

KOMUNIKACE O MYSLIVOSTI v digitálním veřejném prostoru. Mezi svobodou a odpovědností

Myslivost stojí v mnoha evropských zemích před podobnými výzvami. Společenská očekávání se mění, digitální média veřejné debaty a témata, o nichž se dříve diskutovalo především v odborných mysliveckých kruzích, dnes během několika minut proměňují a oslovují širokou veřejnost. Právě tato přeshraniční výměna zkušeností byla ústředním tématem Židlochovických rozhovorů o myslivosti 2026.

Mezinárodní konferenci uspořádaly organizace Verein Grünes Kreuz a Středoevropský institut ekologie zvěře Vídeň – Brno – Nitra ve spolupráci s Jagd Österreich a Ministerstvem zemědělství České republiky. Setkali se zde zástupci mysliveckých svazů, vědy, etiky a praxe.

Pod mottem „Myslivost ve společenské proměně“ se diskutovalo o tom, jakou odpovědnost myslivost dnes nese a jak může zůstat pro společnost srozumitelná. Dr. Miroslav Vodňanský, viceprezident organizace Verein Grünes Kreuz, zahájil mezinárodní výměnu společně s dalšími vysoce postavenými zástupci z České republiky, Rakouska, Německa a Slovenska.

Zvláštní hodnota tohoto fóra spočívá právě v tom, že umožňuje společně posuzovat otázky, které už dávno nekončí na hranicích jednotlivých států.

Ve svém referátu na konferenci, a nyní v příspěvku pro časopis Myslivost, jsem diskuzi o etice a mysliveckém postoji vědomě posunula do veřejného prostoru. Odpovědnost totiž dnes nekončí u otázky, jak lovíme. Začíná podruhé ve chvíli, kdy myslivost fotografujeme, natáčíme, komentujeme, sdílíme nebo ji využíváme ve veřejné komunikaci. V tom okamžiku vzniká odpovědnost za její veřejný účinek.

Mnoho hlasů, ale jeden společný veřejný obraz

Digitální veřejný prostor zásadně změnil komunikaci o myslivosti. Dříve utvářely veřejný obraz myslivosti především myslivecké spolky a svazy, odborná média a několik institucionálních subjektů zabývajících se myslivostí. Dnes ale může veřejně komunikovat prakticky každý. Veřejně vystupují jednotliví myslivci a myslivkyně, stejně jako svazy, podniky, média, influenceri nebo vědci. To je v první řadě pozitivní vývoj. Myslivost je rozmanitá a rozmanitá může být i její komunikace. Nepotřebujeme jeden centrální hlas, který by mluvil za všechny. Různí aktéři mají různé role, perspektivy a zájmy. Tato pluralita není problém, ale výraz komunikační svobody. Výzva začíná ale ve chvíli, kdy tyto rozdílné hlasy opustí vlastní myslivecké prostředí.

V rámci myslivosti obvykle dobře rozlišujeme, zda někdo mluví soukromě, zastupuje svaz, komunikuje reklamní sdělení nebo pracuje novinářsky. Lidé mimo tento svět tyto role často nerozlišují tak přesně. Z mnoha jednotlivých příspěvků si proto vytvářejí především jeden širší celkový obraz myslivosti. A právě v tom spočívá zásadní poznatek – individuální komunikace vytváří společný účinek. To, co zveřejní jeden člověk, může daleko za hranici jeho původního záměru ovlivnit důvěryhodnost, společenskou akceptaci i celkový obraz myslivosti.

Svoboda a odpovědnost proto nejsou protiklady. A musíme si naprosto zodpovědně uvědomovat, že čím větší jsou naše komunikační možnosti, tím důležitější je schopnost myslet na jejich účinek.

