

Jak využít sociální sítě k ochraně přírody

Jan Stejskal

Možná jste si před lety kladli otázku, zda je opravdu nutné zakládat pro vaši organizaci internetové stránky. U institucí, které se snaží o širší společenský dopad, jde dnes v podstatě o nezbytnost. Podobná otázka visí ve vzduchu i v souvislosti se sociálními sítěmi.

Začněte Facebookem

Sociální sítě mohou být opravdu mocným spojencem (mezi ty nejznámější patří Facebook, Twitter, Google+ nebo LinkedIn). Každá funguje trochu jinak, všechny ale umožňují, aby se lidé ve virtuálním světě počítačů propojili, vyměňovali si informace a vůbec spolu různými způsoby komunikovali. A samozřejmě umožňují, abyste o sobě mohli šířit co nejvíc informací.

Pokud se do jejich světa rozhodnete zapojit, pak počítejte s tím, že vám zaberou čas. Kolik, to bude záležet na vás. A protože svůj čas nechcete marnit, je dobré zapojit se do sociální sítě, kde máte největší šanci, že si vás někdo všimne. Tou je v současnosti určitě Facebook.

Počet uživatelů Facebooku v ČR se v polovině roku 2013 pohyboval kolem 3,8 mil., zatímco uživatelů Twitteru bylo v ČR a na Slovensku dohromady méně než dvě stě tisíc. Spousta profilů na Facebooku je ovšem falešných. IT odborník Marek Prokop například ukázal, že v ČR je méně než sto tisíc patnáctiletých občanů, ovšem mělo by tu žít skoro 150 tisíc patnáctiletých uživatelů Facebooku. I přes tyto nesrovnalosti se však dá předpokládat, že skutečných uživatelů Facebooku bude v ČR aspoň desetkrát víc než Twitteru.

V úvahu připadá ještě Google+, v současné době je ale obtížné si představit, že by se energie do něj investovaná mohla vyplatit. Odhady počtu českých účtů na Google+ se pohybují kolem 400 nebo 500 tisíc, ovšem skutečných uživatelů bude mnohem méně. Jak uvedl deník *Aktuálně.cz*, podle světových čísel je to asi čtvrtina, takže v ČR by mohlo jít tak o sto tisíc lidí.

Mocný spojenec

„Nám se Facebook velmi osvědčil,“ říká Jakub Kašpar, náměstek ředitele Krkonošského národního parku. Jeho organizace

provazuje jeden z ukázkových příkladů, jak se dá Facebook dělat dobře. Stránka je často aktualizována, příspěvky nejsou nudné, obvykle jsou zde i pěkné fotografie. Díky tomu se národnímu parku nejen daří dostávat informace do části veřejnosti, ale také ji zapojit do své činnosti. „Nějakých třicet až čtyřicet procent účastníků našich akcí v terénu, jako jsou exkurze *Nás učí příroda*, se o nich dozvědělo z Facebooku. To jen hodně vysoké číslo a skoro všechny akce jsou díky tomu plné, u některých dokonce musíme zájemce odmítat,“ vysvětluje Kašpar, jak může Facebook fungovat.

Pro šíření svého obsahu úspěšně používá sociální sítě i *Ekolist.cz*, internetový deník o přírodě a životním prostředí. Část svého obsahu sdílí na sociálních sítích a přístupy z nich,

hlavně z Facebooku, dnes tvoří asi desetinu všech přístupů na tento internetový deník. Občas se přitom najde článek, který zaujme obrovské množství lidí, takže ho začnou šířit dál a jeho čtenost letí nahoru raketovou rychlostí. „Kromě Facebooku používáme i Twitter a Google+,“ uvádí Martin Mach Ondřej, který má v Ekolistu sociální média na starosti. „Neslouží nám jen jako potrubí směrem ven, ale i směrem k nám. Pomáhají nám sledovat, co návštěvníci, kteří chodí na Ekolist.cz, zajímá za témata, co se u nás nebo ve světě děje a jaká by z toho mohla být nová témata pro nás.“

