

Česká republika stojí v čele nové ochranné kampaně Evropské asociace zoologických zahrad a akvárií – jedné z největších ochranných kampaní světa

02. 10. 2017 17:13



Dne 1. 10. 2017 byla oficiálně spuštěna nová ochranná kampaň Evropské asociace zoologických zahrad a akvárií (EAZA), jež propojuje téměř čtyři sta evropských zoologických zahrad a institucí, které společně mají mimo jiné své aktivity ohromnou sílu při činnostech souvisejících s ochranou přírody a vzdělávání. Každé dva roky se zoologické zahrady pravidelně připojují k záchranným aktivitám v rámci dvouletých ochranných kampaní, které EAZA vyhlašuje.

Ochranné kampaně EAZA jsou zacíleny buď na konkrétní oblast (jihoamerické deštné lesy, Madagaskar, jihovýchodní Asie apod.) či na skupiny zvířat, kterým hrozí vyhubení (tygři, želvy, nosorožci, obojživelníci ad.). Kampaně mají za cíl seznámit širokou veřejnost s danou problematikou, získat finanční prostředky na konkrétní záchranné projekty a poskytnout náměty, jak mohou lidé sami pomoci. Zoologické zahrady a akvária navštíví jen v členských institucích EAZA více než 140 milionů lidí ročně, tzn. 280 milionů návštěvníků po dobu trvání kampaně. Díky tomuto masivnímu dosahu se jedná o největší ochrannou kampaň světa.

Česká republika s kampaňovou kanceláří v ZOO Liberec byla vybrána a prověřena předsednictvím nové kampaně, která nese jméno **Silent Forest – Asian Songbird Crisis** (Němý les – Krize pěvců v Jihovýchodní Asii). Ta je zaměřená na ochranu ohrožených pěvců v oblasti Jihovýchodní Asie.

Kampaň má za cíl upozornit na současný masivní úbytek a vymírání ptačích druhů v tropických deštných lesích v jihovýchodní Asii. To je vedle ztráty jejich přirozeného prostředí způsobeno především jejich nadměrným lovením. Některé druhy pěvců jsou pro své výjimečné a líbivé zbarvení nebo unikátní zpěv v masivních počtech odchyťovány z lesů a prodávány na trzích. Často jde o ilegální obchod s chráněnými a kriticky ohroženými druhy. Kvůli silně zažitě tradici, podle které má každý správný javánský muž dýku, ženu a dům se zpěvným ptákem,

končí odchycení opeřenci v klecích jak pro okrasu, tak pro jejich využívání v pěveckých soutěžích. Čím více jich místní obyvatelé doma chovají, tím větší prestiž získávají. Pěvci se tak stali předmětem velmi výnosného obchodu, což má za následek jejich nekontrolovaný úbytek. Pokud nedojde k zásahu ihned, některé ptačí druhy zcela vyhynou.

Podle nedávného výzkumu organizace TRAFFIC, která je jedním z partnerů kampaně, bylo během jednoho dne jen na trzích v hlavním městě Indonésie Jakarta spočítáno celkem 19.036 ptačích jedinců v 206 různých druzích. Z 90 % se jedná o místní a chráněné druhy. Stále populárnější se ale stává také tzv. online obchod. V každé z deseti provincií indonéskeho ostrova Sumatra existuje minimálně jedna skupina na Facebooku, která se zabývá online prodejem těchto pěvců. Většina z nich je uzavřená a sdružuje více než 5.000 členů.

Pouze v ptačím průmyslu se ročně otočí více než dvě miliardy Kč. Kultura chování ptáků se tak postupem času proměnila ve sport a masivní průmysl, který živí nejenom lovce a prodejce, ale i všechny výrobce a dodavatele klecí, krmiva a doplňků.

„Současná krize dosáhla bodu zvratu. Pokud nezasáhneme teď, je téměř jisté, že hlasy mnoha druhů pěvců v lesích jihovýchodní Asie zcela utichnou,“ dodává Kanitha Krishnasamy, ředitelka TRAFFIC, největší světové neziskové organizace zaměřující se na obchod se zvířaty.

Kampaň si prostřednictvím vybraných ochranářských projektů v Indonésii klade za cíl zvyšovat povědomí o současné krizi a zefektivnit vymáhání práva v dané oblasti. Velká část lovu v Indonésii (ale i jinde ve světě) probíhá na bázi ilegality a aplikace právní ochrany je obecně slabá. Přesto některé příklady úspěšného vynucení a zavedení zákonů do praxe ukazují, že lovecký vliv může být skvěle redukován tam, kde je dostatečná politická vůle. *„Musíme vytvořit udržitelný a funkční model, který bude respektovat místní kulturu a tradici chovu ptactva, ale zároveň bude dodržovat zákony o nelegálním obchodu se zvířaty,“* přibližuje cíle kampaně její předseda, Tomáš Ouhel. *„Pokud se nám podaří přesvědčit místní komunity a obchodníky, že je pro ně výhodnější a bezpečnější pracovat s chovateli vzácných ptáků a ochránci přírody, existuje reálná šance jejich záchrany,“* dodává. Kampaň Silent Forest by tak mohla postupně vést k posunu v mentalitě místních obyvatel, aby dokázali respektovat a ocenit ptáky v jejich přirozeném prostředí a nedrželi v klecích druhy, které jsou součástí nelegálního obchodu.

