



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Místní komunikační plán Litvínov, 2020 - 2022

Lubomír Lupták, Charlota Dědková

červen, 2020



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



Agentura
pro sociální začleňování

Tento materiál vznikl za finanční podpory Evropského sociálního fondu prostřednictvím Operačního programu Zaměstnanost v rámci projektu „Systémové zajištění sociálního začleňování“, registrační číslo projektu: CZ.03.2.63/0.0/0.0/15_030/0000605

Obsah:

Úvodní slovo	3
Sociální začleňování v Litvínově – strategické dokumenty	4
Popis výchozího stavu.....	4
Analýza mediálních výstupů.....	4
Petice SBDK Krušnohor k předsedovi vlády	4
Návštěvy politiků na „sídlišti hrůzy“	5
Romská petice	6
Setkání extremistů – 10. výročí velkých demonstrací	6
Restart Janova	7
Komunikační kanály v Litvínově	7
Webové stránky města	7
Čtrnáctideník RADNICE.....	8
Sociální sítě	9
Litvínov – oficiální stránka města.....	9
Litvínov – veřejné neformální skupiny.....	9
Zpravodaj Krušnohor	10
Vize pro oblast komunikace (2020 - 2022).....	10
Navrhovaný obsah komunikace.....	11
Oblast bydlení – obchod s chudobou	11
Oblast bezpečnosti a prevence kriminality	12
Příklady vhodného obsahu.....	12
Cílové skupiny a jejich komunikační kanály	12
Navrhovaný harmonogram	14
Přílohy	15
Krizová komunikace.....	15
Následná-okamžitá strategie	15
Dlouhodobá-preventivní strategie	17

Úvodní slovo

Od roku 2008 plní Odbor pro sociální začleňování (Agentura) roli expertního aktéra, který je partnerem nejen samospráv, ale i resortů, neziskových organizací, odborné veřejnosti či obyvatel sociálně vyloučených lokalit (SVL). Na místní úrovni pracuje Agentura s více než stovkou obcí, na jejichž území se nachází přes 230 SVL. Podle výsledků mapování z roku 2015 žije v obcích spolupracujících s Agenturou zhruba polovina obyvatel SVL.

Práce Agentury je financována z 90 % dvěma systémovými evropskými projekty, jejichž cílem je nastavení systémových změn na místní úrovni. Agentura pracuje formou komplexního, koordinovaného a dlouhodobého přístupu: v obcích pomáhá z místních aktérů ustavit tzv. lokální partnerství, která vytvoří Strategický plán sociálního začleňování (SPSZ) a Místní plán inkluze v oblasti vzdělávání (MPI). V každé obci by měl také v rámci systémového projektu OPZ, vzniknout tzv. Místní komunikační plán, který je výstupem společné práce odborných pracovníků Agentury a členů Lokálního partnerství.

Předkládaný komunikační plán města Litvínov představuje souhrn aktivit, které mají podpořit proces sociálního začleňování či zlepšit informovanost o jeho přínosech. Výchozím dokumentem je zde zejména Tematický akční plán města Litvínov pro období 2019 – 2022, který rámuje problematiku sociálního začleňování a detailně vymezuje cíle Lokálního partnerství Litvínova pro sledované období. Správně nastavená komunikace je pak důležitým předpokladem pro úspěšné pokračování realizovaných opatření a zajištění pozitivního dopadu do života v obci.

Komunikační plán města Litvínov přibližuje současný stav v oblasti komunikace, vymezuje užívané nástroje i předpokládané cílové skupiny. Zásadní částí dokumentu je soubor plánovaných mediálních výstupů pro roky 2020 - 2022, na jejichž vzniku budou členové lokálního partnerství spolupracovat se zástupci Agentury.

David Beňák

ředitel Odboru pro sociální začleňování (Agentury)

Sociální začleňování v Litvínově – strategické dokumenty

Předkládaný dokument navazuje na materiál Strategický plán sociálního začleňování Litvínov 2018-2021, schválený zastupitelstvem města Litvínova 28. 6. 2019, a zejména na následný [Tematický akční plán pro Janov 2019 – 2022](#).