To, co máme na mysli, není automaticky tím, co ostatní pochopí

Myslivecká fotografie například scény s ulo-



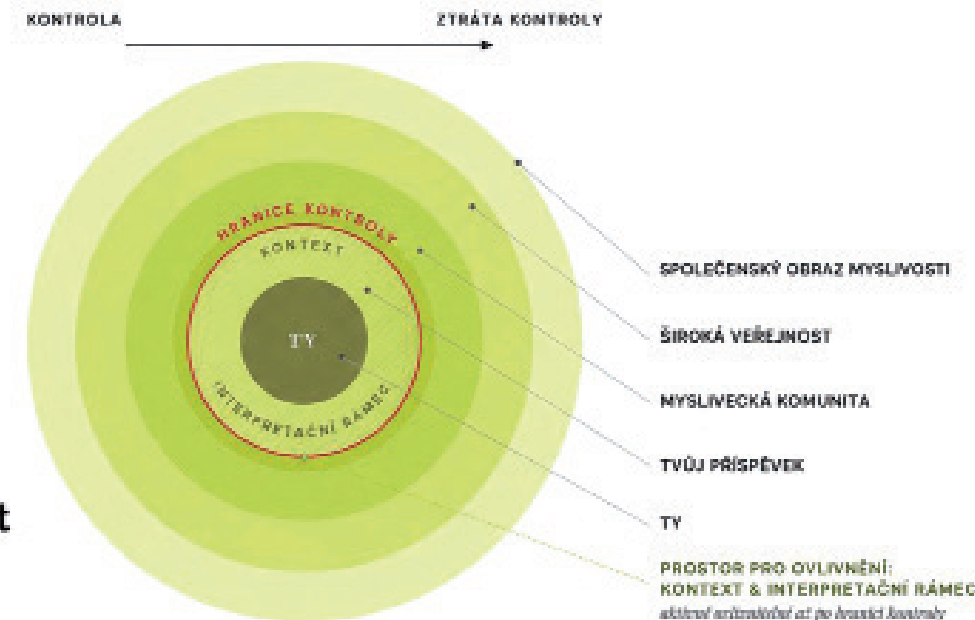
veným jelenem nebo z jiné běžné lovecké situace je v prostředí honitby zasazena do konkrétních souvislostí. Zúčastnění znají situaci, mají odborné znalosti a rozumějí určitým postupům a tradicím. Stejně tak snímku rozumějí diváci myslivci.

Jakmile je však tentýž snímek zveřejněn na sociálních sítích, opouští svůj původní kontext a interpretační rámec a dostává se k lidem, kteří nemusí mít žádné myslivecké znalosti a vycházejí z jiných hodnot, zkušeností nebo

V HONITBĚ Společný rámec – myslivecká veřejnost ✓ DIVÁCI MAJÍ ODBORNÉ ZNALOSTI	NA INTERNETU: VEŘEJNÝ DEBATNÍ PROSTOR Bez předchozích znalostí – cizí rámec X DIVÁCI NEMAJÍ ODBORNÉ ZNALOSTI
Vnímání je vždy interpretace. Obsah zůstává stejný – o významu rozhoduje kontext.	„To znám – zkušeno myslivcem při transportu uloveného jelena v honitbě.“ Zasazení do kontextu – porozumění – respekt
	„Co to je? Vypadá to brutálně.“ Odmítnutí – pobouření – ztráta kontroly

- Viditelnost ≠ společenská akceptace
- Dosah ≠ porozumění

► Větší dosah = větší odpovědnost za účinek



očekávání. Samotný obraz zůstává stejný, ale jeho interpretace a význam se přesto mohou změnit. Právě v tom spočívá jedna z největších výzev digitální komunikace o myslivosti. Záměr a účinek nejsou automaticky totožné. Komunikační odpovědnost proto znamená nejen promýšlet, co chci ukázat, ale také to, jak může být zveřejněný obsah chápán mimo mou vlastní perspektivu, mimo znalou a poučenou mysliveckou komunitu.

A to, že tyto rozdíly nejsou pouze teoretické, lze doložit empiricky. Ve své vědecké práci jsem zkoumala, jak lidé mimo mysliveckou komunitu vnímají fotografie myslivců s ulovenou zvěří. Zkoumané snímky negativně hodnotilo 96 až 99 % respondentů! Tento vzorec vnímání se ukázal navíc jako mimořádně stabilní. Takové výsledky ale neznamenají, že by myslivecké motivy měly z veřejného prostoru zmizet. Ukazují však, že známé nebo předvídatelné účinky nelze zcela přehlížet.

