

SKRZE GRAFIKU KE KOMUNIKACI FAKTŮ

TOMÁŠ SALOV

TOMÁŠ SALOV

Od roku 2008 působí na Správě NP České Švýcarsko jako referent vztahů s veřejností a tiskový mluvčí. Názorově se přiklání k uchopování témat ochrany přírody v kontextu dalších společenských i individuálních zájmů tak, aby byl posilován pocit spoluodpovědnosti za stav přírody a utváření krajiny jak uvnitř společenských zájmových skupin, tak u jednotlivců.

K největším výzvám v komunikaci (nejen ochrany přírody patří stanovení priorit komunikovaných témat a následně jejich správné uchopení, včetně volby vhodných nástrojů. Nejinak tomu je v případě Národního parku České Švýcarsko. Zde se komunikace navíc neomezuje pouze na samotný národní park. K tématům patří i ochrana přírody a krajiny v CHKO Labské pískovce, v územích soustavy Natura 2000, jsou zde i přesahy na saskou stranu oblasti. Tento fakt situaci nijak nezjednodušuje, zároveň však trvale napomáhá rozvoji schopnosti rozlišovat podstatné od méně podstatného. Jednotlivá témata jsou spolu obvykle provázána a redukce na konkrétní, administrativně vymezené území vede k deformaci kontextu prakticky jakéhokoli sdělení. Správa Národního parku České Švýcarsko proto například stále hojněji využívá názvu Českosaské Švýcarsko pro přílehlavější pojmenování celé oblasti. To platí i pro vizuální stránku komunikace už proto, že samotný národní park je se svou rozlohou 80 čtverečních kilometrů poměrně malý a je často těžké zachytit jej obrazově tak, aby na snímku nebyl také kus kulturní krajiny. Pestrost typů chráněných území i zájmů veřejnosti na využívání parku generuje širo-

ké spektrum komunikačních témat, jejichž umístění na pomyslném žebříčku priorit je proměnlivé, což do komunikace vnáší značnou dynamiku. V základním členění lze komunikaci v podstatě rozdělit na operativní komunikaci, vyvolávanou aktuálními potřebami, a plánovanou, která se věnuje tématům trvalejšího charakteru. Těžiště obou komunikačních rovin obvykle spočívá ve snaze pomoci pochopení požadavků na určité změny lidského chování ve prospěch ochrany přírody. Často se přitom jedná o zákonná omezení činností v podobě příkazů a zákazů, přičemž nelze konstatovat, že by samotný apel na dodržování zákona o ochraně přírody a krajiny byl pro některé cílové skupiny dostatečným argumentem.

Každodenní praxe jasně ukazuje, že příjemci sdělení od institucí ochrany přírody mnohem spíše potřebují velmi dobře znát příčinné souvislosti mezi činnostmi, v nichž často spatřují svou osobní svobodu či její omezení, a dopady těchto činností na chráněná území nebo konkrétní předměty ochrany přírody. Jen pak bývají ochotni konkrétní omezení respektovat či dokonce vnitřně zcela přijmout jako nutnost. Proto je nezbytné komunikovat jak operativní, tak i dlouhodobá témata



Cílem operativní mediální komunikace je, aby návštěvník k označnicku jako je tento, přišel již alespoň částečně vybaven potřebnými informacemi, jak se zachovat. Foto Jan Lobotka

ve správném a ideálně celistvém kontextu, avšak zároveň v zájmu srozumitelnosti dostatečně jednoduchými způsoby. V obou případech je ideální, je-li možné komunikaci vystavět na kombinaci dobrých fotografií či záběrů, které navedou příjemce sdělení k bližšímu zájmu o téma. Neboť fotografií lze dobře komunikovat emoce, textem naopak fakta.