Popis výchozího stavu

Analýza mediálních výstupů

Město Litvínov je v souvislosti se sociálním vyloučením mediálně skloňováno velmi často. Sídliště Janov, které se na území města nachází, je spolu s mosteckým Chanovem pravděpodobně nejproslulejší sociálně vyloučenou lokalitou v Česku. Nejsilnější mediální odezvu v posledních pět letech měly právě problémy vyplývající z hluboko zakořeněného problému se sociálním vyloučením v Janově, a to jak v regionálních, tak i celostátních médiích. Následující kapitola bude proto zaměřena právě na mediálním pokrytí dění na sídlišti Janov, které se ukazuje jako klíčové i pro další mediální komunikaci města týkající se sociálního začleňování. **Budou identifikována klíčová témata posledních pěti let, jejichž analýza umožní nastavení další komunikační strategie.**

Petice SBDK Krušnohor k předsedovi vlády

V březnu roku 2015 předal tehdejší předseda vlády, Bohuslav Sobotka, situaci na sídlišti Janov k řešení ministrovi pro lidská práva a ministryni práce a sociálních věcí. Stalo se tak na základě petice SVJ Krušnohor, kterou podepsalo přes 1600 lidí. Petenti si stěžovali na údajně nemožné soužití se sociálně slabými, především Romy. Informace poskytovala zejména regionální média, která poskytovala prostor iniciátorům petice. Tehdejší ředitel SBDK Krušnohor, František Ryba, pro Homér vysvětlil důvody pro sepsání petice takto:

„Od roku 2008, kdy byly v Janově první velké nepokoje, se do Janova sjíždí politici a říkají, že budou problém řešit. Neděje se nic. Já sám jsem v Janově jednadvacet let žil, mám k sídlišti vztah, mám tam hodně přátel, a to i mezi cikány starousedlíky. Chtěl jsem Janov zachránit.“ - 27.3.2015, Homér

Premiér reagoval ve své odpovědi příslibem zpracování strategie boje proti sociálnímu vyloučení. Podle Ryby tato odpověď ovšem znamená, že si stát se sociálně slabými a nepřizpůsobivými neví rady. *„Z premiérový odpovědi je patrné, že vůbec nechápe, o co jde a jak dramatická situace v Janově je. Bohuslav Sobotka zase hovoří o sociálních a dalších*

programech, o strategiích a vizích vyplývajících z těchto strategií. Ze zkušenosti ale víme, že programy a strategie na nepříznupůsobivé neplatí, nezapojí se do nich, kašlou na ně. Budou dále devastovat byt a domy, páchat trestnou činnost,“ řekl Ryba dále pro Litoměřický Deník rovněž v březnu 2015.

Petice svým obsahem navázala na někdejší „Mosteckou výzvu“, podporovanou Svazem českých a moravských bytových družstev. Podepsáni jsou „Slušní občané sídliště Janov v Litvínově“.

Styl informování o petici SBDK Krušnohor měl vesměs buď zpravodajský charakter, nebo byla zvolena forma rozhovoru s iniciátory. Lze ovšem konstatovat, že v regionálních médiích převažovaly informace od iniciátorů, včetně jimi zvoleného narativu.

Návštěvy politiků na „sídliště hrůzy“

V dubnu roku 2015 se na sídliště Janov vydal tehdejší ministr pro lidská práva Jiří Dienstbier, aby osobně zmapoval situaci a promluvil s místními. Jeho návštěva pronikla i do celostátních médií – informovaly o ní například servery ČT24 a IDNES.cz, zpráva se objevila také v tištěných mutacích některých deníků.

Dienstbier dle výše uvedených médií v debatách s občany zopakoval různá opatření, která už stát udělal nebo chystá v dohledné době. Zmínil navýšení počtu úředníků na úradech práce a slíbil peníze na projekty měst, která mají se sociálně vyloučenými lokalitami problémy.

Ministrova návštěva ovšem podle citací obyvatel Litvínova a některých představitelů města a Ústeckého kraje neměla kýžený efekt a zúčastněné spíše zklamala. „*Vláda si jen udělala čárku za splněnou povinnost,*“ komentoval ji jeden z místních obyvatel pro regionální mutaci IDNES.cz. Výjimkou ovšem byla tehdejší starostka města, Kamila Bláhová (ANO), která si ministerskou vizitu pochvalovala. „*Konkrétní projekty už chystáme a budeme se na ně snažit získat co nejvíce peněz,*“ uvedla Bláhová pro deník Právo.

Na mediální pokrytí výjezdu ministra Dienstbiera je zajímavé nahlédnout také pohledem titulků článků, které o události informovaly. U výše zmiňovaných médií byly titulky následovné:

- **Dienstbier jel do problémového Janova. Vláda si udělala čárku, slyšel** (20. 4. 2015, [usti.IDNES.cz](#))
- **Dienstbier sklízí kritiku od obyvatel "sídliště hrůzy" v Janově** (20. 4. 2015, [CT24.cz](#))
- **Je to hrůza, stěžovali si v Janově** (21. 4. 2015, [Právo](#))

Můžeme říci, že také v tomto případě se mediální interpretace výjezdu zaměřovala spíše na kritiku místních směrem k situaci, což se odráží také v titulcích. Pozitivní obraz zde až na

drobné zmínky chybí – celkový dojem tedy posiluje bezútěšnost situace v Janově, a to i pro čtenáře z jiných regionů, než je Litvínovsko.