Dosah není totéž co účinek

Právě sociální sítě svádějí k dalšímu nedorozumění. Vysoký dosah (počet zhlédnutí, kliknutí či sdílení) bývá často zaměňován za úspěšnou komunikaci. Dosah však zpočátku vypovídá pouze o tom, kolik lidí určitý obsah vidí a neříká nic o tom, jak například takové fotografie lidé rozumějí nebo jak ji hodnotí. I příspěvky, které vyvolávají podráždění, odmítnutí nebo pobouření, mohou dosahovat vysokého dosahu. Navíc s rostoucí viditelností (popularitou či rozšířením v sociálních sítích) se obsah či sdělení fotografie stále více odděluje od svého původního kontextu. Dostává se k lidem, kteří neznají ani autora, ani myslivecké souvislosti, neboť nemají logicky myslivecké vzdělání. Tím ztrácíme část kontroly nad tím, v jakém interpretačním rámci je příspěvek vnímán. Větší dosah proto automaticky neznamená vyšší společenskou akceptaci. Znamená především větší

odpovědnost za účinek pro toho, kdo příspěvek (fotografii či text) na sociální síť vkládá.

Tato odpovědnost začíná už před zveřejněním. Ne vše, co je z hlediska myslivosti legitimní, odborně správné nebo v honitbě samozřejmé, musí být automaticky vhodné pro každý veřejný komunikační prostor. Není to požadavek na zákazy, je to požadavek na vědomý výběr. To, co veřejně ukazujeme, je naše rozhodnutí, toto rozhodnutí vyvolává účinek a právě tím se stává pro nás jakožto autory příspěvku odpovědností.

Schopnost navazovat na společenský diskurz jako měřítko

Pro mou práci v oblasti komunikace o myslivosti je klíčová schopnost této komunikace navazovat na společenský diskurz. Tím se výslovně nemyslím, že společnost musí souhlasit s kaž-

dou podobou myslivosti. Stejně tak se nejedná o to vzdát se mysliveckých postojů nebo přizpůsobovat komunikaci domnělým většinovým názorům. Jedná se spíše o schopnost mluvit o myslivosti tak, aby lidé mimo naše odborné prostředí dokázali alespoň pochopit, co děláme, proč to děláme a jaké hodnoty jsou základem našeho jednání.

Zvlášť důležité jsou čtyři základní principy.

Srozumitelnost. Komunikace o myslivosti nesmí předpokládat předchozí myslivecké znalosti. To, co je uvnitř vlastní komunity samozřejmé, je třeba navenek pochopitelně, logicky a srozumitelně vysvětlit.

Návaznost na hodnoty. Lidé nereagují pouze na holá fakta. Odborné informace mají větší šanci oslovit druhou stranu, pokud je zřejmé, s jakými hodnotami souvisejí.

Zasazení do souvislosti. Obrazy, výroky a jednání potřebují kontext všude tam, kde bez něj hrozí nedorozumění.

Odpovědnost vzniká na několika úrovních



► Otázkou není, zda neseme odpovědnost, ale jakou.

Důvěryhodnost. Postoj, komunikace a viditelné jednání musí být v souladu. Pokud veřejnost vnímá výrazné rozporů mezi deklarovanými nároky a praxí, důvěra slábne. Schopnost navazovat na společenský diskurz proto neznamená potřebu se ospravedlňovat. Znamená srozumitelnost a pochopitelnost.

Odpovědnost neleží pouze na jednotlivém myslivci

Profesionální diskuze o komunikaci o myslivosti ale nesmí přenášet odpovědnost pouze na jednotlivého myslivce, jednotlivé autory příspěvků na sítích. Společenský obraz myslivosti totiž zároveň vytváří mnoho různých aktérů. Komunikační odpovědnost se proto rozděluje mezi několik úrovní.

Na individuální úrovni se odpovědnost projevuje především vědomým utvářením veřejné komunikace a reflexí před zveřejněním, jaký účinek může mít příspěvek také mimo vlastní prostředí. Komunikační svobodu to neomezuje, naopak to posiluje schopnost využívat ji suverénně a odpovědně.

