



# ZMĚNA JE V NÁS

ANEB JAK KOMUNIKOVAT  
ENVIRONMENTÁLNÍ TÉMATA

MALÝ ZÁPISNÍK S VELKÝM 

## TEREZA, VZDĚLÁVACÍ CENTRUM, Z. Ú.

Věříme, že velké změny začínají od nejmenších. Proto vytváříme vzdělávací programy a materiály pro učitele a rodiče, které vedou děti k zodpovědnosti vůči životnímu prostředí. Usilujeme o to, aby se děti učily o přírodě a skutečném světě vlastním prožitkem, bádáním a realizací svých projektů. V současnosti je do našich programů zapojeno přes 750 mateřských, základních a středních škol, 5 000 učitelů a 100 000 žáků. / [www.terezanet.cz](http://www.terezanet.cz)



## MLADÍ REPORTÉŘI PRO ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

V tomto mezinárodním programu je cílem rozvíjet žákovské kompetence k řešení environmentálních problémů, kritické myšlení i mediální gramotnost. Studenti ve věku 11-25 let v roli reportérů hledají řešení na aktuální problémy životního prostředí v místě, kde žijí. Podrobně mapují stav problému a posléze informují veřejnost o vhodném řešení, které navrhnou. Připravují reportáž v novinářské formě článku, videa nebo fotografie. Své výstupy zasílají do národního kola soutěže Mladých reportérů pro životní prostředí. Vítězové pak postupují do mezinárodní soutěže. / [www.mladireporteri.org](http://www.mladireporteri.org)



# O AUTORKÁCH:



## BÁRA DVOŘÁKOVÁ

Bára ráda komunikuje už od školky, kdy ji rodiče posílali vyřizovat reklamace, protože prý měla největší úspěchy. Přes environmentální výchovu se díky pobytu ve Velké Británii dostala k interpretaci místního dědictví. Od té doby se stalo hledání cest, jak vzbudit v lidech zájem a lásku k místům, její radost i prací. Bára má ráda hory i hvězdy, zasněžené pláně i útulné kavárny a lidi, se kterými je radost komunikovat... Více o Báře najdete na [www.interpretujsvet.cz](http://www.interpretujsvet.cz)



## ZUZANA JAKBOVÁ

Zuzka moc ráda diskutuje a hledá různé pohledy na věc. Miluje psaní, je pro ni terapií i dobrodružstvím. Ze všeho nejvíc ji ale baví naslouchat lidským příběhům a propojovat různé lidi, nositele dobrých myšlenek s těmi, kdo je dokážou převést do praxe. V programu Mladí reportéři pro životní prostředí, který teď v TEREZE koordinuje, může tyto své záliby hezky využít.



## PŘEDMLUVA

# TEĎ...! PRÁVĚ TEĎ SE STALO NĚCO ÚŽASNÉHO!



Jako bych slyšel, jak nad řekou vesele volají ledňácci, jak spokojeně mručí lvi na afrických savanách, jak se nadšením vlní hejna tučňáků na ledových pláních Antarktidy, jak se ke hvězdám nese zpěv velryb. Vím, jsou to fantazie, ale jsem si jistý, že kdyby vás mohla příroda právě teď vidět, radovala by se. Proč? Právě jste přece vzali do ruky tento zápisník! Může se to zdát jako drobnost, ale možná právě teď něco skvělého začíná!

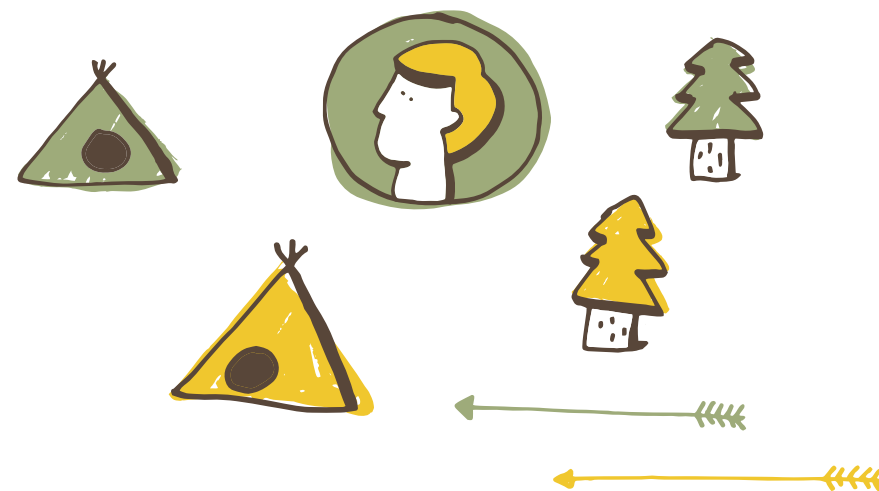
Popravdě neznám na světě moc důležitějších otázek než tu, jak mluvit s lidmi o ochraně přírody a životního prostředí. Sám se tomu už dlouhá léta věnuji, ve spolupráci s novináři a novinářkami, neziskovkami i úřady. Upřímně – to, čemu zdvořile říkáme problémy životního prostředí, jsou ve skutečnosti problémy nás, lidí. Hory odpadků, zbytečně kouřící komíny, chemie v přírodě, to jsou všechno důsledky lidských rozhodnutí. Chceme to změnit, jenže lidem

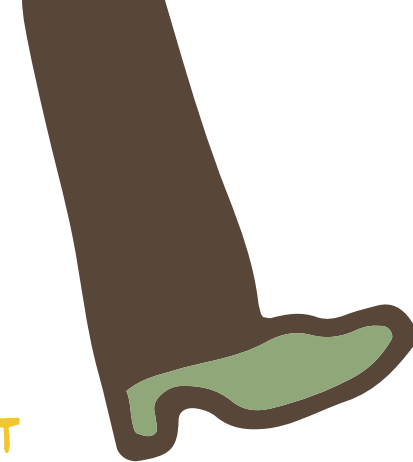
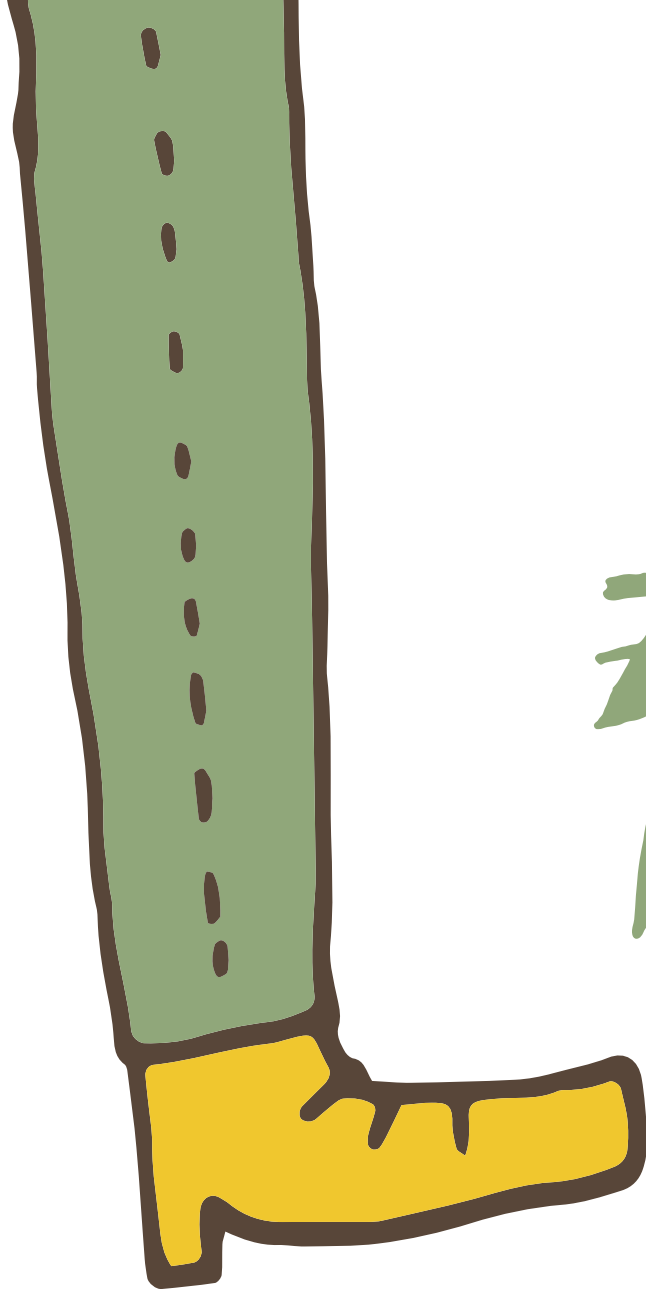
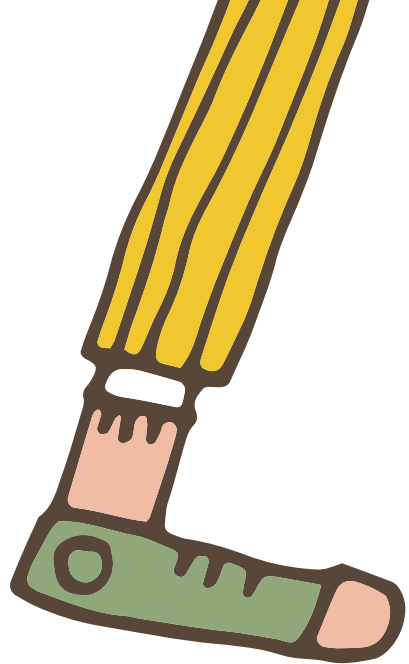
bychom nechtěli jen něco přikazovat a nařizovat. Žijeme – díky za to – ve svobodné společnosti. Potřebujeme si proto získat jejich zájem, jejich srdce, a tím získat také je pro dobrou věc. Z toho vyplývá jediné – každá ochrana přírody a životního prostředí začíná právě komunikací.