Z analýzy mediálních výstupů celého pětiletého období vyplývá, že **Janov se stal oblíbenou destinací mnoha dalších politických představitelů. Jen v roce 2019 se na místní přijeli podívat premiér Babiš, zmocněnkyně pro lidská práva Helena Válková, ministryně pro místní rozvoj Klára Dostálová a další. Ve všech případech byl scénář mediálního pokrytí těchto návštěv velice podobný.**

Romská petice

Na litvínovském sídlišti Janov sepsali místní Romové petici, kterou podepsalo několik desítek osob. Obvinili v ní bytové družstvo Krušnohor ze špatného přístupu a devastace domů. O petici informovala lokální i celostátní média, přičemž prostor byl věnován oběma stranám sporu.

Reakce Františka Ryby na petici měla poměrně očekávatelný tón. Iniciátora petice obvinil z toho, že dluží družstvu milionové částky: *„Do oprav domů bylo investováno za posledních deset let 239,61 mil. korun, z toho v rámci IPRM to bylo 130,782 mil. korun. Do obnovy veřejných prostranství investovalo město Litvínov navíc 66,142 mil. korun. Tyto prostředky se investovaly i do domů, kde žijí cikáni, kteří podepsali Vaší stížnost. Je však potřeba podotknout, že tito cikáni dluží za bydlení 3,128 milionu korun a za byty, v nichž někteří bydlí v podnájmech, je dluh 1,31 milionu korun. Je mi na zvracení, když musím odpovídat lidem patřícím mezi ty, kteří vymysleli pojem vybydlený byt.“* (Parlamentní listy, 6. 12. 2016)

Mladá fronta Dnes citovala petenty z Janova takto: *„Vůbec nic pro nás neudělají. Pořád jen opakují, co tady žije za lidi. Já ale nemůžu za to, že tu jsou rodiny nepřizpůsobivých, které nám kazí reputaci. Tak ať je nějak potrestají. Já nechci být v neúnosných podmínkách,“* podotýká Čonka s tím, že na společných chodbách se například nikdy neuklízelo, ačkoli si za to obyvatelé platí, a že se tam už celou řadu let nemalovalo. *„Nedávno jsem družstvo kontaktovala s tím, že na chodbě nesvítí světlo. Víte, co mi řekli? Abych si koupila baterku,“* říká další z obyvatel domu v Albrechtické ulici.“ (MfD, 15. 12. 2016)

Setkání extremistů – 10. výročí velkých demonstrací

Velké extremistické demonstrace, které ve městě probíhaly v roce 2008, byly médií připomínány i deset let poté. V Litvínově proběhla další demonstrace pod taktovkou Dělnické strany sociální spravedlnosti, o které informovala jak regionální, tak celostátní média.

„Deset let od velké demonstrace v Litvínově, která vešla ve známost jako Bitva o Janov, se pravicoví extremisté znovu vrátí do Litvínova. Stane se tak na výročí 17. listopadu v odpoledních hodinách na litvínovském náměstí Míru. „Právě dlouhých deset let letos uplyne

od památného shromáždění 17. listopadu v Litvínově, kdy vygradovala nespokojenost litvínovských občanů s chováním nepřízřusobivých na místním sídlišti Janov,“ uvádí ke shromáždění *Dělnická strana sociální spravedlnosti*. „Akce byla řádně nahlášena, město nemá pravomoc ji zakázat,“ uvedl tajemník litvínovské radnice Valdemar Havela.“ (E-mostECKO.cz, 9. 11. 2018)

Lze tedy konstatovat, že litvínovská společnost je v souvislosti s Janovem dlouhodobě silně negativně stimulována a je velmi důležité dbát na přípravu strategie krizové komunikace (viz příloha místního komunikačního plánu).

Restart Janova

Vedení Litvínova plánuje „restartovat“ sídliště v Janově. Namísto vybydlených panelových domů hodlá vytvořit prostor pro veřejný park. Demolice již započaly a neunikly samozřejmě ani pozornosti novinářů.

„Vypadá to tak trochu jako po apokalypse nebo v nějakém katastrofickém filmu. Pracovní party připravují panelák v Gluckově ulici v litvínovském sídlišti Janov na demolici, která ho čeká co nevidět. Nyní už je vyklizený nepořádek, který se v domě nacházel. Podle některých měla být například ve výtahové šachtě jednoho ze vchodů až šestimetrová vrstva doslova všeho. „Byl to horor,“ řekl vedoucí party dělníků, kteří nakládali do přistaveného kontejneru vybouraná kuchyňská jádra a další věci. Podle jeho slov už je vše z bytů a někdejších společných prostor venku. Zbývá ještě vybourat a vynosit ven okna, aby pro demolici zůstala podle předpisu holá stavba.“ (Mostecký Deník, 6. 6. 2020)

Jak je možné vidět v ilustrační ukázce, i pokusy Litvínova o revitalizaci Janova jsou negativně rámovány. Novináři se soustředí zejména na zdůrazňování nepořádku na místě, který je navíc často hlavním sdělením textů.