OPERATIVNÍ KOMUNIKACE NA PŘÍKLADU OCHRANY HNÍZDNÍCH LOKALIT

Příkladem operativní komunikace může být ochrana hnízdních lokalit zvláště chráněných druhů ptáků. Například reintrodukce sokolů stěhovavých do Českosaského Švýcarska na počátku 90. let minulého století patří k velkým úspěchům ochrany přírody. V oblasti hnízdí také další citlivé druhy, čáp černý a výr velký. V první půlce každého roku tedy nastávají lokální kolize se skupinami, které území využívají ke svým zájmům, zejména s horolezci a pěšími návštěvníky. Správa parku každoročně v období od března do července pravidelně omezuje vstup do několika desítek hnízdních lokalit opatřením obecné povahy, které správa podporuje cílenou komunikací zaměřenou na obě hlavní skupiny, tedy lezce i pěší návštěvníky. Základním prvkem je označení hnízdních lokalit v terénu vymezení páskami a vícejazyčnými informačními tabulkami.

Mediálně jsou komunikovány faktické informace, které podléhají častým změnám, například počty hnízdních párů a počty mláďat, podrobnosti o průběhu hnízdění, hnízdní úspěchy i neúspěchy včetně příčin, pokud jsou známy. Důraz je kladen zejmé-



Obrazy romantických malířů možná ne záměrně, ale významně přispěly rozvoji turistického využívání krajiny Českosaského Švýcarska. Odhalily sílu komunikace prostřednictvím obrazů. *Pravčická brána, autor Christian Gottlob Hammer, 1. pol. 19. století. Zdroj Hasse-Stiftung*

na na vývoj mláďat a jejich možný osud, pokud dochází k vyrušování. Sdělení jsou prováděna kvalitními záběry a fotografiemi hnízdních ptáků. Informace jsou zveřejňovány také prostřednictvím internetových stránek správy parku a na sociálních sítích. V případě lépe adresovatelné cílové skupiny lezců jsou informace předávány dále také prostřednictvím správců jednotlivých lezeckých oblastí, kteří jsou schopni informace rozšířit i do zahraničí.

Jakkoli se může terénní označení jevit z vizuálního hlediska jednoduchým, přichází k němu tedy skrze jiné komunikační kanály obvykle dobře připravený návštěvník. V konkrétním případě lze úspěšnost komunikace vyhodnotit jednak na základě velmi malého

množství přestupků řešených stráží přírody, dále pak také reprodukčním indexem chráněných ptáků, který u sokolů stěhovavých na české straně dosahuje hodnoty okolo 1,5. Toto číslo v loňském roce kontrastovalo se saskou částí území, kde reprodukční index sokolů stěhovavých poklesl až na 0,6 (navzdory vyznačování hnízdišť v terénu). Zcela konkrétní dílčí problémy ochrany přírody jsou komunikovatelné poměrně dobře, pokud se podaří navázat vztah s cílovými skupinami, které mají na danou problematiku vliv. Důležité však je také trvale vytvářet širší rámec pro práci ochrany přírody a akceptaci jak jejich činností, tak samotných chráněných území.

PLÁNOVANÁ KOMUNIKACE ZAMĚŘENÁ NA SPOLUUTVÁŘENÍ VZTAHU K REGIONU

Témat pro plánovanou dlouhodobou komunikaci poskytuje region Českosaského Švýcarska velké množství, v podstatě všechna jsou však podřízena úzké množině cílů. V lokálním měřítku se tedy správa národního parku snaží posilovat regionální identitu, vztah místních obyvatel i návštěvníků k regionu a akcentuje přitom kvalitu přírodního prostředí jako esenciální hodnotu. Komunikace je přitom založena na osvědčeném základním kameni, kterým jsou kvalitní fotografie přírody a krajiny. S trochou nadsázky snad lze říci, že tento způsob komunikace je aplikován již od dob romantických malířů Adriana Zingga,



Typ fotografie využívané při mediální komunikaci zákazu vstupu do hnízdních lokalit z důvodu hnízdění zvláště chráněných druhů ptáků. Foto Václav Sojka



Fotografie krajiny může mít pro ochranu přírody nezanedbatelnou přidanou hodnotu, v konkrétním případě přirozené zmlazení lesa v okolí Mariiny vyhlídky po požáru v roce 2006. Foto Václav Sojka

Antona Graffa, Caspara Davida Friedricha a řady dalších, byť se zjevně hlouběji nevěnovali ani destinačnímu managementu, ani ochraně přírody.