Příkladem úspěšných facebookových stránek organizací, které se podílejí na ochraně přírody, by mohly být i některé zoologické zahrady. Třeba stránka Zoo Praha patří se svými



Ukázka dobrých facebookových stránek státních institucí: zleva Krkonošský národní park, World Wildlife Fund for Nature

Deset tipů na zajímavé facebookové stránky

World Wildlife Fund for Nature (WWF) – výborně dělaná facebooková stránka jedné z nejznámějších ochranných organizací světa. Nejenže má přes milion fanoušků, ale taky jich obrovské množství na příspěvky reaguje. WWF se pyšní především vynikajícími fotografiemi, které dobře propojuje se svými kampaněmi.
<https://www.facebook.com/WWF>

Environmental Investigation Agency (EIA) – velmi dobře dělané stránky nevládní organizace, tentokrát ale s drsnějším obsahem: zatímco ostatní organizace většinou zdůrazňují krásu přírody, EIA bojuje proti pašování a zabíjení divokých zvířat vlastní investigativní činností a odhalováním nezákonností. Tomu odpovídají i často drastické příspěvky. Nenajdete zde rozkošné chlupáče s krásnými čumáčky, a přece jde o hojně sledovanou stránku.
<https://www.facebook.com/environmentalinvestigationagency>

U.S. Environmental Protection Agency (EPA) – úředníci to nemají na Facebooku jednoduché. Kolem institucí veřejné správy se jen těžko vytváří komunita, která by s nadšením sdílela úřední rozhodnutí a veřejná poselství. Příkladem dobře spravovaných stránek „byrokratické“ státní instituce může být EPA, tedy americká agentura na ochranu životního prostředí. Různými otázkami a konverzací se snaží čtenáře přitáhnout k tomu, aby se víc zajímali o její agendu; stránky působí živě.
<https://www.facebook.com/EPA>

Grist – asi vůbec nejzábavnějším zelené zpravodajství; jde o cíleně aktivistický a často ironický web, který mísí důležité věci s odlehčenými tématy. Občas se pohybuje na hraně bulváru, umí si ale dělat legraci i ze sebe. Dobře dělá i svou facebookovou stránku, která má nejen hodně fanoušků, ale především účtyhodnou míru jejich zapojení.
<https://www.facebook.com/grist.org>

Adam Wajrak – polský novinář se může chlubit tím, čím v ČR třeba novináři Jindřich Šídlo nebo Erik Tabery: početnou základnu facebookových přátel, kteří jejich příspěvky sledují a zhusta o nich diskutují. Rozdíl je jen v tom, že Adam se ve významném polském listu *Gazeta Wyborcza* téměř výhradně věnuje ochraně přírody. Žije poblíž Bělověžského národního parku a jako vynikající fotograf zaznamenává dění v přírodě, což mixuje s komentáři k polskému a vlastně i celosvětovému dění v ochraně přírody. Jde o špičkově vedený osobní profil.
<https://www.facebook.com/adam.wajrak>

Adam Gebrian – jeho působení na sociálních médiích se týká architektury, na svých stránkách často upozorňuje na využívání veřejného prostoru, což je velmi zajímavé pro ochranu přírody a krajiny. Jeho působení na sociálních médiích je přímo ukázkové. Dokáže na svoje téma upozornit, vyvolávat diskusi, sám promyšleně argumentuje, odpovídá rychle. Jeden z nejlepších facebookových profilů v ČR.
<https://www.facebook.com/gebrian>

Miroslav Bobek – pokud bych měl vybrat nějaký výborný český osobní profil o přírodě, pak by to byl profil ředitele pražské zoo. Je rychlý, sdílí různé typy příspěvků – od fotografií, přes vlastní sloupky až po krátká oznámení o situaci v zoo – a nevyhýbá se diskusím.
<https://www.facebook.com/miroslav.bobek>