Komunikační kanály v Litvínově

Webové stránky města

Hlavním komunikačním kanálem města jsou webové stránky www.mulitvinov.cz, jejichž prostřednictvím město informuje své občany o dění ve městě a činnosti samosprávy. Sociální začleňování nemá na webu vlastní záložku, v rámci běžného uživatelského vyhledávání není možné na stránkách nalézt zmínku o partnerství s Agenturou pro sociální začleňování. Tiskovou zprávu o spolupráci s Agenturou a strategické dokumenty, které v rámci partnerství vznikly, lze dohledat pomocí vyhledávače na stránce – pokud ovšem čtenář nehledá tyto informace cíleně, na stránkách na ně narazí jen velmi těžko. Součástí webu je také archiv

tiskových zpráv, jejichž prostřednictvím město některé aktivity sociálního začleňování komunikuje. Příkladem může být [veletrh sociálních služeb v Janově](#).

Čtrnáctideník RADNICE

Město vydává tištěné periodikum s názvem RADNICE, které pokrývá území Litvínova, Horního Jiřetína, Meziboří a přilehlé okolí. Vychází dvakrát v měsíci v nákladu 6 300 kusů (v červenci a srpnu jedenkrát) a je k dostání jak v tištěné podobě, tak elektronicky na webových stránkách města. O sociálním začleňování jeho prostřednictvím město informuje, reflektovalo v určité míře zahájení spolupráce s Agenturou, její průběh i realizaci podpořených projektů.

Pokud je v městském zpravodaji sociální vyloučení, ilustrované zejména situací v Janově, vykreslováno, hovoří se o něm jako selhání o státu navzdory snahám města situaci řešit. „Vedení města pro Janov dělá, co je v jeho silách. Dlouhodobě také usilujeme o to, aby se situací nejen v Janově také zabývala příslušná ministerstva a zákonodárci. Potřebujeme aktivní politiku zaměstnanosti, je nutné nepřehlížet podněty od majitelů či správců domů, sociální dávky by měly být poskytovány ve vazbě na práci odvedenou pro společnost. V tomto směru jsme byli velmi spokojeni s propracovanou a administrativně málo náročnou veřejnou službou, která bohužel byla zrušena. Denně bylo v ulicích města kolem 80 lidí, kteří měsíčně odvedli 20 hodin práce pro město. V současné době tito lidé nemají žádné povinnosti a to je škoda,“ uvedla například tehdejší místostarostka Erika Sedláčková v pátém vydání RADNICE v roce 2015.

Město se snaží na stránkách zpravodaje informovat také o probíhajících projektech uskutečněných v rámci koordinovaného přístupu k sociálně vyloučeným lokalitám. Příkladem toho, jak město projekty komunikuje, může být úvodní část zprávy publikované v RADNICI v prvním vydání z roku 2017:

Projekty v sociálně vyloučené lokalitě

Registrační číslo projektu: CZ.03.2.60/0.0/0.0/15_042/0002788.

Město Litvínov realizuje od srpna 2016 projekt s názvem Aktivním přístupem ke zlepšení v SVL města Litvínova. Projekt je financován z fondů EU, konkrétně z Evropského sociálního fondu prostřednictvím Operačního programu Zaměstnanost, a dále z veřejných zdrojů. Celkové náklady projektu jsou 14 316 792,00 Kč, z toho příspěvek Evropské unie je 12 169 273,20 Kč, příspěvek ze státního rozpočtu činí 1 431 679,20 Kč, město Litvínov přispěje ze svého rozpočtu částkou 715 839,60 Kč. Projekt je zaměřen na aktivní přístup k sociálnímu začleňování obyvatel žijících převážně ve vyloučených lokalitách města Litvínova. Realizace je plánována na dobu 36 měsíců.(...)

Sociální sítě

Město aktivně využívá zejména sociální síť Facebook, kde v současné době spravuje několik stránek a na kterém se v neformálních skupinách sdružují obyvatelé města. Další sociální sítě (Twitter, Instagram atd.) ke komunikaci nejsou využívány.

