** a porozumění přináší podporu, nebo aspoň toleranci

CO chcete komunikovat?

„Tohle chcete rýmovat...???“ (Jára Cimrman)



Foto Kamila Antošová/Správa KRNAP

Tohle se bude komunikovat skvěle, ne?

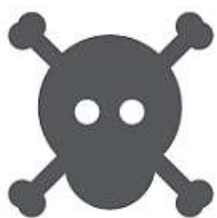


Foto Ondřej Prosický/www.naturephoto.cz

Každá komunikace potřebuje „message“

- Jaké sdělení chceme „poslat dál“?
- Chceme komunikovat „ohrožení“ nebo „ohromení“?
- Operativní komunikace – běžná sdělení, pozvánky, dotační možnosti...
- Krizová komunikace!

=> K identifikaci a správné formulaci „zprávy“ si musíme správně identifikovat **cíl** a **cílovou skupinu!**



loss

Messages based on extinction. 'Biodiversity' and 'extinction' are almost automatically communicated together. From the Red List to the plight of the rainforest, the 'biodiversity loss' message is everywhere. It is rare that any plant, animal or ecosystem is mentioned by campaigners, policy makers or the media without an 'under threat' disclaimer.



love

Messages based on awe and wonder. From nature documentaries to posters of dolphins on teenagers' walls, our abiding fascination, wonder and deep connection with nature is powerful. The Love message is used by advertisers, therapists, artists and campaigners alike, because awe for nature captures our imagination, and our attention.



need

Messages based on economics. A more recent message is the tangible economic value of biodiversity. From indispensable ecosystem services like soil nutrition or tourism revenue, to the trillions of dollars that biodiversity 'gifts' agriculture, pharmaceuticals and other industries every year. Our society and economy needs biodiversity.



action

Messages asking for action. Biodiversity conservation requires people to do things. Action messages ask people to do something, whether it's to plant a tree, build a bee hive, sign a petition or donate money to a conservation charity.

Zdroj: Futerra / www.wearefuterra.com

Jak na to?

Idylka... Opravdu?



Otázka „jak“ je krátká. To neznamená, že jednoduchá...

Znovu: Ujasněme si předmět (zprávu), cíl a cílovou skupinu komunikace!

⇒ Teprve z toho a podle toho si hledejme vhodné způsoby a nosiče „zprávy“!

* Tisková konference, průvodcovaná exkurze, workshop, akce pro děti, festival, koncert, jarmark, veřejná debata, konference, interpretační vycházka, naučná stezka... **metod** je nepočítaně. Nedá se použít kdykoli kýmkoli jakákoli...

* Webstránky, sociální sítě, mobilní aplikace, letáček, naučná tabule, tištěná publikace, fotka, tisková zpráva.... i **nosičů** je spousty a spousty. Fungují vždy jen některé...

Krizová komunikace může krizi vyřešit, ale také prohloubit

Krizová komunikace nastává ideálně předtím, než nastane skutečná krize. Ideál je ale často daleko, tedy někdy musíme komunikovat již reálnou krizi (havárie v reálném, ale i v mediálním světě)

- **Bud'te připraveni!**

- Je dobré mít předem připravený obecný postup komunikace pro krizové situace
- Pokud můžete krizi předvídat, připravte si konkrétní komunikační plán
- Nemlžte, nelžete
- Nezapomeňte informovat co nejrychleji všechny klíčové (vzhledem k tématu) partnery

Mediální komunikace

- * Mediální komunikace je nutná – i když se nám to nemusí líbit.
- * Svět médií se proměňuje. Měňte mediální strategii podle změn v mediálním světě.
- * Česká média vs. Světová média (otázka jazyka, rozpočtů, personálních kapacit, reklamy)
- * Osobní kontakt mluvčí – novinář je stále méně častý
- * Rostoucí role „přímé“ komunikace s příjemci (webstránky, aplikace, sociální sítě)



Mediální komunikace – základní zásady

- * Rychlost
- * Ověřenost a ověřitelnost informací
- * Transparentnost
- * Otevřenost
- * Pravdivost