Myslivecké svazy a instituce nesou jiný druh odpovědnosti. Jejich úkolem nemůže být kontrolovat každé individuální sdělení. Mohou však poskytovat orientaci, vytvářet kontext, zviditelňovat standardy kvality a rozvíjet i zpřístupňovat vzdělávací nabídky. V čím dál nepřehlednějším komunikačním prostoru tak mohou myslivecké obci nabídnout referenční rámec, podle něhož se lze orientovat.

Třetí úroveň se týká komerční sféry, médií a účtů s velkým dosahem. Komunikace o myslivosti už dávno nevzniká výhradně z nekomerčních pohnutek. Dosah má také ekonomickou hodnotu. Influenci vytvářejí viditelnost, média vybírají témata a zesilují je, podniky využívají myslivecké obrazy, příběhy a spolupráci s influencery pro komunikaci značky a pořadatelé těží z pozornosti věnované myslivosti. To je v zásadě legitimní. Ekonomický prospěch a komunikační odpovědnost však nelze zcela oddělit. Je proto třeba si uvědomovat, že ten, kdo prostřednictvím myslivosti vytváří viditelnost a zároveň z ní profituje, spoluutváří také její společenský obraz.

Nemluvit stejně, ale působit společně

Ze společné odpovědnosti ale nelze vyvozovat, že by všichni měli v budoucnu komunikovat stejně. Rozdílný jazyk, různé důrazy a různé formáty patří ke svobodě komunikace o myslivosti a vytvářejí potřebnou pestrost argumentace a sdělení. Nemluvíme tedy jedním hlasem, sdílíme však společnou reputaci. To, co zveřejní jeden, může důvěryhodnost druhého posílit nebo naopak oslabit. Cílem proto nemůže být jednotnost, cílem by měla být koherence tak, aby různé hlasy mohly působit stejným směrem a skládat se do srozumitelného celkového



Poskytovat orientaci

Co chceme zviditelnit?



Vytvářet kontext

Jak učinit myslivecké jednání srozumitelným?



Zviditelňovat kvalitu

S čím chceme být jednoznačně spojováni?



Posilovat vzdělávání

Jak předáváme komunikační kompetence a odpovědnost?

obrazu myslivosti. Pomoci k tomu mohou společné komunikační mantinely nastavené třeba právě zájmovými svazy a spolky ne jako nástroj kontroly, ani jako obsahový předpis, ale jako společný rámec kvality.

Takový minimální standard lze formulovat jednoduše a srozumitelně.

Komunikace o myslivosti by měla být odborně správná, zaměřená na porozumění a vedená s vědomím důsledků. Odborně správná znamená, že to, co říkáme nebo ukazujeme, musí odpovídat realitě myslivosti.

Zaměřená na porozumění znamená, že komunikace nemá být primárně vedena snahou mít pravdu, ale snahou umožnit porozumění.

Komunikace vedená s vědomím důsledků znamená, že přebíráme odpovědnost i za předvídatelné účinky veřejné komunikace, nejen za svůj původní záměr.

Tento rámec myslivost nepřikrášluje. O myslivosti musí být možné komunikovat v celé její reálné podobě. Stejně tak by se však provokace a vyhrocování neměly stát měřítkem jen proto, že přitahují pozornost.

Evropský úkol

Diskuze na Židlochovických rozhovorech o myslivosti 2026 ukázaly, že otázky etiky, odpovědnosti, společenského vnímání a veřejné komunikace už dnes nelze řešit odděleně. Právě proto mají mezinárodní fóra, jakým jsou Židlochovické rozhovory o myslivosti, na jejichž

podobě se podílejí Dr. Miroslav Vodňanský a organizace Verein Grünes Kreuz, mimořádný význam. Vytvářejí prostor, v němž se myslivecké spolky a svazy, věda, praxe a politika mohou napříč hranicemi vzájemně poučit a včas diskutovat o společných výzvách.