Litvínov – oficiální stránka města

Město provozuje [vlastní facebookovou stránku](#), jejímž prostřednictvím sdílí informace z úřední desky, tiskové zprávy ze zasedání Rady města, inzerují volné pracovní pozice apod. Stránka má v současnosti 1 930 fanoušků a sleduje ji dalších 2 016 uživatelů (údaje platné k 23. 3. 2020). Příspěvky jsou většinou koncipované formou odkazu na příslušnou stránku městského webu a v některých případech jsou dokonce zcela bez komentáře. Na stránce se objevují oficiální vyjádření ke spolupráci s Agenturou, která kopírují informace na webu města. Litvínov se snaží reagovat na komentáře občanů, které se objevují pod jednotlivými příspěvky, je ovšem patrné, že nezvládá reagovat na všechny promptně, nebo to nemá správce ani v úmyslu.

Samostatnou facebookovou stránku má také městské informační centrum nebo městská knihovna. Pro účely komunikace o sociálním začleňování však tyto skupiny nejsou příliš relevantní.

Litvínov – veřejné neformální skupiny

Neformální facebookové skupiny jsou velmi často nástrojem, který může odstartovat mezietské napětí. Pokud se stane nějaký konflikt nebo událost, lidé ji často z vlastního neověřeného pohledu mají tendenci na takových platformách sdílet a odtud se pak šíří dál. Je proto vhodné ji z pozice města monitorovat a na případné dezinformace včas reagovat přímo ve skupině, případně pak oficiálním prohlášením. Stejně tak je monitorování dění ve skupinách dobré pro případné zachycení potřeb různých skupin obyvatel ve městě.

Na Facebooku existuje takových neformálních skupin, které sdružují občany Litvínova a okolí, hned několik. Jedná se například o následující:

- [Litvínov](#) – 8 472 členů

Popis: Aktuální dění v Litvínově, krásné fotky, pozvánky na akce, vše co vás napadne. Příspěvky dle pravidel skupiny.

- [LITVÍNŮV](#) – 2 642 členů

Popis: Svobodná skupina o dění v Litvínově a okolí. Dbejte prosím na to, aby informace byly přínosné spíše pro ostatní než pro Vás samotné. Tzn. nespamujte reklamou.

Na sociálních sítích je možné dohledat také další skupiny, kde se sdružují obyvatelé Litvínova. Často se jedná o tematicky zaměřené skupiny (hokejoví fanoušci, podporovatelé lokálních politických stran a hnutí, spolky).

[Zpravodaj Krušnohor](#)

Ačkoliv se nejedná o komunikaci spravovanou městem, je třeba zmínit důležitý komunikační kanál, který ovlivňuje veřejné mínění Litvínovanů. Specifická pozice [SBD Krušnohor](#), kterou naznačuje i analytická část tohoto místního komunikačního plánu, se totiž projevuje také jeho určitou komunikační autonomií. Krušnohor vydává své vlastní tištěné periodikum, které poté distribuuje do poštovních schránek obyvatelům města. Jeho obsah se vyznačuje často rasistickými a nenávisnými zkazkami namířenými proti obyvatelům sociálně vyloučených lokalit a proti opatřením realizovaným v rámci sociálního začleňování.

Vize pro oblast komunikace (2020 - 2022)

Město Litvínov již realizuje několik let důležitá opatření, která slouží k boji se sociálním vyloučením na jeho území. Komunikace těchto opatření ovšem není výrazně podpořena na oficiálních komunikačních platformách města – webové stránky, RADNICE a Facebook – a to pravděpodobně z důvodu třaskavosti a zjevné nepopularity těchto témat u většinové populace ve městě. Občané Litvínova jsou tak přímo informováni o realizovaných opatřeních jen v omezené míře a často striktně projektovým, běžnému čtenáři nesrozumitelným jazykem.

Neznamená to ovšem, že by Litvínov a jeho sociálně vyloučené lokality zůstávaly bez mediální pozornosti zcela. Naopak právě situace v sociálně vyloučených lokalitách, zejména v Janově, se dostává do širšího povědomí občanů z celé republiky i prostřednictvím celostátních médií. Problém je ovšem způsob, jakým si média zvykla o sociálně vyloučených lokalitách v Litvínově informovat – „sídliště hrůzy“, „problémový Janov“, „ghetto“. Tato slovní spojení jsou dnes již téměř automatická pro většinu novinářů a bloggerů. Litvínov má tím pádem velmi ztíženou pozici při další komunikaci opatření sociálního začleňování,

Ideálním výsledkem aplikace komunikačního plánu je **příspěvek k posunu od striktně negativního vnímání lidí žijících v sociálním vyloučení, dostat relevantní a srozumitelné informace o probíhajících opatřeních k veřejnosti atraktivním a srozumitelným způsobem** a přesvědčit ji tak o jejich smysluplnosti. Město Litvínov by mělo být vnímáno jako

vysoce zodpovědný aktér, který se staví k problémům proaktivně, apeluje na systémová řešení, ale zároveň nesvaluje vinu na druhé.

