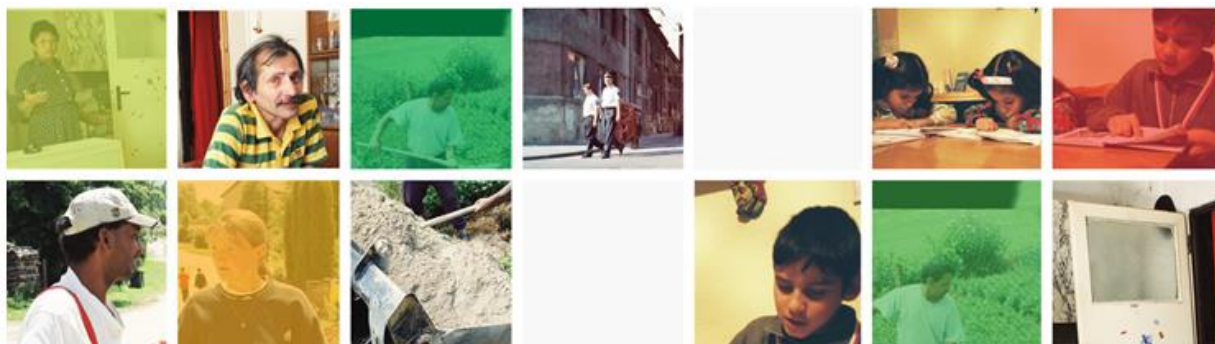




MÍSTNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN MĚSTA AŠ



Vypracovali:

Mgr. Lukáš Houdek

Bc. Martina Eisenhammerová, DiS.

Ve spolupráci s:

Mgr. Kamila Černá, radní města Aš

Mgr. Jakub Varvařovský, centrální expert na komunikaci a PR ASZ, varvarovsky.jakub@vlada.cz

PhDr. Pavla Radová, metodička ASZ



Úvodní slovo

Předkládaný dokument má za cíl ujasnit a nastavit způsoby informování široké veřejnosti o aktivitách *města Aše* v oblasti sociálního začleňování, potažmo sociální politiky, včetně stanovení nástrojů pro práci s veřejným míněním. Smyslem tohoto úsilí je dobře fungující obousměrná komunikace mezi městem a jeho občany, která posílí vzájemnou důvěru a povede k větší transparentnosti. Jde o jeden z důležitých a inovativních nástrojů pro řízení obce nejen v oblasti sociální politiky.

Město Aš od roku 2018 spolupracuje s Agenturou pro sociální začleňování na procesech, které eliminují příčiny sociálního vyloučení. Paralelně při vzniku tohoto komunikačního plánu vzniká také strategický plán sociálního začleňování, který stanoví základní cíle v této oblasti. Pro úspěch celého procesu je však nezbytné plánovaná opatření vhodně komunikovat s veřejností a předcházet tak vzniku a šíření nepřesných informací a ukázat obyvatelům Aše aktivitu při podpoře sociální soudržnosti ve městě. Správně nastavená komunikace je důležitým předpokladem pro úspěšné pokračování realizovaných opatření a zajištění pozitivního dopadu do života ve městě.

Tento komunikační plán přibližuje současný stav v oblasti komunikace, vymezuje užívané nástroje i předpokládané cílové skupiny. Zásadní částí dokumentu je soubor plánovaných mediálních výstupů, na jejichž vzniku budou členové lokálního partnerství spolupracovat se zástupci Agentury.

Lokální partnerství Aš



Obsah

Úvodní slovo	2
1) Popis výchozího stavu (Analytická část)	4
2) Čeho chceme dosáhnout v průběhu příštích dvou let pomocí komunikace	5
3) Obsah komunikace („O čem psát?“)	6
4) Cílové skupiny a jejich komunikační kanály	8
5) Harmonogram	9
6) Přílohy	14



1) Popis výchozího stavu (Analytická část)

Město Aš se díky své geografické pozici a novodobé historii potýká s řadou sociálních problémů, které často přímo souvisí s fenoménem sociálního vyloučení a následným výskytem sociálně vyloučených lokalit. Zástupci obce a dalších partnerských organizací se dlouhodobě pokouší společně plánovat postup ke zmírnění dopadů sociálního vyloučení a navyšovat dostupnost podpůrných nástrojů. V Aši díky tomu existuje dlouhá tradice plánování prevence kriminality, střednědobého komunitního plánování či pravidelného setkávání poskytovatelů sociálních služeb. Místní aktéři již úspěšně realizují soubor rozličných opatření, mezi které lze vedle aktivit sociálního odboru města řadit dluhové poradenství, nástroje prevence kriminality nebo protidrogové služby. Zásadní překážkou pro adekvátní pokrytí poptávky je v době vzniku tohoto dokumentu akutní nedostatek personálních kapacit, čímž je ovlivněno nejen samotné poskytování služeb, ale zprostředkovně i komunikaci s veřejností. Poslední zlom nastal v roce 2018, kdy byla ke spolupráci přizvána Agentura pro sociální začleňování s cílem podpořit probíhající procesy a navýšit dostupnost nástrojů pomoci pro obyvatele Aše v obtížné životní situaci.