Když si vás představuji, mám chuť otevřít šampaňské a připít vám na zdraví, protože vám na přírodě prostě záleží. Tenhle bezvadný zápisník vás bude učit, jak být tam, kde druzí lidé být nemohou. Neboť zatímco oni chodí do práce, platí složenky, vychovávají děti, myjí nádobí a sledují seriály, děje se v těchto letech se světem něco strašně důležitého. A vy můžete být jejich očima a ukázat jim, co nevidí! Pusou, která se za ně odvážně ptá. Ušima, které za ně pozorně poslouchají...

Když člověk pomáhá dobrým věcem, dá to zabrat, ale na konci dne je to jedna z největších radostí na světě. Děkuji, že se vydáváte na tuhle cestu... budu na vás myslet a držet palce.

## HONZA KRAJHANZL





1. ČÁST

# ZÁPISNÍK: NA CESTĚ

# SLOVA PRO LEPŠÍ SVĚT

Jedno české přísloví říká, že slova se nepočítají, ale váží. Václav Havel mluvil o moci slova v naší společnosti: „Slovo může být zázračným prostředkem lidské komunikace a zároveň nástrojem, který se dá zneužít.“ I my budeme potřebovat slova. Ta správná slova.

Díky nim můžeme získat lidi na svoji stranu. Změnit jejich názory a možná i chování. A přispět k tomu, aby ten malý kousek světa, na který dosáhneme, byl trochu lepší.

„NIKDY NEPUCHYBUJTE O TOM, ŽE BY MALÁ SKUPINA PŘEMÝŠLIVÝCH,  
ODHODLANÝCH LIDÍ MOHLA ZMĚNIT SVĚT. VE SKUTEČNOSTI JE TO JEDINÁ  
VĚC, KTERÁ HO KDY ZMĚNILA.“

MARGARET MEAD

## VZHŮRU NA CESTU

Jste na začátku cesty, která vede ke skvělé reportáži. Například k článku, o kterém se bude ve vaší obci mluvit, nebo videu, které se dočká spousty sdílení. Vždycky ale povede k lidem, vašim spolužákům, rodičům, nebo těm zatím neznámým, kteří bydlí blízko vaší školy.

K tomu, abyste je zaujali, potřebujete „zasáhnout“ nejen jejich hlavu, ale i srdce.

Ukážeme vám cestu, po které se můžete vydat. Nebojte se – ani bez mapy a kompasu – se na ní určitě neztratíte.

Takže – sbalte si náš zápisník, pořádně si nabruste tužky a vyrážíme.

# CO POTŘEBUJEME

## ANEB VÝBAVA SPRÁVNÝCH REPORTÉRŮ A REPORTÉREK

OČI

POZORUJI SVĚT  
A NIC MI NEUNIKNE!

ZVÍDAVÁ MYSL

KDO, CO, KDY, PROČ A JAK,  
TO JSOU OTÁZKY, NA KTERÉ  
HLEDÁM ODPOVĚDI.

PUSA

BABIČKA MI ŘÍKALA:  
„LÍNÁ HUBA, HOLÉ NEŠTĚSTÍ“.  
NEBOJÍM SE PTÁT,  
DISKUTOVAT A ODPOVÍDAT.

UŠI

NASLOUCHÁM PŘÍBĚHŮM  
A RŮZNÝM NÁZORŮM.

SRDCE

MŮJ DŮLEŽITÝ KOMPAS.

RUCE

PODÁVÁM PŮMOCNOU RUKU.  
LIDEM I PŘÍRODĚ. PÍŠU SI,  
CO STOJÍ ZA ZAZNAMENÁNÍ.

NÁSTROJE

JDU S DOBRŮ.  
TECHNOLOGIE MI  
POMÁHAJÍ.

NOHY

JDU AŽ TAM,  
KDE MOHU NALÉZT  
ŘEŠENÍ PROBLÉMU.



Ilustrace je inspirována materiály Parts of a reporter WWF.

# 1. KROK: MÁME TÉMA!

Už víte, jaký problém chcete řešit a informovat o něm? Nebo váháte?

Je dobré zabývat se tím, co se týká přímo vás a vaší školy. Důležitá je také chuť téma řešit. Musí vás zkrátka bavit a zajímat. Vyplatí se najít něco, co můžete ovlivnit nebo ideálně vyřešit. Zvládnete například zachránit ptáky, kteří hynou při nárazu do skla budovy školy. Ve vaší obci nebo škole můžete zkusit prosadit změny, které mají velký smysl.

Podívejte se do nápadníku, co řeší ostatní školy. Můžete se inspirovat, a poté napsat své vlastní téma.



## NÁPADNÍK

- PŘED ŠKOLOU JEZDÍ SPUSTA AUT, A MY NEMŮŽEME BEZPEČNĚ VYUŽÍVAT PROSTOR K NAŠIM HRÁM.
- VE ŠKOLNÍ JÍDELNĚ SE ČASTO PLÝTVÁ JÍDLEM - KÝBLE SE KAŽDÝ DEN PLNÍ ZBYTKY OD OBĚDA.
- U VELKÝCH PROSKLENÝCH DVEŘÍ ČASTO LEŽÍ MRTVÍ PTÁCI.

- BALENÁ MLÍČKA - TO JE MALÁ SVAČINA, ALE VELKÉ MNOŽSTVÍ ODPADU.
- BŘEHY POTOKA BLÍZKO ŠKOLY PŘIPOMÍNÁJÍ SKLÁDKU ODPADKŮ.
- NELÍBÍ SE NÁM AUTOBUSOVÁ ZASTÁVKA U ŠKOLY.
- RÁDI BYCHOM SE VÍC UČILI VENKU, ALE CHYBÍ NÁM NA TO PROSTOR.

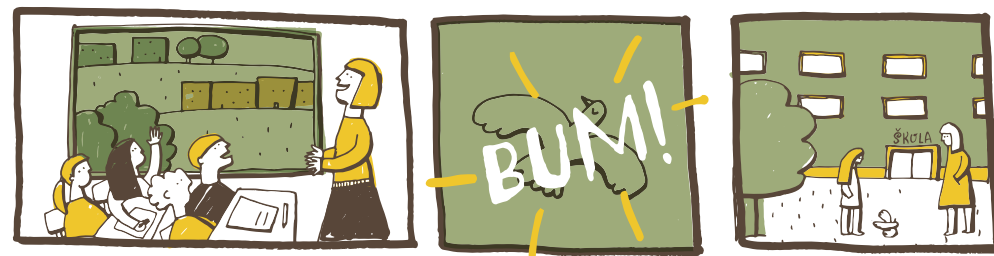
**ÚKOL:** ZKUSTE SE ZAMYSLET NAD TÍM, ZDA JSOU NĚKTERÁ Z TÉMAT DŮLEŽITÁ PRO VÁS OSOBNĚ NEBO VAŠI ŠKOLU. PODTRHNĚTE JE. KTERÉ Z TÉMAT MŮŽE MÍT PODLE VÁS NEJVĚTŠÍ DOPAD NA ZLEPŠENÍ ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ?

# NAŠE TÉMA:

**NÁŠ TIP:** STÁLE JEŠTĚ NEVÍTE, O ČEM PSÁT? POMOCI VÁM MŮŽE POCITOVÁ MAPA MÍSTA. NAJDETE JI V PŘÍLOZE.



## KOMIKS: CO SE STALO VE ŠKOLE



## 2. KROK: VÍME, PROČ TO VŠECHNU DĚLÁME

Dobře komunikovat s lidmi vám určitě zabere dost času. A ten byste mohli využít na spoustu skvělých věcí. Hned na začátku je proto důležité si říct, PROČ to všechno děláte. Proč věnujete svůj čas a energii právě přemýšlení a psaní – informování o problému a hledání řešení.