Pokud město komunikuje se svými občany otevřeně, komplexně a pravdivě i o tak ožehavých tématech, jako je sociální začleňování, předchází tím prohlubování napětí ve městě a zároveň buduje důvěru občanů ve vlastní samosprávu.

Navrhovaný obsah komunikace

Připravované komunikační aktivity budou obsahově věnovány prioritám Tematického akčního plánu města Litvínov pro období 2019–2022, které zahrnují zejména oblasti bydlení a bezpečnosti, respektive prevence kriminality. Nastavené aktivity mají za cíl podpořit sociální začleňování, přiblížit spolupráci města s Agenturou pro sociální začleňování a napomoci se šířením výstupů tematického akčního plánu k relevantním cílovým skupinám. Důležitou součástí komunikačního plánu je i snaha zasazovat lokální události do širšího kontextu a informovat o obecnějších trendech, které ale mají výrazný dopad na dění v konkrétní obci.

Ve zbytku kapitoly budou představeny jednotlivé okruhy a přiblížen obsah připravovaných zpráv. Vedle témat tematického akčního plánu budou pravidelně zveřejňovány informace o spolupráci Litvínova s Agenturou pro sociální začleňování a její nejdůležitější milníky v daném období.

Oblast bydlení – obchod s chudobou

Jedním z nejskloňovanějších témat propojeným s Janovem je tzv. obchodu s chudobou. Fenomén blíže popisuje i analytická část Tematického akčního plánu pro Janov (2019-2022): *„K prohlubování problému sociálního vyloučení přispívá nebývalý rozmach obchodu s chudobou v lokalitě, který provází sídliště dlouhodobě. Ekonomické motivace aktérů podílejících se na privatizaci janovského bytového fondu patřily mezi klíčové faktory transformace Janova na sociálně vyloučenou lokalitu. Sestěhovávání a zvyšování koncentrace sociálně slabých obyvatel na sídlišti provázel neodpovědný přístup některých vlastníků a správců k péči o byty a bytové domy a snaha o maximalizaci zisku za minimálních nákladů. S tím souvisí fakt, že obyvatelé sídliště jsou často nuceni hradit neúměrně vysoké částky za mimořádně nízkou kvalitu bydlení.“*

V médiích je ovšem často tento aspekt upozaděn vlivem negativních informací pramenících z občanského soužití na sídlišti a případně také výskytu sociálně-patologických jevů. Z dosavadních mediálních výstupů vyplývá **hluboká potřeba přerámovat celý problém, což se v kontextu Litvínova může podařit pouze takovému nositeli tématu, který má vysoký společenský kredit u většiny Litvínovanů**, případně je všeobecně uznávaným odborníkem.

Oblast bezpečnosti a prevence kriminality

Pocit bezpečí obyvatel Litvínova je potřeba dlouhodobě budovat pečlivou komunikační opatření, která jsou ve městě realizována. Obyvatelé města si musí být vědomi, že bezpečnostní situace je plně pod kontrolou města, a v případě incidentu bude situace pod kontrolou. Kromě častější přítomnosti příslušníků bezpečnostních složek v ulicích je záhodno komunikovat i preventivní opatření, například činnost asistentů prevence kriminality.

Příklady vhodného obsahu

- **Reportáž v některém z lokálních deníků o asistencích prevence kriminality, která bude doplněna obrazovým materiálem. Je možné ji koncipovat například jako „jeden den v životě asistenta“.** Členové lokálního partnerství předají kontakty na konkrétní asistenty vytipovaným médiím a připraví pro ně téma na místě tak, aby s tím měl novinář co nejméně práce. Je dobré vytipovat takové asistenty, kteří se dobře vyjadřují.
- **Seriál na sociální síti, který přiblíží dobrou praxi skrze osobní příběh - například tréninková pracovní místa.** Mělo by se jednat o několik klientů, jejichž příběhy budou pravidelně zveřejňovány na profilech města. Na základě jejich pozitivní životní změny by bylo možné ilustrovat smysluplnost opatření, a to nejen pro ně, ale také pro celou společnost.
- **Rozhovor v regionálních médiích s lokální autoritou na téma obchod s chudobou a jeho dopady,** kde bude kladen důraz na negativní dopady přítomnosti obchodníků s chudobou na život ve městě a situaci lidí v Janově.

Cílové skupiny a jejich komunikační kanály

Tato kapitola identifikuje mediální kanály, jaké bude lokální partnerství používat, aby se mu úspěšně podařilo dostat informace ke všem skupinám obyvatel v lokalitě. Každé cílové skupině obyvatel je přiřazeno několik komunikačních kanálů, u kterých se dá předpokládat, že je daná skupina sleduje a má k nim přístup.