Pro komunikaci o myslivosti v tom spočívá velká příležitost. Jednotlivé země se v práci s digitálním veřejným prostorem nacházejí v různých fázích. O to důležitější je začít mluvit o standardech, odpovědnosti a společenském účinku dříve, než se konflikty vyhročí.

Komunikace o myslivosti není pouhou reakcí na společenskou proměnu, ale aktivním společným úkolem, jehož podobu můžeme utvářet. Rozhodující otázkou proto není, zda veřejně komunikujeme, to už dávno děláme, ale rozhodující je, jak vědomě při tom zacházíme se svobodou, účinkem a odpovědností.

Christine FISCHER, MBA
Akademische Jagdwirtin (BOKU University)
Zakladatelka HIRSCH&CO,
komunikace o myslivosti
Odborné zaměření: komunikace o myslivosti
v digitálním veřejném prostoru,
schopnost navazovat na společenský diskurz
a etika komunikace
www.hirschundco.com



Poznámka k prvnímu zveřejnění: Tento příspěvek vychází z přednášky „Komunikace o myslivosti v digitálním veřejném prostoru. Mezi svobodou a odpovědností“, kterou Christine Fischer přednesla 3. září 2026 na 19. mezinárodní konferenci „Židlochovické rozhovory o myslivosti 2026“ na zámku Židlochovice.

© 2026 Christine Fischer | HIRSCH&CO. Všechna práva vyhrazena.

Text a obsahová koncepce jsou chráněny autorským právem. Zveřejnění výhradně v časopisu Myslivosť je povoleno při uvedení jména autorky. Další zveřejnění, úpravy nebo jiné využití vyžadují předchozí souhlas autorky. Původní prezentace navíc obsahuje obrazový materiál se samostatnými autorskými právy a není součástí tohoto souhlasu se zveřejněním.

FOMEI
OPTICS

NAHÁŇKY FOREMAN



G4

1-6x24 FOREMAN

10 390 Kč | OY6273

Ideální pomocník při naháňkách a lovu zvěře v pohybu. Puškohled má extra široké zorné pole 40m ve 100m a velký rozsah rektifikace.



G4

1,7-10x42 FOREMAN

11 490 Kč | OY6290

Univerzální puškohled se širokým rozsahem zvětšení. Perfektní nástroj pro naháňky i na čekanou. Kompaktní rozměry, robustní odolnost!



FOREMAN RDM3 II

5 690 Kč | OY6295

Kolimátor je vhodný pro střelbu na krátké vzdálenosti při sportovní a taktické střelbě nebo při lovu na naháňkách. Druhá generace nabízí automatické vypnutí i probuzení pro větší pohotovost a úsporu baterie.



+420 495 056 100

fomei.com/optika

optika@fomei.com

BANNER 34. LET
EXCLUSIVE tradice 1992 - 2026
OUTDOOR

DOPŘEJTE SI KVALITNÍ ODĚVY BANNER®
POHODLNÉ BUNDY DO PŘÍRODY

VÝBĚR
ZE ŠIROKÉ
NABÍDKY



A MNOHO DALŠÍCH...

FLETEXOVÉ BUNDY

Oblíbené bundy díky použitému materiálu, který kombinuje příjemný, hřejivý, silný fleece s laminovaným pevným úpletem z rubu. Vše podtrhuje kvalitní vodoodpudivá úprava. **Více stříhových a barevných variant.**

SOFTSHELLOVÉ BUNDY

Moderní softshellové bundy chrání proti lehkému dešti a větru díky **laminované klima-membráně**. Fleece z vnitřní strany softshellu. Díky volnému střihu a pružnosti, vás nic neomezí v pohybu v přírodě.

ODOLNÉ A POHODLNÉ BUNDY DO PŘÍRODY

Vyberte si ze široké nabídky bund v různých střihových, materiálových a barevných provedení. Mnoho bund je vybaveno všíitou **KLIMA-MEMBRÁNOU**, která zvyšuje uživatelský komfort (nepromokne, neprofoukne a zároveň je propustná pro vodní páry z vnitřní strany). **Více než 50 typů bund v nabídce.**

PREZENTACE PRODEJEN a E-SHOP: WWW.BANNER-SHOP.CZ