

# VÝBĚR Z DOPORUČENÉ LITERATURY

JAN KRAJHANZL

PhDr. JAN KRAJHANZL, Ph.D.  
viz. str. 6

Vytypoval jsem pár publikací, které mohou být dobrým základem pro komunikaci v ochraně přírody. Vybral jsem především ty, které jsou zaměřené na praxi, jsou napsané srozumitelně a čtyři z uvedených jsou také volně on-line dostupné.

**ENVIRONMENTAL COMMUNICATION. SKILLS AND PRINCIPLES FOR NATURAL RESOURCE MANAGERS, SCIENTISTS, AND ENGINEERS (Jurin, Roush, Danter, 2010)**

Prakticky zaměřená učebnice pro všechny, kteří se zabývají komunikací v ochraně přírody. Čtenáře provede vším důležitým: od vyjasnění cílů plánovaných komunikačních aktivit, přes poznávání cílových skupin a tvorbu sdělení, až k evaluaci. Další kapitoly se zabývají např. komunikačními dovednostmi, řešením konfliktů nebo vizuální propagací. V jedné knize tak máme dobrý základ knihovny pro ty, kteří se komunikaci v ochraně přírody věnují.

**METODIKA O ZÁSADÁCH A METODÁCH INTERPRETACE SE ZAMĚŘENÍM NA INTERPRETACI PŘÍRODNÍHO DĚDICTVÍ A ČINNOST NÁVŠTĚVNICKÝCH STŘEDISEK S VYUŽITÍM ZAHRANIČNÍCH ZKUŠENOSTÍ (Růžička a kol., 2011)**

„Netlačit lidem do hlavy“ kapitoly z přírodovědné encyklopedie – už jen proto, že málokdy uspějeme. Tak bych shrnul poslání oboru interpretace přírodního dědictví, který ukazuje, že v komunikaci s veřejností je potřeba se ptát, co zapamatovatelného chceme svými komunikačními aktivitami veřejnosti předat, a tvořivě hledat cesty, jak toho dosáhnout. Volně on-line dostupná publikace Nadace Partnerství provází pracovníky ochrany přírody prakticky a srozumitelně tím, jak přírodní hodnoty zajímavě přiblížit „běžným“ lidem.

**MOŽNOSTI SPOLUPRÁCE S VEŘEJNOSTÍ (NEJEN) PŘI OCHRANĚ ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ (Krajhanzl, Zahradníková, Rut, 2009)**

Když se nenecháme zmást obálkou ani úvodem, tato on-line dostupná publikace nabízí

*de facto* manuál, jak podporovat odpovědné chování veřejnosti. Bez ohledu na název publikace jsou metodická doporučení dobře použitelná také v ochraně přírody: jak podporovat turisty v dodržování návštěvnického řádu, jak zapojovat veřejnost do občanských či spotřebitelských aktivit na ochranu přírody. Publikace ukazuje, jak vyhodnotit, jaké překážky brání odpovědnému chování veřejnosti, a jak pomocí vhodně zvolené komunikace a zacílených opatření tyto překážky odstraňovat.

**VZTAH ČESKÉ VEŘEJNOSTI K PŘÍRODĚ A ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ**

**(Krajhanzl, Chabada, Svobodová, 2018)**

Přehledová publikace pro všechny, které zajímá, jaké je české veřejné mínění ve vztahu k různým environmentálním tématům. Publikace v první části přináší souhrn z více než osmdesáti průzkumů veřejného mínění posledních let (včetně kapitoly Ochrana přírody a prostředí kolem nás) a v druhé části představuje rozsáhlý reprezentativní výzkum, který nabízí přehled postojů a chování české veřejnosti v této oblasti. Publikaci uzavírá přehled čtrnácti charakteristik vztahu obyvatel České republiky k přírodě a životnímu prostředí.

**BRANDING BIODIVERSITY: THE NEW NATURE MESSAGE**

**(Futerra, 2010)**

Známá britská komunikační agentura Futerra se zabývá tím, jak komunikovat o environmentální udržitelnosti s veřejností. Právě tato její publikace dostupná on-line je hezkým příkladem, jak může vypadat komunikační manuál pro ochranu přírody: působivý grafický design jasně myšlenky, rady "šité na míru" pro praxi. Užitečné minimum pro ty, kteří chtějí s ochranou přírody oslovit širokou veřejnost nebo politiky.