Každá informace, kterou se město snaží rozšířit mezi obyvatele, by se měla objevit na všech kanálech. Následující tabulka vychází z uvědomění, že ke komunikaci neslouží jen tradiční a sociální média. Jsou použity vývěsní tabule, webové stránky i tištěná média. V komunikačně hůře dostupných lokalitách se pak počítá s využitím konkrétních pracovníků.

Cílová skupina	Mediální kanál
Obyvatelé města	Zpravodaj RADNICE
	Místní tištěná periodika (mutace Deníku apod.)
	Web města a členů LP
	Facebookové stránky města, neformální FB skupina Litvínov a LITVÍNOV (viz výše)
	Veřejná setkání a osobní kontakty
	Výlep na frekventovaných místech města
Obyvatelé sociálně vyloučených lokalit	Zpravodaj RADNICE
	Místní tištěná periodika (mutace Deníku apod.)
	Web města a členů LP
	Facebookové stránky města, neformální FB skupina Litvínov a LITVÍNOV (viz výše)
	Osobní kontakty a veřejná setkání
	Sociální pracovníci obcí a NNO
	Výlep na frekventovaných místech města
Členové lokálního partnerství	Zpravodaj RADNICE
	Místní tištěná periodika (mutace Deníku apod.)
	Web města a členů LP
	Facebookové stránky města, neformální FB skupina Litvínov a LITVÍNOV (viz výše)
	Veřejná setkání
	Osobní kontakty
	Emailová komunikace

	Setkání lokálního partnerství a pracovních skupin
Odborná veřejnost	Místní tištěná periodika
	Celostátní tištěná periodika
	Veřejná setkání
	Osobní kontakty
	Emailová komunikace
	Setkání lokálního partnerství a pracovních skupin
	Web ASZ
Politická reprezentace obcí, kraje atp.	Místní tištěná periodika
	Lokální televize
	Veřejná setkání
	Osobní kontakty
	Web ASZ
	Setkání lokálního partnerství

Navrhovaný harmonogram

Harmonogram	Komunikační aktivity	Cílové skupiny	Klíčové sdělení
1x za ½ rok	Tisková zpráva	Všechny	Realizace projektů a opatření na podporu sociálního začleňování a jejich přínos pro lokalitu/obec
1 x za ½ rok	Článek(y) v regionálních médiích na vybrané téma	Všechny	Informace k vybranému tématu sociálního začleňování (např. asistenti prevence kriminality, viz výše)

1 x za ½ rok	Informace vybraných webových stránkách	na	Všechny	Informace k vybranému tématu sociálního začleňování (např. obchod s chudobou, viz výše)
1x ročně	Veřejné setkání		Veřejnost	Prezentace příkladů dobré praxe
1x ročně	Několikadílný seriál na sociální síť		Všechny	Konkrétní lidské příběhy (např. tréninková pracovní místa, viz výše)
1x ročně	Pravidelný bod o sociálním začleňování na jednání zastupitelstva obce		Politické reprezentace angažovaná veřejnost	Aktuality z oblasti sociálního začleňování
1x ročně	Monitoring probíhajících projektů		Politické reprezentace angažovaná veřejnost	Průběh a vyhodnocení realizovaných projektů
1 x za ½ rok	Informace v místním deníku		Všechny	Vyhodnocená zpětná vazba veřejnosti v oblasti sociálního začleňování (např. SVJ)

Přílohy

Tato kapitola nabízí jednak některé ze služeb, které může Agentura v rámci spolupráce městu a LP nabídnout, jednak stručný návod, jak efektivně řešit některé modelové krizové situace.

Krizová komunikace

Téma sociální začleňování a vzájemné soužití různých etnických i sociálních skupin bývá zdrojem napětí. I banální událost (např. Na dětském pískovišti nebo ve škole) může spustit řetězovou reakci a vyvolat na lokální úrovni vlnu nenávisti vůči určité skupině lidí, která pak má za následek další prohloubení problémů. Pokud k takové situaci dojde, je těžké ji zcela zastavit, existují ale dvě strategie, které ASZ používá, aby její dopady eliminovala: Následnou-okamžitou a Dlouhodobou-preventivní.