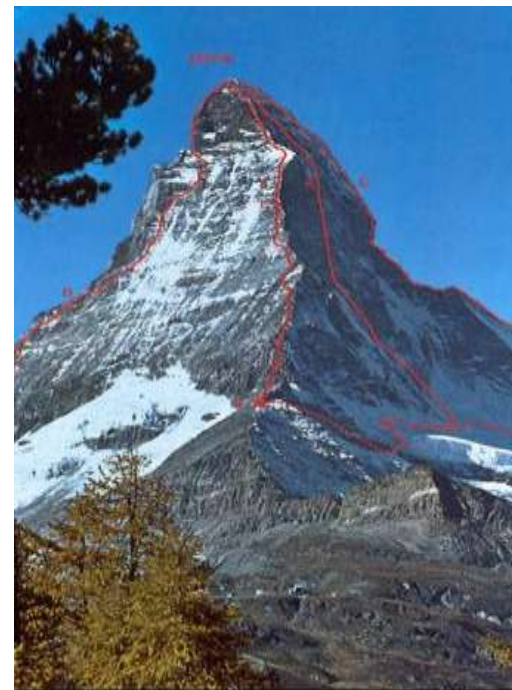
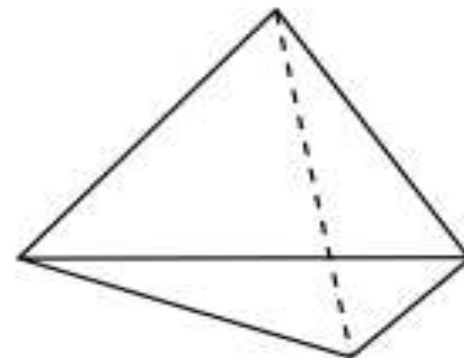
Komunikace v terénu – interpretace

Interpretace vs. informace

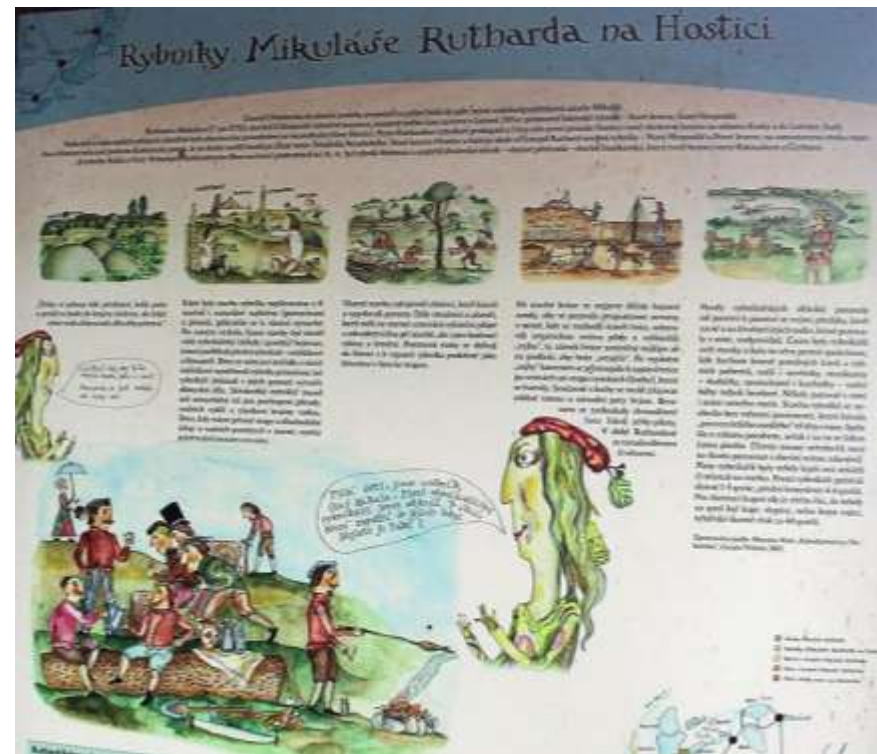
„Poslední doba ledová zanechala v Krkonoších zcela evidentní geomorfologické stopy, i dodnes patrná specifika v podobě glaciálních reliktnů či alpských fenoménů flóry i fauny.“

- * Vyprávějme **příběh(y)**. Jedna pikantní drobnost otiskne větší stopu, než záplava pro odborníka úžasných informací
- * Množství písmen $\neq$ objem informace (infotabule)
- * Obrázek a osobní nadšení přitahují

Znáte český matterhorn?