Čeho chcete dosáhnout?

Komunikovat s lidmi můžete s různým cílem. Někdy chcete, aby se dozvěděli o tom, že jste skvělí, protože jste vysbírali odpadky z pořádného kusu lesa. Jindy je potřebujete pozvat, aby vám pomohli a přišli sbírat společně s vámi. Nebo jim říct: „Nemohli byste nám prosím darovat pytle? Zlepšujeme naše společné okolí a k naší práci je nutně potřebujeme.“

Ale také můžete zkusit změnit chování svého okolí – třeba aby místo do lesa vyhazovali odpadky do koše. Nebo je přimět k zamyšlení, jak to udělat, aby tolik odpadu vůbec nevznikalo.



### NÁPADNÍK: ZKUSTE SI ZFORMULOVAT VÁŠ CÍL. MŮŽE ZNÍT TŘEBA TAKTO:

- SNÍŽIT POČET AUT, KTERÁ JEZDÍ DO ŠKOLY KAŽDÝ DEN, ALESPOŇ O TŘETINU.
- DÍKY CELŠKOLNÍ KAMPANI SNÍŽIT MNOŽSTVÍ ZBYTKŮ OD OBĚDA O ČTVRTINU.
- UPRAVIT SKLENĚNÉ PLOCHY VE ŠKOLE I V OBCI TAK, ABY BYLY BEZPEČNÉ PRO PTÁKY A INFORMOVAT O VÝZNAMU PTÁKŮ V NAŠÍ OBCI.
- ZAČÍT ODEBÍRAT MLÉKO OD DODAVATELE, KTERÝ VYUŽÍVÁ EKOLOGICKÉ OBALY.
- VYČISTIT OKOLÍ POTOKA A PRŮBRAT MOŽNOSTI, JAK PŘE-  
DEJÍT DALŠÍMU ZNEČIŠTĚNÍ.
- UPRAVIT ZASTÁVKU U ŠKOLY TAK, ABY NÁM V NÍ BYLO PŘÍJEMNĚ.



**ÚKOL:** KAM VEDE VAŠE CESTA? ZKUSTE SI NAPISAT A NAKRESLIT, JAKÁ JE SITUACE TEĎ. JAKÁ BY PODLE VÁS MĚLA BÝT NA KONCI?



TADY  
ZAČÍNÁME



SEM  
CHCEME DOJÍT

**NÁŠ CÍL:**

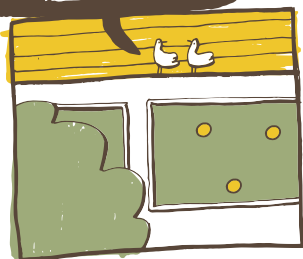
NEZAPOMEŇTE - CÍL BY MĚL BÝT JASNÝ, PUCHOPITELNÝ A MĚRITELNÝ.  
TO ZNAMENÁ, ŽE MŮŽEME URČIT, ZDA A NAKOLIK BYL DOSAŽEN.

**KOMIKS:**



LEPÍME SAMOLEPKY

LEPŠÍ HOLUB NA STŘEŠE...



# 3. KROK: VÍME, PRO KUHO TO DĚLÁME

Teď se zkuste zamyslet nad tím, koho chcete oslovit. Kdo vám může pomoci s naplněním vašeho cíle? S kým potřebujete komunikovat? A jak? Trochu jinak totiž budeme přesvědčovat své spolužáky a jinak prarodiče.

Pana starostu zase možná nebude zajímat to, co vaše učitele... Pravdou je, že chceme-li oslovit úplně všechny, většinou nejsme úspěšní. Někdy je zkratka nutná být trochu „vybíraví“. Snáze najdete správná slova a správný způsob, jak zaujmout.





## NÁPADNÍK: KOHU CHCETE OSLOVIT? JSOU TO:

- SPOLUŽÁCI,
- UČITELÉ A VEDENÍ ŠKOLY,
- RODIČE A PRARODIČE,
- OBYVATELÉ OBCE,
- STAROSTA/VEDENÍ OBCE,
- FIRMY V NAŠEM MĚSTĚ
- NEBO:

## ÚKOL: KOHU NA CESTĚ POTKÁME?

PŘEDSTAVTE SI, ŽE CHYSTÁTE KAMPAŇ ZAMĚŘENOU NA OCHRANU PTÁKŮ VE VAŠÍ OBCI.

V JEJÍM PRŮBĚHU CHCETE INFORMOVAT RŮZNÉ SKUPINY O ZPŮSOBECH, JAK PTÁKŮM PŮMOCI. POTŘEBUJETE OSLOVIT VEDENÍ ŠKOLY A ZÍSKAT JEJICH SOVOLENÍ K REALIZACI NĚKTERÝCH OCHRANNÝCH PRVKŮ U VÁS VE ŠKOLE. ZÁROVEŇ POTŘEBUJETE VYBRÁT PENÍZE NA NĚKTERÉ POMŮCKY, NAPŘ. SAMOLEPKY, KTERÉ NÁSLEDNĚ NALEPÍTE NA VELKÉ SKLENĚNÉ PLOCHY.

KTERÉ SKUPINY SI VYBERETE? CO Z TÉMATU JE BUDE NEJVÍCE ZAJÍMAT? NĚKDY MŮŽETE SAMOZŘEJMĚ JEDNÍM ZPŮSOBEM OSLOVIT VÍCE SKUPIN. MŮŽETE DOPLNIT I SVÉ NÁPADY.

## KOHU OSLOVÍ

ROZHOVOR S ODBORNÍKEM NA OCHRANU PTÁKŮ:

VIDEOREPORTÁŽ Z INSTALACE SAMOLEPEK:

POHÁDKOVÉ PŘÍBĚHY O PTÁCÍCH:

POZOROVÁNÍ PTÁKŮ V OBCI:

DOPIS S ŽÁDOSTÍ O PODPORU PROJEKTU:

VÝUKOVÁ VIDEA O PTÁCÍCH:

VAŠE DALŠÍ NÁPADY:

KOHU CHCETE OSLOVIT VY?

## KOMIKS: U PANA STAROSTY



# 4. KROK: VÍME, CO CHCEME SĎĚLIT (A TAKY TO BUDE MÍT ŠŤÁVU!)

Určitě máte v hlavě spoustu skvělých nápadů! Takže teď to možná nebude lehká fáze. Potřebujete je trochu přebrat, něco jako když třídíme šatník, a některých z nich se zbavit.

Z celého toho klubka nápadů a myšlenek vyberte tu nejsilnější a nejzásadnější. Jedno sdělení – hlavní myšlenku. Lidé si ji zapamatují daleko lépe než řadu informací.

Zeptejte se sami sebe – Co je to úplně, ale úplně nejdůležitější, co by si měli lidé odnést? A teď už stačí „jen“ to formulovat. Jednou nebo dvěma větami.

TO OPRAVDU DŮLEŽITÉ, CO BY SI MĚLI LIDÉ ZAPAMATOVAT, JE....

Skvělé, máte zformulovanou hlavní myšlenku. Teď je potřeba ji představit lidem. A ty musíte zaujmout, získat jejich pozornost. Ale jak to navléct, aby myšlenka „měla šťávu“? Jak ji nejlépe podat?

Na pomoc si můžete vzít principy popsané v nápadníku níže. Pochází z knížky Nápad za milion (Ideas made to stick) od bratrů Chipa a Dana Heathových.





## NÁPADNÍK: PRINCIPY

### 1. JASNÉ JAKO FACKA

Zkuste jednoduše vypíchnout to opravdu podstatné. Tak, aby nad tím lidé nemuseli přemýšlet, a hned věděli, co jim chcete říct. Zkrátka – jak se lidově říká – jasné jako facka.

### 2. ČÍM NÁS PŘEKVAPÍTE?

Jak probudit zvědavost? Zkuste najít na vašem tématu něco jedinečného, překvapivého, neočekávaného... A vsaďte se, že vaši reportáž pak lidé dočtou až do konce!

### 3. UMÍTE SI TO PŘEDSTAVIT?

Buďte konkrétní. Popište lidem vaše sdělení tak, aby si to uměli dobře představit. Názorně.

### 4. TO JE ALE K NEUVĚŘENÍ

Buďte uvěřitelní. Pomoci mohou jasná data nebo odkaz na někoho, koho lidé znají a respektují.

### 5. SLOVA OD SRDCE

Lidé se zajímají o lidi. A o to, co ostatní lidé cítí. Když do vašeho sdělení zapojíte emoce, máte vyhráno. Zkuste se také zamyslet, proč je vaše sdělení pro lidi důležité. Mohou si ho nějak propojit se svým životem?