Cílem kampaně je také shromáždit od evropských zoologických zahrad a jejich návštěvníků finanční částku ve výši 15 milionů Kč, které poputují na šest konkrétních ochranářských projektů. Mezi ně patří například výstavba záchranných, rehabilitačních a chovatelských center na ostrově Jáva a Sumatra, ale také výzkumné projekty v terénu a vzdělávací aktivity v místních komunitách, bez kterých by ochrana indonéske biodiverzity nebyla efektivní.

„Je to velmi silná výzva a získané důvěry si velice vážíme. Zároveň je to pro nás obrovský závazek být na dva roky respektovaným evropským centrem světové ochrany přírody. Je to více než deset let, kdy jsme kromě ochrany ex situ (chov druhů v lidské péči) rozvinuli své aktivity i na poli terénní ochrany přírody. Jedny z našich prvních ochranářských kroků směřovaly právě na Sumatru, kde aktivně spolupracujeme s několika neziskovými organizacemi na záchraně vzácného tropického ostrova ležícího na západním pobřeží Sumatry. Ten je domovem i poslední populace kriticky ohroženého loskutáka niaského, který byl vědci považován za již vyhynulého. Záchrana tohoto ptačího druhu je i jednou z priorit kampaně Silent Forest,“ vysvětluje ředitel David Nejedlo.

S šířením myšlenek a zvyšováním povědomí o probíhající krizi zpěvných ptáků pomáhá i známý umělec a čerstvý držitel cen Anděla Thom Artway, který speciálně pro kampaň vytvořil svou novou píseň a hudební videoklip *High above the trees*, ve kterých k zapojení do kampaně aktivně nabádá.

Do pomoci záchrany pěvců se ale může zapojit i široká veřejnost. V rámci kampaně také proběhne sbírka dalekohledů. Zájemci mohou svůj starý (ale stále funkční) dalekohled donést do zoo ve svém nejbližším okolí či zorganizovat sbírku ve škole, firmě či jiné instituci. Nashromážděné dalekohledy budou poskytnuty místním dětem v Asii a prostřednictvím výukových programů poslouží k rozvíjení jejich zájmu o životní prostředí a jeho ochranu. Dalekohledy budou distribuovány do ekologických center po celé Indonésii ve spolupráci s českou neziskovou organizací Green-books.org. Ta již několik let vzdělává místní děti v oblasti ekologie a pomáhá zvyšovat jejich povědomí o přírodě a nabádá je k udržitelnému rozvoji.

Novinky, aktuality a tematické zajímavosti budou pravidelně zveřejňovány na webových stránkách kampaně (www.silentforest.eu) a sociálních sítích Facebook a Twitter. Zájemci si také mohou prostřednictvím speciálního QR kódu uvedeného na tištěných informačních materiálech a webových stránkách stáhnout do svého mobilního telefonu kampaňovou kartu, která bude držitele o průběhu kampaně pravidelně informovat.

V rámci finanční podpory kampaně kancelář v liberecké zoologické zahradě připravuje také celoevropskou nabídku prodejních suvenýrů. Finanční výtěžek z jejich prodeje poputuje na podporu jednotlivých ochrannářských projektů kampaně. Výrobou těchto propagačních předmětů byli pověřeni mimo jiné i tradiční čeští výrobci z Libereckého kraje Preciosa a Detoa.

Na přípravách kampaně Silent Forest čeští koordinátoři ve spolupráci s mezinárodními odborníky intenzivně pracují více než rok. Na finančních nákladech se v České republice podílí Ministerstvo životního prostředí, Unie českých a slovenských zoologických zahrad, Liberecký kraj, město Liberec a zoologické zahrady v Ostravě, Olomouci a Liberci.

„Libereckou zoologickou zahradu dlouhodobě jako kraj podporujeme, a to i když nejsme jejím zřizovatelem. ZOO je totiž častým turistickým cílem návštěvníků i obyvatelů regionu. Od roku 2012 jsme na její rozvoj přispěli bezmála 7 milionů korun,“ říká hejtman Libereckého kraje Martin Půta.

Zdroj: tisková zpráva ZOO Liberec, Barbara Tesařová