Zoo Praha – z českých institucí, které mají co do činění s ochranou přírody, jde o suverénně nejsledovanější stránky. Oprávněný zájem budí především vynikající fotografie. Zoologické zahrady se dobře daří i komunikace se svými příznivci, po povodni například přes Facebook domlouvala s dobrovolníky pomocné úklidové práce.
<https://www.facebook.com/zoopraha>

KRNAP – je příkladem dobře spravované české stránky, kterou vede „úřednická“ instituce. Najdeme tu výbornou práci s fotografiemi a rychlou komunikaci s návštěvníky stránky. KRNAP je navíc trochu specifický v tom, že na svém profilu hojně píše nejen o svých vlastních aktivitách, ale ochotně zveřejňuje také informace o činnosti dalších institucí v Krkonoších a blízkém okolí.
<https://www.facebook.com/spravakrnep>

Chráněná území – stránka nemá příliš rozsáhlou základnu fanoušků, nicméně je zaměřena přímo na přírodu a chráněná území a funguje dobře. Pravidelné příspěvky k věci, reakce v diskusích – a co je sympatické, obsah je zčásti propojen s internetovou encyklopedií Wikipedia. Tento produkt je čtenářům nabízen k užívání pod licencí Creative Commons a zpravidla umožňuje fotografie volně používat, když uvedete autora, zdroj a zachováte licenci.
<https://www.facebook.com/Chranena.uzemi>

Z výčtu jsem vynechal stránky, na nichž jsem se dlouho podílel nebo podílím. Jde o **Ekolist.cz** a **ZOO Dvůr Králové**. Trochu neskromně si však myslím, že i jejich obsah stojí za zhlédnutí.

Facebookové aktivity AOPK ČR

<https://www.facebook.com/Biodiverzitanadzlatko>

Stránka, která se věnuje zejména monitoringu biodiverzity a jeho výsledkům, nějakou novinku přináší zhruba jednou týdně. Má více než 600 fanoušků, bohužel s malou mírou zapojení.

<https://www.facebook.com/zachranneprogramy>

Stránka zaměřená na novinky z oblasti záchranných programů ohrožených rostlin a živočichů. Je aktualizovaná nepravidelně, má více než 600 nepříliš aktivních fanoušků.

<https://www.facebook.com/ChranenaKrajinnaOblastPoodri>

Zřejmě nejčastěji aktualizovaná stránka regionálního pracoviště AOPK ČR, která se na rozdíl od předchozích dvou stránek zaměřuje na širší veřejnost a dění v regionu. Zatím má 170 fanoušků.

téměř 140 tisíce fanoušky mezi vůbec nejoblíbenější stránky českého Facebooku a při událostech, jako byla červnová povodeň, se Facebook ukázal jako nenahraditelný zdroj komunikace s příznivci. Podle analýz firmy SocialBakers zveřejnila tři nejpobláznější zprávy na českém Facebooku za červen 2013 Zoo Praha a všechny se týkaly povodně. Vůbec nejpobláznější byla pozvánka na benefiční koncert, jehož výtěžek byl věnován na obnovu zoologické zahrady.

Jak to funguje

K čemu vám bude Facebook sloužit, záleží jen na vás. Obecně jde o prostředí, ve kterém

se projevujete spíše osobně než úředně, a bude důležité najít si tu správnou míru, co na své stránce zveřejňovat. Menší organizace se může prostřednictvím Facebooku dobře domlouvat se svými podporovateli a příznivci, větší organizace může přes Facebook propagovat i svou činnost. Obsah na Facebooku sice mohou pro organizace vytvářet i najaté agentury, obecně však platí, že zajímavější stránky dělá přímo ten, kdo se na popisované činnosti přímo podílí, protože může přispívat osobněji laděnými postřehy. V případě ochrany přírody to podle mě platí dvojnásob.