### 6. PŘÍBĚHY, KTERÉ STOJÍ ZA TO VYPRÁVĚT

Určitě máte kolem sebe řadu inspirativních příběhů. Využijte je. Můžete ostatní inspirovat a motivovat k nějaké akci.



## ÚKOL: CESTA K DOBRÉMU SDĚLENÍ

**PŘEČTĚTE SI ZNOVU PRINCIPY A NÁSLEDUJÍCÍ UKÁZKY SDĚLENÍ. PŘÍŘADÍTE K SOBĚ VŽDY DVOJICE – SDĚLENÍ A PRINCIP, KTERÝ HO NEJLÉPE VYSTIHUJE? ŘEŠENÍ NAJDETE NA STRANĚ 58.**

### SDĚLENÍ:

a) V potoce za školou naši dědečci lovili jako malí kluci raky. Dnes je tak znečištěný, že se nejčastějším „úlovkem“ stal kus plastu.

### PRINCIP:

b) V sousední vesnici se ze zanedbané zastávky stalo živé místo, které obdivují místní i návštěvníci. Stačilo trochu plánování, několik párů šikovných rukou, barvy a starý nábytek – a ze zastávky je netradiční infocentrum, galerie, knihovna a obývací v jednom.

### PRINCIP:

c) Chodit do školy pěšky nebo jezdit na kole má spoustu výhod – jsme pak zdravější, ušetříme peníze, přírodu, a ještě je prostor před školou bezpečnější. Jsme moc rádi za každé auto, které před naší školou nepříjede.

### PRINCIP:

d) Vědci spočítali, že při nárazech do skel zahyne jen v Evropě 100 milionů ptáků – to je 5x více než při úrazech ptáků na drátech vysokého

napětí. Samolepky za pár desítek korun pomohou zachránit desítky životů ptačích obyvatel naší obce.

### PRINCIP:

e) Věděli jste, že někteří z nás tráví venku méně času než vězni? Více než polovina dětí na celém světě je méně než hodinu denně venku. S pomocí venkovní učebny to chceme změnit alespoň v naší škole.

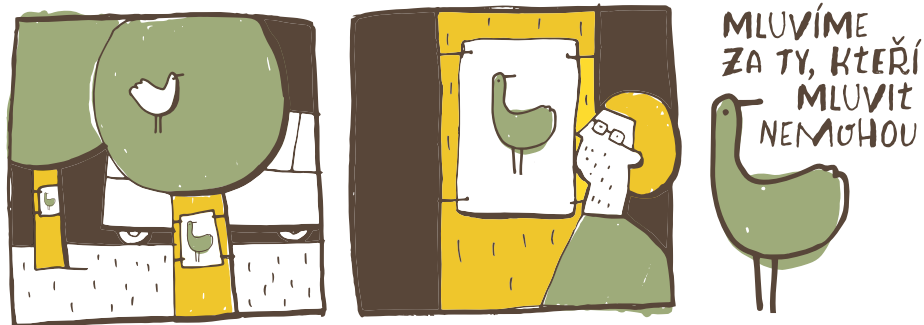
### PRINCIP:

f) Kdybychom dali na hromadu všechny vyhozené krabičky od mléka, které ve škole dostaneme, jsou jich za rok tři plné kamiony. Proto chceme používat obaly, které nezatíží naši přírodu.

### PRINCIP:

## VAŠE SDĚLENÍ:

## KOMIKS: DŮLEŽITÉ SDĚLENÍ



# 5. KROK A TAKHLE TO UDĚLÁME!

Teď je správný čas najít ten nejlepší způsob, jak se vaše důležitá zpráva k lidem dostane. Možností máte celou řadu. V programu Mladí reportéři pro životní prostředí pracujeme převážně s těmito způsoby:

**Reportážní článek** – Máte za sebou detailní rešerši, rozhovory, práci v terénu. Máte data a spoustu nasbíraného materiálu o problému a řešení. Chcete o tom informovat lidi do hloubky.

**Reportážní video** – Chcete upoutat pozornost lidí k problému, ukázat hlavní milníky a protagonisty a možnosti řešení. Chcete lidi přenést obrazem přímo do míst, kde je problém i řešení vidět.

**Reportážní fotografie** – Chcete upozornit na problém, který je viditelný na první pohled, například nepořádek kolem kontejnerů v okolí vaší školy. Chcete publikum zaujmout, aby se začalo zajímat o problém a řešení a hledat další informace.

**Zvážit můžete i další** – například kampaň, podcast nebo reportáž v rozhlase. Návod, jak napsat dobrý reportážní článek, natočit video nebo pořídit reportážní fotografii, najdete na stránkách programu Mladí reportéři pro životní prostředí ([www.mladireporteri.org](http://www.mladireporteri.org)).

# ÚKOL: JAKÁ CESTA VEDE K LIDEM?

RŮZNÉ SITUACE VYŽADUJÍ RŮZNÉ ZPŮSOBY, JAK O NICH INFORMOVAT. SPOJTE POPSANOU SITUACI S MÉDIEM, VE KTERÉM BY BYLO NEJVHODNĚJŠÍ O NÍ DÁT VĚDĚT. U NĚKTERÝCH SITUACÍ JE MOŽNÉ VYBRAT I VÍCE VHODNÝCH MÉDIÍ. MOŽNÁ ŘEŠENÍ NAJDETE NA STR. 58.

## SITUACE:

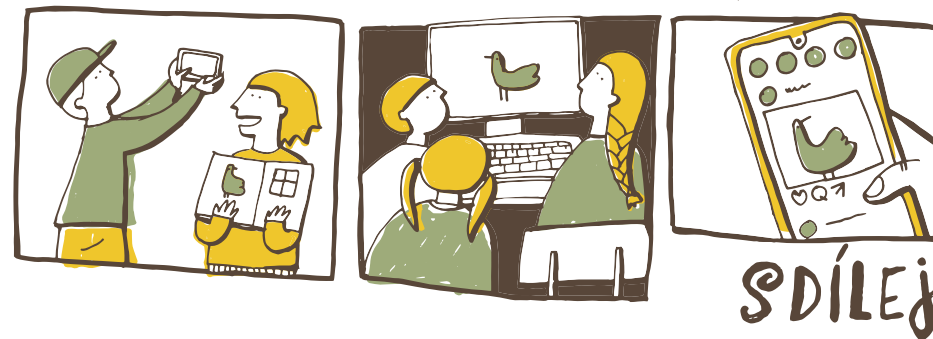
1. Váš reportérský tým absolvoval první schůzku a chcete stručně informovat o tom, že už začínáte makat.
2. Máte úžasnou fotku, která přesně vystihuje problém, který chcete řešit.
3. Máte první výzkumy, které dokládají existenci problému i řešení.
4. Máte natočený a sestříhaný zajímavý rozhovor s odborníkem na vaše téma a chcete jej sdílet s ostatními.
5. Začínáte pracovat na reportáži, děláte rozhovory, záznamy z místa, chcete průběžně informovat o postupu práce.
6. Pořádáte akci, kde chcete informovat o problému a řešení, spouštíte kampaň...
7. Máte hotový reportážní článek, který chcete sdílet s lidmi v okolí.
8. Máte hotové reportážní video o problému a řešení a chcete, aby se o něm dozvěděla širší veřejnost.

## VHODNÁ MÉDIA:

- a) Youtube
- b) Online media
- c) Blog
- d) Web školy
- e) Facebook
- f) Instagram
- g) Lokální noviny a časopisy
- h) Tisková zpráva
- i) Školní časopis

## CO BUDETE CHYŠTAT:

## KOMIKS: NENECHÁME SI TO PRO SEBE



# 6. KROK VÍME, KDY CHYSTAT OSLAVU

Splnili jste cíl, který jste si na začátku dali? Můžete si koupit dort, nachystat talířky, oslavit úspěch? Jak poznáte, že jste byli úspěšní? Je důležité o problémech informovat i bez ohledu na výsledek. Už jenom to, že nemlčíte a ukážete lidem nové úhly pohledu, je úspěch.

Vyberte si z navrhovaných způsobů hodnocení, nebo vymyslete svůj vlastní.