Romantické ztvárňování krajiny dnešního Českosaského Švýcarska však odhalilo sílu komunikace prostřednictvím obrazů. Není proto překvapivé, že podobný způsob vizuální komunikace volí dnes i organizace, které se zabývají propagací cestovního ruchu a destinačním managementem oblasti. Aby sdělení správy národního parku směrem k široké veřejnosti byla přinejmenším stejně poutavá, drží v první řadě krok právě s destinačním managementem. Komunikace založená na obdobných základech pak umožňuje ochraně přírody zejména rozšíření informací o další složce, například o pravidla pro návštěvu národního parku,

představení činnosti konkrétních složek ochrany přírody (například stráže přírody) nebo o prezentaci konkrétních biotopů či složek rostlinné a živočišné říše.

Zvolený přístup také zprostředkovává vůči veřejnosti skutečnost, že si zejména národní park v žádném případě nečiní ambice stát se jakýmsi ostrovem odděleným od ostatních částí regionu. Naopak vyzdvihuje svou roli jádra celé oblasti, které sice musí být dobře chráněno před dopady vybraných lidských činností, aby si udrželo svůj přírodní charakter, avšak současně katalyzujícího kvalitu života v obcích a kulturní krajiny, kterou je národní park obklopen. Právě v tomto prostoru nalézá ochrana přírody společný zájem s regionálním rozvojem a v zásadě i s většinovým návštěvníkem či obyvatelem.

VYUŽÍVÁNÍ SPOLEČNÉHO JEDNOTNÉHO VIZUÁLNÍHO STYLU V REGIONU NÁRODNÍCH PARKŮ

To je také důvod, proč správa národního parku využívá pro své publikace ve valné většině případů jednotný regionální vizuální styl, nebo alespoň jeho prvky. Tento společný vizuální styl využívají obě správy národních parků České a Saské Švýcarsko, dvě destinační agentury na obou stranách hranice a jedna ekovýchovná instituce na straně saské. Hlavním záměrem je komunikace myšlenky, že region se čtyřmi chráněnými územími (pomineme-li překryvy s územími soustavy Natura 2000), tedy dvěma národními parky a dvěma chráněnými krajinnými oblastmi, je jedním jediným krajinným celkem, který je sice rozdělen politickou hranicí, přístupy k ochraně přírody a krajiny jsou však velmi podobné. Destinační management oblasti rovněž dává najevo, že má zájem na udržení přírodních i krajinných hodnot na obou stranách politické hranice, neboť by jejich ztráta nepochybně v konečném důsledku vedla ke snížení kvality života v regionu.

Společný vizuální styl využívá správa národního parku od roku 2010. I zde je jasně patrná snaha o upoutání pozornosti fotografií či grafikou, zasazenou do prvků vizuálního stylu. V počátcích vládla určitá nejistota, zda využívání téhož vizuálního stylu ochranou přírody a destinačním managementem současně nepovede k nechtěným záměrům, které by vedly například k dalšímu rozvoji masové návštěvnosti. Vysoké počty návštěvníků sice v české i saské části území tématem jsou, souvislost s jednotným vizuálním vystupováním však není patrná. Spíše převažuje pocit, že dochází k zamýšleným synergickým efektům, tedy že převažující část návštěvníků citlivěji vnímá, vedle svých rekreačních potřeb, také potřebu chránit přírodu. Správy národních parků spolu s destinačními agenturami proto v loňském roce společný vizuální styl modernizovaly a budou jej nadále společně využívat. Modernizace jednotného vizuálního stylu spočívá zejména v úpravě loga a dalším posílení významu fotografií a grafik na titulních stranách publikací. Poutavá fotografie doplněná o minimum textu a doprovodné grafiky se jeví být nejučinnějším nástrojem, jak získat byť jen malý kus pozornosti informačně časově přetížených cílových skupin.



V rámci plánované komunikace ochrana přírody využívá tentýž jednotný vizuální styl, jako destinační management. Foto Tomáš Salov