Důležité je pochopitelně na svoje facebookové stránky přitáhnout co nejvíc lidí, kterým se budou líbit. Pokud totiž uživatel Facebooku nějakou stránku označí jako „To se mi líbí“, začnou se mu informace z této stránky načítat na tzv. Hlavní stránku jeho profilu. Podobně se mu tam načítají příspěvky, které zveřejní jeho facebookoví přátelé (chcete-li se s někým na Facebooku přátelit, musíte si toto přátelství virtuálně vzájemně potvrdit – pozn. aut.).

Pokud by se však každému uživateli Facebooku načítaly na jeho Hlavní stránku informace ze všech stránek, které se mu líbí, a taky od všech přátel, byl by zavalen obrovským množstvím příspěvků, které ho nezajímají. Proto Facebook pouští uživateli na jeho Hlavní stránku jen informace, které pro něj vyhodnocuje jako relevantní na základě toho, na jaké příspěvky v minulosti reagoval. Podle serveru Getpostrocket se tak konkrétní příspěvek dostává jen asi k 16% fanoušků příslušné stránky.

Zdá se to jako malé číslo, i tak se ale může o vašich aktivitách dozvědět dost lidí. Je přitom potřeba si uvědomit, že uživatelé Facebooku se chovají trochu jinak než třeba čtenáři na internetu. Na internetu se totiž díváte na stránku konkrétní organizace, zatímco na Facebooku se podle serveru Getpostrocket dokonce 96% uživatelů už nedívá na stránku organizace, kterou si přidalo mezi své oblíbené, a spoléhá jen na to, co z jejich příspěvků se mu objeví na Hlavní stránce.

Jak se tedy dostat na Hlavní stránku vašich fanoušků? Je potřeba je pravidelně zaujmout. Když fanoušci kliknou váš příspěvek, označí ho, sdílejí na své stránce nebo ho třeba okomentují, zvyšuje se pravděpodobnost, že se další z vašich příspěvků objeví na jejich

Hlavní stránce, a dávají tím také vědět o vaší stránce svým přátelům.

Z tohoto pohledu pak není tolik důležitým číslem počet fanoušků, ale spíše míra jejich zapojení. Ta se dá odhadovat různě, asi nejjednodušší a pro základní účely postačující je údaj, kolik lidí o konkrétní stránce „mluví“. Velká část vašich fanoušků totiž stránku označí jako oblíbenou, ale dál už se o ni nezajímá. Menší část fanoušků si naopak prohlíží vaše fotky, kliká, že se mu vaše příspěvky líbí, nebo dává o vašich příspěvcích vědět dál. Říká se, že pokud takových fanoušků máte aspoň 5% z jejich celkového počtu, je to velmi dobrý výsledek.

Jak zaujmout fanoušky?

Jak se dalo čekat, univerzální odpověď neexistuje. V každém případě byste se měli držet obsahu, který odpovídá vašemu zaměření, a snažit se vysledovat hlavně to, co zajímá vaše fanoušky. Dobře si vedou příspěvky, které se sice týkají vaší činnosti, ale spíše až v druhém plánu, a nejsou přímou propagací vaší organizace nebo značky.

Facebook k tomu nabízí spoustu údajů, které vám pomůžou. Každý správce stránky si může kliknout na oddíl nazvaný Přehled (anglicky *Insights*), kde se dozvíte, kolik který příspěvek vidělo přesně lidí, jaký měl celkový dosah a také do jaké míry zaujal vaše fanoušky. Z toho si pak sami dovodíte, na co lidé reagují a jak vytvořit vhodný obsah vaší stránky.

Obecně platí pár pravidel, ale pamatujte, že něco může být ve vašem případě jinak. Pozornost každopádně přitahují obrázky. To ostatně platí i mimo svět Facebooku a třeba články na internetu doplněné obrázky jsou prostě přitažlivější než články bez fotky. Takže na Facebook vkládejte fotky, fotoalba nebo i videa. A snažte se, aby byly pěkné.