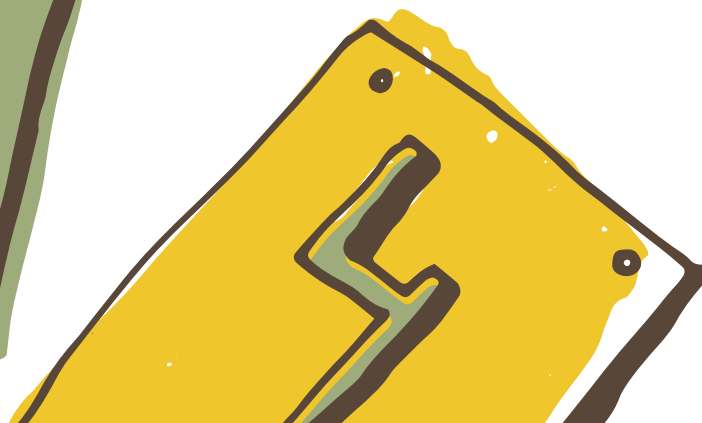
## NÁPADNÍK: JAK VYHODNOTÍME VÝSLEDKY NAŠÍ PRÁCE?

- UVIDÍME (A ZMĚŘÍME), JESTLI LIDÉ ZMĚNÍ SVÉ CHOVÁNÍ (NAPŘ. SE SNÍŽÍ MNOŽSTVÍ ODPADU).
- ZJISTÍME, JESTLI SE ZMĚNILY ZNALOSTI NEBO POSTOJE (ZKUSÍME SI UDĚLAT ANKETU NA ZAČÁTKU A NA KONCI KAMPANĚ).
- SPOČÍTÁME LIDI, KTEŘÍ SE ZAPOJÍ NEBO NÁM NĚJAK POMOHOU.
- PROČTEME A SPOČÍTÁME ÚHLASY NA NAŠE VIDEO, ČLÁNEK APOD.
- PŘIPRAVÍME NÁVRH MÍSTA PRO VENKOVNÍ UČENÍ A ZAPOJÍME DO NAVRHOVÁNÍ CELOU ŠKOLY.

## ÚKOL: NA KONCI CESTY

NAPADAJÍ VÁS JEŠTĚ DALŠÍ MOŽNOSTI HODNOCENÍ? DOPLNĚTE JE.  
VÁŠ ZPŮSOB HODNOCENÍ:





2. ČÁST

# ZÁPISNÍK: 10 PRINCIPŮ, KTERÉ OPRAVDU FUNGUJÍ



# 1. ZOOMUJTE

Vaše zpráva lidem by měla být co nejosobnější. Zaostřete, jak nejvíce to jde. Ukažte, jak se téma, které řešíte, dotýká vašeho regionu, vašeho města, ulice, školy, vašeho domu a nejlépe VÁS samotných! Zkuste se trefit do tématu, které je aktuální a pálí vaše okolí.

## UKÁZKA Č. 1: MOJE DIVOČINA

Cílem kampaně My wild life bylo zvýšit povědomí lidí o důležitosti jedinečné přírody a vzácné divoké zvěře v oblasti Cornwallu z důvodu její ochrany. Tvůrci kampaně chtěli vyjádřit, jakou hodnotu má divoká příroda pro každého jednotlivce. Oslovili lidi, aby vyjádřili, co pro ně divoká příroda znamená. Z jejich tvrzení pak vytvořili plakáty do kampaně.

## UKÁZKA Č. 2: LES, KDE ŽIJEME

V kampani Forest. For all. Forever. se tvůrci snažili co nejvíce přiblížit téma ochrany lesa lidem a ukázat jim, co vše díky lesu mají ve svém životě. Jak se les dotýká jejich města, práce, domova a jich samotných. Produkty ze dřeva a papíru jsou všude kolem nás. Každý z nás žije v takovém malém lese. Proto by nás jeho osud měl zajímat a měli bychom se o něj starat.



The Wildlife Trusts. My Wild Life [kampaň].  
Zdroj: [www.wildlifetrusts.org/my-wild-life](http://www.wildlifetrusts.org/my-wild-life)

Futtera. Forest. For all. Forever. [kampaň].  
Zdroj: [www.wearefutura.com/work/fsc](http://www.wearefutura.com/work/fsc)



ÚKOL:  
Moje téma je:

JAK SE MÉ TÉMA DOTÝKÁ:

MÉHO REGIONU:

MÉHO MĚSTA:

MÉ ULICE:

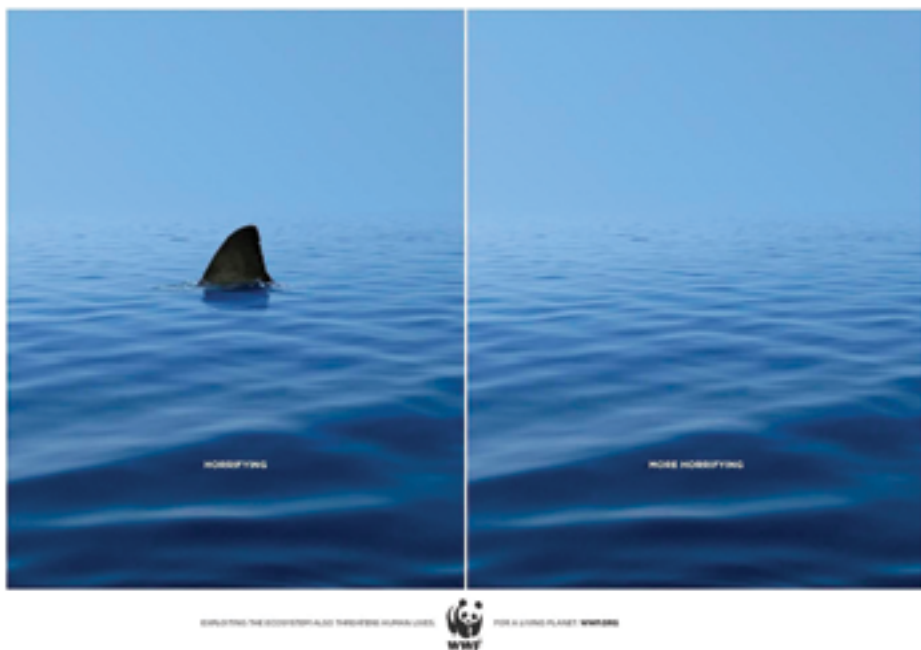
MÉ ŠKOLY (DOMU):

## 2. VZBUŇTE ZÁJEM

Co funguje jako magnet na lidskou pozornost? Recept je jednoduchý – najděte na tématu a jeho provedení něco nového, neotřelého, překvapivého. Podle výzkumů máte pouhé 3 sekundy, abyste zaujali. Například u psaných reportáží často záleží na nadpisu – pokud je dostatečně chytlavý, lidé čtou dál.

### UKÁZKA Č. 1: STRAŠIDELNÉ MOŘE

Moře se žraloky? Strašidelné! Moře bez žraloků? Ještě strašidelnější. To je poselství kampaně WWF (Světového fondu na ochranu přírody) zaměřené na ochranu zvířat, kterým hrozí vyhynutí.



WWF, 2010. Shark [kampaň]. Zdroj: [www.adsoftheworld.com/media/print/wwf\\_shark\\_0](http://www.adsoftheworld.com/media/print/wwf_shark_0)



Správa KRNP, 2019. Není zvěř jako zvěř [kampaň].  
Zdroj: [www.facebook.com/nenizverjakozyer](http://www.facebook.com/nenizverjakozyer)

### UKÁZKA Č. 2: DIVNÁ ZVĚŘ

Věděli jste, že se v Krkonoších vyskytly nové invazivní druhy z čeledi ODPADKOUŠOVITÝCH? Krkonoše neustále trápí velké množství odpadků. V kampani Není zvěř jako zvěř k nim přistoupili s nadsázkou. Odpadky v krkonošské přírodě se v ní stávají nechtěnými invazivními druhy z čeledi odpadkoušovitých. Cílem kampaně je ukázat lidem, že po nich v parku nesmí zůstat odpadky. Příroda si s nimi totiž sama poradit nedokáže.

### ÚKOL:

NAJDETE A VYPIŠTE NĚKOLIK TITULKŮ, KTERÉ UPDĚLY VAŠI PŮZORNOST A ZAMYSLETE SE PROČ? ZKUSTE PAK VYMYSLĚT VLASTNÍ, TÝKAJÍCÍ SE VAŠEHO TÉMATU.

### 3. OTEVŘETE OČI

Říká se, že jeden dobrý obrázek vydá za tisíc slov. A dokládají to i výzkumy. Vědci zjistili, že pokud něco čteme, zapamatujeme si jen 10 % všech informací. Kdežto to, co vidíme, se nám zafixuje až z 30 %. Nejlepší je samozřejmě kombinace vidět, slyšet a prožít. Držte se toho! Kde to jde, použijte názorné vizualizace (můžete využít video, fotky, grafy, infografiky nebo třeba komiks).