Pár příkladů



Webové stránky



National Park Service

[Find a Park](#) [Discover History](#) [Explore Nature](#) [Get Involved](#) [Working with Communities](#) [Teachers](#) [Kids](#) [About Us](#)



Find a Park

by State... [GO»](#)

Advanced Search Tool and Map



Support Your Parks

 [National Park Foundation](#) [GO»](#)

News

[More News »](#)

Conservancy Helps Add 30 Acres
Cuyahoga Valley National Park »

Reserve It by Permit
Dinosaur Opens River Lottery »

Cave Trail Restoration Priorities Set
Great Smoky Mountains National Park »

Events

Festival of Christmas Past
Great Smoky Mountains National Park

Christmas Magic
Cumberland Gap National Historical Park

Scottish Festivities and Traditions
Homestead National Monument of America



AGENCIJA OCHRANY PŘÍRODY A KRAJINY ČESKÉ REPUBLIKY

[Záchranné programy](#)
Natura 2000
Časopis Ochrana přírody

[Ústřední seznam ochrany přírody](#)
Monitoring
Ústřední seznam ochrany přírody

[Mapový servis](#)
Finanční nástroje
Portál informačního systému ochrany přírody

[Invazní druhy](#)

[AOPK ČR](#) [Kontakty](#) [E-pedagogika](#) [Nejkrásnější fotografie](#)

AOPK ČR

- [O AOPK ČR](#)
- [Pro nováče](#)
- [Poskytování informací a dotazy](#)
- [Ústřední seznam ochrany přírody](#)
- [Státní správa](#)
- [Národní úprky](#)
- [Metodický AOPK ČR](#)
- [Druhová ochrana](#)
- [CITES](#)
- [Územní ochrana](#)
- [Stráž přírody](#)
- [Obecná ochrana přírody a krajiny](#)
- [Péče o přírodu a krajinu](#)
- [LIFE+](#)
- [OP LZZ](#)

Aktuálně

Právě dnes: bylo zahájeno napouštění Máčeva jezera
11.12.2014
Zároveň byl ukončen odběr vzorků pro terénní část záchranného archeologického výzkumu prováděného na stavební akci "Oprava výpusťního zařízení" NPP Švabovka".
AOPK ČR, Ústředí

25. výročí založení CHKO Blanský les
9.12.2014
Představení knihy "10let a Blanský les" při příležitosti 25. výročí založení CHKO Blanský les.
AOPK ČR, Správa CHKO Blanský les a KS České Budějovice

Přírodní rezervace Hořečský úval – úspěšná péče v rámci záchranného programu
8.12.2014

Kalendář akcí

◀ prosinec ▶ 2014 ▶

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

18.12.2014
25. výročí vyhlášení CHKO Blanský les

Naučné stezky [Všechny stezky »](#)

Přírodní rezervace Moháňský dolní Lánovský

Zaniklé obce na Blazovsku

Jezeročské údolí

Sociální sítě



Několik obecných doporučení, jak ano

- Buďte pozitivní
- Buďte osobní
- Reagujte
- Přiznejte právo nesouhlasu
- Nestrašte a neděste
- Pozvěte „na palubu“

 + **A** = **public change**
love *action*

 + **A** = **policy change**
need *action*



less loss

Kill the extinction message. Loss generates apathy, not action.



more love

Celebrate our love of nature. It is the most powerful driver of public behaviour.



target need

Use the Need message wisely. It's often not right for public consumption, but it's the cornerstone of policy and business decisions.



add action

Always partner Love and Need messages with Action. Once your audience is inspired, they will want to know what to do.

Díky za pozornost. Otázky? Diskuse?

Mgr. Jakub Kašpar

Správa KRNAP

tel.: 724 175 927

e-mail: jkaspar@krap.cz

www.krap.cz

www.facebook.com/spravakrap