Pište krátké příspěvky. Na Facebook si lidé nechodí číst dokumenty, ale brouzdat. Možná si na nějaký podrobný dokument nebo článek občas kliknou, ale jako vlastní příspěvek je nezaujme. Kdesi dokonce spočetli, že na příspěvky, které mají od 100 do 250 znaků, lidé reagují o 60% častěji než na příspěvky delší. Těžko říct, co je na těch číslech pravdy, nicméně zkušenost ukazuje, že na stručné příspěvky uživatelé opravdu reagují častěji.

Přispívejte na Facebook pravidelně, nejlépe každý den. Tohle může být kámen úrazu, nicméně díky pravidelnému přispívání si vás lidé zvyknou sledovat. U větších organizací je normální přispívat i vícekrát za den. Pokuste se také přispívat v hodinu, kdy je na Facebooku vašich fanoušků nejvíc. Dozvíte se to na jedné ze záložek Přehledu vaší stránky. Zjistíte-li, že nejvíc fanoušků máte na Facebooku třeba dopoledne v 10 hodin a pak zase večer ve 20 hodin, tak jim v tuhle dobu nabídněte svoje příspěvky. Máte tak větší naději, že na ně zareagují.

Zapojení fanoušků můžete podporovat výzvami, aby třeba uhadli, co je na fotografii, nebo jim můžete dávat jednoduché otázky, z nichž dokážete zjistit jejich názory. Jako zpětná reakce to pro vás může být velmi přínosné. V Přehledu vaší stránky ostatně zjistíte i podíl věkových skupin a tomu můžete přizpůsobit styl své komunikace. V každém případě bych však doporučoval být slušný, nevulgární a v diskusích spíše věcný a zdrženlivý. Někteří uživatelé umějí být velmi nepřívětiví, nemá ale cenu nechat se jimi vytočit.

Vůbec nejhorší je nekomunikovat vůbec a reakce na příspěvky nechávat bez odpovědi. Samozřejmě že se to může stát, zvláště když je reakcí příliš mnoho, nebo jsou u příspěvku, který je už staršího data. Nicméně Facebook je především obrovskou příležitostí k vytvoření komunity, která má zájem o danou věc a mnohdy se chce se podílet na něčem, co má společně ráda. Nehodí se sympatizanty odbývat mlčením.

Facebook vám může sloužit i jako prostor, kde můžete lidem podrobněji vysvětlovat svoje záměry, přesvědčit je o svém úhlu pohledu, zmírnit jejich obavy nebo objasnit, proč se něco musí udělat právě tímto způsobem. To jsou přece ideální prostředky, díky nimž je možné k ochraně přírody přitáhnout veřejnost a také se dozvědět, jak se na vaši práci lidé dívají. V případě mimořádných událostí pak díky sociálním sítím můžete velice rychle a účinně dostat důležité informace mezi velké množství lidí.

Byla by proto velká škoda, kdybyste tuto příležitost nevyužili.

*Autor je na volné noze
V letech 2002 až 2013 byl postupně
šéfredaktorem tištěného Ekolistu
a později serveru Ekolist.cz*

SUMMARY

Stejskal J.: How Online Social Networking Services Can Be Used for Nature Conservation

The author analyses the power and impacts of online social networking services and he advises how the tools can be handled for nature conservation aims. He considers Facebook as the current most

important social network and provides examples of well functioning facebook pages in nature conservation, both from the Czech Republic, e.g. the Krkonoše/Giant Mts. National Park Administration, Prague Zoological Garden or Ekolist.cz and from abroad, i.e. the World Wide Fund for Nature (WWF International) or Environmental Investigation Agency (EIA). He presents in his opinion the best facebook pages dealing with nature conservation in a separate box.