#### UKÁZKA Č. 1: BEZ KOMENTÁŘE!



Cycling Promotion Fund. Zdroj: [www.cyclingpromotion.com.au](http://www.cyclingpromotion.com.au)

#### UKÁZKA Č. 2: MIZEJÍCÍ ZVÍŘATA

Poznáte bezpečně zvířata na následujícím obrázku? Obrázky nejsou moc ostré. Pohled na ně je zneklidňující, stejně jako zpráva, kterou přináší. Přesně tolik, kolik je pixelů v obrázku, totiž zbývá jedinců daného druhu ve volné přírodě.



JJ Smooth 44, 2019. WWF Japan – Population by Pixel [kampaň]. Zdroj: [imgur.com/gallery/NVNsyeI](http://imgur.com/gallery/NVNsyeI)

### ÚKOL:

PŘEMÝŠLEJTE, CO BY VE VAŠEM TÉMATU ŠLO VYJÁDŘIT JINAK NEŽ PSANÝM TEXTEM. KDE SE BUDE HODIT FOTOGRAFIE, KDE GRAF, MAPA NEBO INFOGRAFIKA ČI ILUSTRACE? SVŮJ NÁPAD SI ZAZNAMEJTE.



## 4. UKAŽTE PŘÍČINU A NÁSLEDEK

Říká se, že ztráta pětistovky znepokojí víc, než kolik radosti přinese její nalezení. Při komunikaci tématu můžete lidi zaujmout, když ukážete, o co by mohli přijít, kdyby... Ale pozor, moc strašit se nevyplatí! Pokud lidi vyděsíte, vede to často k rezignaci a postoji, že už se stejně nedá nic změnit. Vy chcete naopak zaujmout. Přivést člověka k uvědomění, jak důležité je to, co chcete sdělit, pro jeho život.

### UKÁZKA Č. 1: TARZAN BEZDŮMOVEC

S tím, co mizí, pracuje ve své kampani WWF. Konkrétně na tomto obrázku je to 15 km<sup>2</sup> tropického deštného pralesa. Každou minutu. Jak je vidět, ztrácí se Tarzanovi přímo pod nohama.



WWF, 2007. Tarzan. Zdroj: [www.unep.fr/scp/communications/ad/media/6684500W.JPG](http://www.unep.fr/scp/communications/ad/media/6684500W.JPG)

### UKÁZKA Č. 2: SVĚT BEZ VČEL

Jak by vypadal svět bez včel, se rozhodl názorně ukázat německý obchodní řetězec Penny Market. Jeho hannoverská pobočka odstranila z regálů vše, co se neobejde při svém vzniku bez přispění včel. Výsledkem byl drastický úbytek zboží.

Penny Market uvádí, že 1500 z jeho 2500 produktů je nějak závislých na včelách. Zmizely například jablka, cukety, čokoláda, pečivo, některá marinovaná masa nebo dokonce toaletní papír s vůní vanilky.



Canadian Grocer, 2017. A Future without bees. Zdroj: [www.canadiangrocer.com](http://www.canadiangrocer.com).

## ÚKOL:

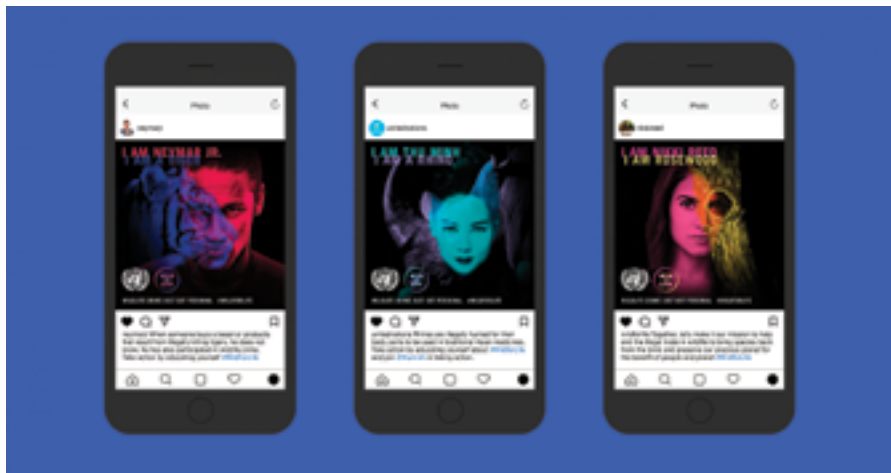
ZAMYSLETE SE NAD VAŠÍM TÉMATEM A ZKUSTE SI PŘEDSTAVIT A PŮPSAT SITUACI, CO BY SE STALO, KDYBY... (CO BY LIDÉ MOHLI ZTRATIT, KDYBY..., A CO MOHOU ZÍSKAT, KDYŽ BUDOU NAOPAK CHRÁNIT...).

## 5. PROPOJTE TÉMA S REÁLNÝM ŽIVOTEM

Hledejte spojení mezi tématem a běžným životem člověka, kterého chcete oslovit a zaujmout. S něčím, co všichni známe, co prožíváme nebo jsme někdy zažili. Zapojte emoce. Pomáhají také „univerzální koncepty“. Láska, rodina, práce, přátelství, smrt, svoboda, narození... To jsou pojmy, pod kterými si každý představí něco trochu jiného, ale jsou důležité pro každého z nás. Najdete univerzální koncept, který se týká i vašeho tématu?

### UKÁZKA Č. 1: DIVOČINA V NÁS

Jak přimět lidi, aby věnovali pozornost tématu ilegálního obchodu s divokými druhy živočichů a rostlin a změnilí své chování? Futerra vytvořila multikanálovou kampaň Wild for Life Imagine ending wildlife crime, ve které se snažila propojit lidi se svou vlastní vnitřní divokostí. Jedním z nástrojů byl dotazník na sociálních médiích, na jehož základě mohl každý objevit své příbuzné divoké zvíře nebo rostlinu, zjistit více informací o tématu ilegálního obchodu a vše sdílet s přáteli. Díky síle této kampaně i zapojení známých osobností se téma dostalo k miliardě lidí po celém světě



Futerra. Wild for life [kampaň]. Zdroj: [www.wearefuterra.com/work/wildforlife](http://www.wearefuterra.com/work/wildforlife).

### UKÁZKA Č. 2: CHODÍME SPOLU

Cílem kampaně Pěšky do školy spolku Pěšky městem je zvýšit počet dětí, které se budou pravidelně dopravovat do školy pěšky, a snížit dopravní zátěž před školami. Zároveň ale také chtějí rodinám nabídnout pozitivní zážitek ze společné cesty, která může být příjemnou a zábavnou částí dne stráveného se svými nejbližšími. Připravili například zábavnou hru, která může zpestřit cestu do školy, nebo desatero bezpečného chování pro rodiče.



Pěšky městem, 2019. Budeš se mnou chodit [kampaň]. Zdroj: [peskymestem.cz](http://peskymestem.cz).

**ÚKOL:** VYBERTE Z NÁSLEDUJÍCÍCH SLOV UNIVERZÁLNÍ KONCEPTY – Tj. TÉMATA, KTERÁ SE DOTÝKAJÍ OPRAVDU KAŽDÉHO Z NÁS. POKUD JE VYUŽIJEME, MÁME ŠANCI PŘITÁHNOU POZORNOST VÍCE LIDÍ. ŘEŠENÍ NAJDETE NA STR. 58.

LÁSKA ZVÍŘATA SMRT RODINA MÓDA  
NAROZENÍ PRÁCE RADOŠT SPORT

NAPADAJÍ VÁS JEŠTĚ NĚJAKÉ DALŠÍ? KTERÉ Z NICH MŮŽETE PROPOJIT SE SVÝM TÉMATEM?

## 6. SDÍLEJTE ZAJÍMAVÉ PŘÍBĚHY

Lidé se zajímají o lidi. A jejich příběhy. Dobrý příběh vzbudí emoce, které jsou začátkem změny lidského chování. Vyprávějte příběhy o tom, jak se vaše téma dotýká lidských životů. Někdy je může ohrozit, jindy obohatit nebo třeba zlepšit.

### UKÁZKA Č. 1: PŘÍBĚHY JÍDLA

Kampaň We Feed the World se zaměřuje na jídlo a jeho dopad na planetu. Ukazuje, že 70 % potravin máme díky malým producentům, kteří na rozdíl od velkých korporací často hospodaří udržitelně. Ale za svoji důležitou práci jsou leckdy minimálně placeni. Tvůrci kampaně vybrali 50 inspirativních příběhů lidí z celého světa. Komunita ze Zimbabwe, farmáři z Anglie, rybář se Severního moře – každý z nich má příběh o tom, co máme denně na talíři.

### UKÁZKA Č. 2: SADY V KRÁSNÉ LÍPĚ

Jak představit metodiku mezinárodního programu Ekoškola učitelům a žákům? Nejlépe přes skutečný příběh jedné ze zapojených škol.