Následná-okamžitá strategie

V tomto případě již došlo k události, která má potenciál stát se roznětkou pro vlnu nenávisti. ASZ na tuto událost reaguje a snaží se zmírnit její potenciál. Ve většině případů je efektivní co nejdříve uvést věc na pravou míru, avšak praxe ukazuje, že ne vždy je k dispozici dostatek informací. Například ve chvíli, kdy dojde k potyčce mezi několika lidmi a vyšetřování nebylo

uzavřeno, nemůže se ASZ postavit na žádnou stranu konfliktu - jednoduše proto, že nemůže poskytovat neověřené informace. Některým občanům naopak zdrženlivost chybí a šíří ukvapené závěry a spekulace. ASZ tak musí hledat způsob, jak se v takovéto situaci postavit za spravedlnost a přitom se nedopustit chyb, které by poškodily její důvěryhodnost v budoucnosti.

Tím správným krokem, který musíme podniknout, je podpořit důvěru obyvatel v instituce. Především v okolí lokality, ve které k incidentu došlo. Když obyvatelé vědí, že je situace pod kontrolou, mají menší tendenci uchylovat se k emotivním reakcím a činům. Jednoduše je potřeba sdělit: „Policie to řeší (A vyřeší!), takže nemá smysl planě spekulovat – v něčem takovém se přece nechceme splést. Navíc platí, že když to teď vyřešíme správně, tak už se znovu nic podobného nestane.“ Klíčová je však vždy komunikace. Ticho ze strany odpovědných institucí nebo vedení obce totiž naopak spekulace podporuje.

Jak by tedy měl takový postup konkrétně vypadat:

Spoléháme na členy Lokálního Partnerství, že se včas o potencionálně krizové události dozvědí a budou okamžitě (telefonicky) kontaktovat svého Lokálního konzultanta. Ten informaci (také okamžitě – telefonicky) probere s Vedoucím Regionálního Centra, pod které daná lokalita spadá.

Vedoucí RC musí rozhodnout, zda skutečně hrozí, že by událost mohla vyvolat vlnu nenávisti. Pokud ne, pak je lépe nereagovat a nepřitahovat k incidentu pozornost.

V případě, že je potřeba reagovat, pověří Vedoucí Lokálního Konzultanta, aby okamžitě kontaktoval pracovníka Oddělení komunikace a PR ASZ.

Obecné charakteristiky reakcí na míru:

Reakce #1 – Zpráva o incidentu

Reakce musí být rychlá – tzn. nejpozději do jednoho týdne od incidentu.

Nesmí být chybná nebo nepravdivá.

Bude se jednat o vyjádření přirozené autority v lokalitě, jehož cílem je uklidnit situaci (Podpořit důvěru v instituce a spravedlnost, upozornit na možnost omylu, připomenout, že správným postupem se zajistí snížení pravděpodobnosti opakování incidentu – např. dopadením skutečného pachatele.)

Pokud z nějakého důvodu není možné získat takové vyjádření od starosty obce, musí ASZ najít jinou lokální autoritu, která má důvěru obyvatel.

Je potřeba dbát na to, aby se vyjádření dostalo především na sociální síť – a v upravené podobě, jako tisková zpráva – do redakcí médií relevantních pro daný region. (V případě, že se z incidentu stane celostátní téma, chceme, aby se k novinářům, kteří budou o dané věci tvořit další články, naše vyjádření dostalo – a starosta je bude vždy zajímat.)

Reakce #2 – Zpráva o dosavadních úspěších sociálního začleňování

Zvýšený zájem o témata spojená se sociálním začleňováním využijeme. LK a pracovníci PR společně vytvoří krátký článek o pozitivěch sociálního začleňování v dané lokalitě a zajistí jeho publikaci v různých komunikačních kanálech - zejména na internetu.

Je možné, že například nějaká extremistická skupina zorganizuje v reakci na incident v lokalitě demonstraci. V takovém případě se snažíme k demonstraci nevyjadřovat a odvádět od ní pozornost pozitivním PR.

Dále je důležité kontaktovat Krajské ředitelství Policie České Republiky a ujistit se, že o akci ví a vyšle anti-konfliktní tým. Také je doporučeno navázat přímý kontakt se Styčným důstojníkem pro menšiny a Krajským Koordinátorem pro romské záležitosti.

Dlouhodobá-preventivní strategie

Abychom mohli čelit množství mýtů, které ve spojitosti se sociálním začleňováním v České společnosti kolují, musíme vést dlouhodobou informační kampaň. Kvalitní informování se dá přirovnat k očkování. A společnost dobře „proočkováná“ pravdivými informacemi je mnohem méně náchylná k epidemiím mýtů a lží. V době sociálních sítí toto platí dvojnásob.

K tomuto účelu slouží ASZ v Projektu Zaměstnanost takzvané Místní komunikační plány (MKP) a v Projektu Výzkum Vývoj Vzdělávání jsou to Komunikační Strategie (KS). Tyto dokumenty musejí vznikat za intenzivní účasti členů Lokálního Partnerství, kteří jsou nepostradatelní pro své znalosti lokality – jejích problémů, ale i příležitostí