[www.gaiafoundation.org](http://www.gaiafoundation.org)



Ekoškola. 7 kroků k Ekoškole.

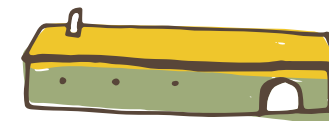


**ÚKOL:** PŘEČTĚTE SI PŘÍBĚH JANA RAJTERA. PODTRHNĚTE ČÁSTI, KTERÉ VÁS ZAUJALY. ZKUSTE POJMENOVAT, PROČ TO BYLA ZROVNA TATO SLOVA/VĚTY.

### PŘÍBĚH SEDLÁKA RAJTERA

Přes třicet roků sedlačil Jan Rajter s rodinou na smetišti. Tak říkal několika hektarům šachtami poddolovaných pozemků v těsném sousedství litvínovské chemičky, na nichž mu komunisté, coby zahrádkáři, dovolili chovat dobytek a pěstovat obilí. Občas ho z tohoto vynuceného sousedství bolela hlava, ale nevedlo se mu špatně. Když šla vlna, choval ovce. Poté si pořídil stádo krav a výrobky z mléka prodával ruským vojákům. Nebo choval prasata a prodával je do hospod. I sena vypěstoval více, než jeho velké stádo spáslo, a dařilo se mu pěstovat i obilí. Jak říká, střídal korunku ke korunce. S mechanizací mu pomohl syn, a když mu po pádu komunismu, v rámci restitucí, vyplatili náhradu za zabavenou zemědělskou usedlost na Moravě, dohodl se se synem, koupil pole krachujícího velkostatku v Moravěvsi a společně v roce 1993 rozjeli rodinnou farmu. Na mostecké černozemi se jim dařilo dobře, zdejší vyhlášená půda bez kamenů má mohutné jílové podloží, takže se na ní rodí i v době sucha. Rajteři postupně rozšiřovali své lány, na přelomu tisíciletí už obhospodařovali 400 ha vlastních polí a 200 ha pronajatých. Chovali osmdesát krav a přes sto prasat, prodávali pšenici, krmnou řepu i kukuřici, ale hlavně kvalitní sladový ječmen do pivovarů. Tvrdou prací celé rodiny si vydělali na živobytí, zbylo jim na nákup techniky a svépomocí pomalu opravovali stavení na statku. Vnuci dospívali a zastali stále více práce, přesto rodina v roce 2001 téměř přišla o budoucnost.

Zdroj: [www.ibraphoto.net](http://www.ibraphoto.net)





## 7. BUĎTE NÁZORNÍ

Zkuste složitější témata přirovnat k něčemu, co lidé důvěrně znají. Sopku lze připodobnit k láhvi šampaňského, sukcesi v přírodě ke stavbě domu, půdu k promyšlené továrně. Pracovat můžeme také se změnou měřítka – složitý geologický vývoj země je hned jasnější, pokud ho přirovnáme k jednomu kalendářnímu roku. A jde to i jinak. Věděli jste, že kdybychom drželi 10 vteřin ticha za každou oběť Holokaustu, bylo by ticho celých 5 let? Pokud vyprávíme například o divokých kočkovitých šelmách v přírodě, můžeme začít od koček domácích. Domácího mazlíčka si – na rozdíl třeba od rysa – umí představit úplně každý.

### UKÁZKA Č. 1: VÝVOJ ZEMĚ ZA 24 HODIN

Umíte si představit vývoj Země na ciferníku hodin?

### UKÁZKA Č. 2: LEGOZLOMKY

Co spojit matematiku s oblíbenou dětskou hrou?



Z knihy *The Science Magpie*, autor: Simon Flynn, nakladatelství Icon Books, 2013



Fotografie: Jana K. Kudrnová.



**ÚKOL:** I SLOŽITÉ VĚCI SE DAJÍ PŘIPODOBNIŤ K NĚČEMU, CO DENNĚ VYUŽÍVÁME, NEBO DOBRĚ ZNÁME. ZKUSÍTE SPOJIT DVUJICE, KTERÉ K SOBĚ PATŘÍ? ŘEŠENÍ NAJDETE NA STRANĚ 58.

PŮDA

PILNÍK

MOZEK

POČÍTAČ

TROPICKÝ PRALES

DOKONALÁ TOVÁRNA

VÍTR (ERUZNÍ ČINITEL)

KUCHAŘKA S NÁVODY

DNA

PLÍCE

NAPADÁ VÁS DALŠÍ?

## 8. NEDÁVEJTE GAME OVER V PRVNÍM LEVELU

Je to jako v počítačové hře. První level je většinou dosažitelný pro všechny. Hra se stává postupně obtížnější teprve v dalších úrovních, s nabytými hráčskými dovednostmi. Chcete-li, aby lidé změnili své chování v oblasti ochrany životního prostředí a změny klimatu, ukažte jim nejprve, jak mohou celkem snadno dosáhnout malé změny. Dejte jim něco, co mohou udělat hned, ne zítra, ale teď! Pomáhá také dát možnost výběru – někdo se těžko vzdá svého oblíbeného steaku nebo letu letadlem, ale rád například vymění auto za kolo.

### UKÁZKA Č. 1: KAŽDÝ MUŽE BÝT HRDINA

Ekoškola je největší environmentální program na světě. Díky němu se z řady škol stala místa nejen daleko ekologičtější, ale také vstřícnější a otevřenější vůči místním žákům a komunitě. V roce 2019 slavil celosvětový program 25 let svého trvání a česká kancelář Ekoškoly přišla s cestou, jak dopad škol rozšířit i na jejich okolí. V kampani Obyčejného hrdinství si každý zapojený jednotlivec mohl vybrat jednu až sedm jednoduchých výzev a udělat tak svět o trochu lepší.



Ekoškola, 2019. Kampaň obyčejného hrdinství [plakát].

### UKÁZKA Č. 2: CÍLE PRO DOBRÝ ŽIVOT

Organizace spojených národů představila 17 cílů udržitelného rozvoje. Ale není úplně lehké si představit, jak může každý z nás pomoci naplnit náročné cíle, jako „Konec hladu“ nebo „Méně nerovností“. Futtera proto přišla s Good life goals – Cíle dobrého života. Tyto cíle jsou jasné, jednoduché, konkrétní. Šetři vodu, Jez lépe... Můžeme je naplňovat jednoduše každý den. A dělat tak svět lepší.



Futtera. SDG6 Save water (and wash hands). Zdroj: [www.wearefuterra.com/2018/07/why-we-need-new-good-life-goals/](http://www.wearefuterra.com/2018/07/why-we-need-new-good-life-goals/)

**ÚKOL:** PROMYSLETE A ZAZNAMENEJTE, CO JE VE VAŠEM TÉMATU, VE VAŠÍ CESTĚ PRVNÍ METOU – CO MŮŽE UDĚLAT KAŽDÝ PRÁVĚ TEĎ.



## 9. UKAŽTE ZMĚNY DOBRÉ PRO PŘÍRODU I LIDI

Ukažte lidem, jak může změna dobrá pro přírodu pomoci i jim samotným. Díky dojíždění do práce na kole budou v lepší kondici, šetrnější strava zase může pomoci s různými zdravotními problémy.

### UKÁZKA Č. 1: ZÁBAVNÉ ŘEKY

Čisté řeky – zábavné řeky. Organizace, která se stará o vodní toky a snaží se je vracet přírodě i lidem, si vzala na pomoc graffiti. Kreativní kampaň vzbuzuje pozornost, emoce a zaměřuje se na to, co mohou čisté řeky přinést lidem.



Milwaukee Riverkeeper. A clean river is a fun river [malba na zdi]. Zdroj: [www.milwaukeekeeper.org](http://www.milwaukeekeeper.org)

### UKÁZKA Č. 2: UDRŽITELNÉ CESTY

Cílem akce Do práce na kole, pořádané spolkem AutoMat, je motivovat co nejvíce lidí, aby jako dopravní prostředek po městě používali jízdní kolo, koloběžku nebo jakoukoli bezmotorovou formu dopravy, včetně běhu a chůze. Pomohou tak nejen ke zlepšení ovzduší a dopravní situace ve svém městě, ale také utuží svoji fyzickou i psychickou kondici.



Automat, 2020. Do práce na kole. Zdroj: [www.dopracenakole.cz](http://www.dopracenakole.cz)

**ÚKOL:** NAPIŠTE SI TÉMA A (V SOUVISLOSTI S VAŠÍM TÉMALEM) DOKONČETE NÁSLEDUJÍCÍ VĚTY:

**PŘÍRODĚ POMŮŽEME TÍM, ŽE**

**NÁŠ ŽIVOT BUDE LEPŠÍ,**

## 10. UKAZUJTE PŘÍLEŽITOSTI

U změny klimatu (ale i dalších témat) se často prezentují problémy a špatné zprávy. O to důležitější je ukazovat lidem i možná řešení a příležitosti. Změna klimatu je samozřejmě hrozbou, ale také příležitostí. Řada firem přichází s inovacemi, které podporují udržitelný rozvoj. Například v českém inkubátoru Climate Challenge se sešla spousta nápadů, jak životní prostředí zlepšit – od systému na lokalizaci plevele, přes mobilní interaktivní hru zaměřenou na podporu včelařů až po různé způsoby využití recyklovaného odpadu.

### UKÁZKA Č. 1: OPTIMISTI PRO KLIMA

V to, že naděje je lepší než strach, věří zakladatelé serveru climateoptimist.org. Komunikují konkrétní důvody, proč věří, že klimatickou změnu zvládneme zastavit. Celý web je plný pozitivních zpráv a ukázek řešení. Rostoucí počet solárních elektráren, letadla na sluneční pohon nebo kávové zbytky využívané jako biopaliva... To jsou jedny z důvodů, proč podle autorů můžeme zůstat optimisty.



Climate Optimist. Solving climate change starts with the belief that we can. Zdroj: climateoptimist.org

### UKÁZKA Č. 2: UDRŽITELNÉ OBCHODY

Firmy po celém světě se obrací k udržitelnému podnikání. Jednou z nich je i IKEA, která ukazuje, jak měnit každodenní návyky a žít tak udržitelněji. Ve svých restauracích například přestala používat jednorázové plastové obaly. Jako jedna z prvních odstranila jednorázová brčka – symbolické „poslední brčko“ vystavil řetězec v londýnském muzeu. V kampani cílené na zákazníky zase ukazuje, jak se udržitelně dopravit do blízkých obchodů – pěšky, nebo místní dopravou.



Mother London, 2019. IKEA steps [kampaň]. Zdroj: motherlondon.com/work/ikea-steps

**ÚKOL:** KAŽDÝ PROBLÉM MÁ SVÉ ŘEŠENÍ. POKUŠTE SE ZAPÁTRAT, JESTLI SE JIŽ TĚMA, KTERÉ VÁS ZAJÍMÁ, NEPOKUSIL NĚKDO ŘEŠIT. ZJIŠTĚTE, JAK ÚSPĚŠNĚ DANÉ ŘEŠENÍ BYLO. ZAPIŠTE SI, ČÍM BYŠTE SE MOHLI INSPIROVAT A CO BY MOHLO FUNGOVAT I U VÁS.



PŘÍLOHA

# POCITOVÁ MAPA MÍSTA

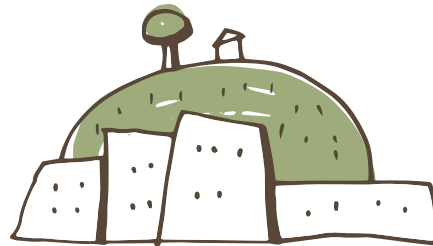
# KROK Č. 1

Nakreslete (vytiskněte si) mapku školy a jejího okolí nebo celé obce.

# KROK Č. 2

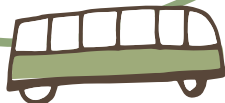
Společně projděte oblast na mapě (příp. se rozdělte do menších skupinek) a diskutujte nad tím, jak by se dala místa kolem vás zlepšit. Otázky si můžete vymyslet vlastní, nebo využít ty, které navrhuje my:

KDE SE CÍTI ME DOBŘE A KDE ŠPATNĚ? KTERÝM MÍSTŮM SE VYHÝBÁME A PROČ? JAKÁ MÍSTA MÁME NAOPAK RÁDI?



JAKÉ VÝHLEDY MÁME RÁDI?

CO BYCHOM ZMĚNILI, ABYCHOM SE CÍTLI LÉPE?



PROČ MÁME NĚKTERÁ MÍSTA RÁDI A JINÁ NE?

JAK VZNIKÁ VZTAH K MÍSTU?

KDE JE PROSTOR PRO PŘÍRODU? KDE SE NAOPAK DĚJE NĚCO, CO PŘÍRODU POUŠKOZUJE?

CO BYCHOM V NAŠEM OKOLÍ MOHLI ZMĚNIT, ABYCHOM POMUHLI ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ (NAPŘ. KDE NÁM CHYBÍ ZELEŇ)?

Zkuste se zeptat na názor i obyvatel města. Pomoci vám mohou také na odboru životního prostředí na městském úřadě. Často mají problémy dobře zmapované také místní neziskové organizace.

Poté vepište vaše postřehy do mapy (využít můžete také barevné lepíky).

MÍSTO PRO  
VAŠE NÁPADY:



## ŘEŠENÍ ÚLOH

Úkol **Cesta k dobrému sdělení:** 1C, 2D, 3F, 4E, 5A, 6B

(vaše řešení se může i lišit, některé z ukázek v sobě ukrývají více principů)

Úkol **Jaká cesta vede k lidem?:** 1e), 2f), 3i), 4d) a 4a), 5c), 6h), 7g), 8b) a 8a)

Úkol **Princip č. 5 Propojení s reálným životem:** LÁSKA, SMRT, RODINA, NAROZENÍ, RADOST

Úkol **Princip č. 7 Buďte názorní:**

Půda - Dokonalá továrna, Mozek - Počítač, Tropický les - Plíce, Vítr jako erozní

činitel - Pilník, DNA - Kuchařka s návody

## POUŽITÝ OBRAZOVÝ MATERIÁL

Fotografie použité v této publikaci mají uveden zdroj a jsou využity výhradně ke vzdělávacímu a nekomerčnímu účelu této publikace. Zdroj je uveden vždy pod danou fotografií a souhrn použitých zdrojů pak také zde, v pořadí, v jakém se vyskytují fotografie v publikaci.

a.i.1. The Wildlife Trusts. My Wild Life [kampaň]. Dostupné z: <http://www.wildlifetrusts.org/my-wild-life/>

a.i.2. Futtera. Forest. For all. Forever. [kampaň]. Dostupné z: <https://www.wearefuterra.com/work/fsc/>

a.i.3. WWF, 2010. Shark [kampaň]. Dostupné z: [https://www.adsoftheworld.com/media/print/wwf\\_shark\\_0](https://www.adsoftheworld.com/media/print/wwf_shark_0)

a.i.4. Správa Krkonošského národního parku, 2019. Není zvěř jako zvěř [kampaň]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/nenizverjakozver/>

a.i.5. Cycling Promotion Fund. Dostupné z: <http://www.cyclingpromotion.com.au>

a.i.6. JJ Smooth 44, 2019. WWF Japan – Population by Pixel [kampaň]. Dostupné z: <https://imgur.com/gallery/NVNsyeI>

a.i.7. WWF, 2007. Tarzan. Dostupné z: <http://www.unep.fr/scp/communications/ad/media/6684500W.JPG>

a.i.8. Canadian Grocer, 2017. A Future without bees. Dostupné na: <https://www.canadiangrocer.com/>

a.i.9. Futerra. Wild for life [kampaň]. Dostupné z: <https://www.wearefuterra.com/work/wildforlife/>

a.i.10. Pěšky městem 2019. Budeš se mnou chodit [kampaň]. Dostupné z: <https://peskymestem.cz/>

a.i.11. Dostupné z: <https://www.gaiafoundation.org>

a.i.12. Ekoškola. 7 kroků k Ekoškole.

a.i.13. Ekoškola, 2019. Kampaň obyčejného hrdinství [plakát].

a.i.14. Futtera. SDG6 Save water (and wash hands). Dostupné z: <https://www.wearefuterra.com/2018/07/why-we-need-new-good-life-goals/>

a.i.15. Milwaukee Riverkeeper. A clean river is a fun river [malba na zdi]. Dostupné z: <https://www.milwaukeekeeper.org>

a.i.16. Automat, 2020. Do práce na kole. Dostupné z: <https://www.dopracenakole.cz/>

a.i.17. Climate Optimist. Solving climate change starts with the belief that we can. Dostupné z: <https://climateoptimist.org/>

a.i.18. Mother London, 2019. IKEA steps [kampaň]. Dostupné z: <https://motherlondon.com/work/ikea-steps>

Vydalo TEREZA, vzdělávací centrum, z. ú., 2020 / [www.terezanet.cz](http://www.terezanet.cz)  
Autorky: Bára Dvořáková, Zuzana Jakobová  
Jazyková korektura: Erika Lipová  
Odborná konzultace: Jan Krajhanzl  
Grafická úprava, ilustrace: Jana K. Kudrnová  
Tisk: Fronte s.r.o. - tiskárny

Vychází s podporou Ministerstva životního prostředí. Materiál nemusí vyjadřovat stanoviska MŽP