Mediální komunikace sociálního začleňování není v Aši příliš rozšířena. Komerční i obecní komunikační kanály přináší informace o sociálním vyloučení pouze sporadicky, přestože je dle odhadů pracovníků městského úřadu až čtvrtina obyvatel obce ohrožena sociálním vyloučením. Nárůst počtu článků byl zaznamenán v roce 2018 v souvislosti s vyhlášením tzv. oblastí s vyšším výskytem sociálně nežádoucích jevů, za které byly v Aši označeny dvě budovy. Aš byla i celostátními periodiky využívána za příklad snahy měst o omezení spekulativního pronajímání bytů a „zdvihnout varovný prst k provozovatelům ubytoven“ (D. Blažek, starosta Aše, převzato ze str. 19 MF Dnes – Kraj Karlovarský 27.1.2018).

Při vytváření strategického plánu sociálního začleňování označili členové pracovních skupin nevhodnou úroveň komunikace za jednu z příčin zhoršené situace v oblasti prevence sociálně nežádoucích jevů a oblasti zadlužení. Strom problému bezpečnosti a prevence kriminality zahrnuje mezi příčinami nedostatečnou a nejednotnou interní komunikaci. Strom problému zadlužení zmiňuje naopak potřebu aktivnější komunikace navenek, a to zejména ve vztahu k propagaci služby odborného sociálního poradenství se zaměřením na dluhovou problematiku. Členové pracovní skupiny zde vidí potřebu rozšíření dosahu informací, přestože v médiích je právě dluhové poradenství nejčastěji zmiňovaným tématem spojeným se sociálním začleňováním (viz dále). Partneři v lokalitě vidí v obou tématech prostor pro zlepšení a potenciální téma k řešení, které je zapotřebí komplexně uchopit. Ve zbytku kapitoly budou představeny hlavní komunikační kanály s důrazem na téma sociálního začleňování.

Městský úřad spravuje vlastní internetové stránky (www.muas.cz), kde jsou pravidelně zveřejňovány aktuality z činnosti samosprávy či informace o plánovaných akcích pro veřejnost. Oblast sociálního začleňování nemá na stránkách obce svou zvláštní sekci, relevantní informace jsou rozptýleny zejména v sekcích „Prevence kriminality“, „Komunitní plánování“ a na adrese Odboru sociálních věcí a zdravotnictví. Návštěvníci stránek tak mají přístup ke strategickým dokumentům (např. minulé i aktuální komunitní plány, plány prevence kriminality, akční plány ad.), informace o sociálních službách v Aši nebo standardy sociálně-právní ochrany dětí. Stránky obce fungují i jako rozcestník, kde jsou uvedeny odkazy na oficiální facebookové stránky Aše (<https://www.facebook.com/mestoas>) a veřejnou diskuzní skupinu Město Aš lidem (<https://www.facebook.com/groups/221555944575216/>). Profil obce je využíván spíše poměrně sporadicky, uveřejněné příspěvky navíc často kopírují aktuality na webových stránkách [muas.cz](http://www.muas.cz). Sociálního vyloučení je řešeno velice zřídka, explicitní příspěvky na toto téma se prakticky nevyskytují. Kromě elektronických zdrojů je tiskem vydáván čtvrtletník *WWW.MUAS.CZinformuje*, který je Českou poštou distribuován do schránek v Aši.



Čtvrtletník obsahuje stručné závěry jednání rady i zastupitelstva města a dále aktuální informace z kultury nebo rozvoje obce. Radniční čtvrtletník je k dispozici i elektronicky na stránkách obce, na každé vydání je upozorněno v aktualitách.

Jediným tématem, o kterém obecní média pravidelně informují, je upozornění odborné sociální poradenství, které v prostorách městského úřadu provozuje KSK centrum o.p.s. Zájemci mohli najít informace o termínech, kdy jsou poradci přítomni v Aši, a kontakty na pracovníky. V roce 2018 byla tato zpráva zveřejněna dvakrát, podruhé společně s údaji o zadlužení převzatých z webu mapalexekuci.cz. V týdeníku informuje město také o službách Gopala o.p.s. Situace v oblasti sociálního vyloučení v Aši obecně bývá komunikací bagatelizována a zmírňována s odkazem na okolní města, kde je problémy údajně závažnější. Například u příležitosti zastavení vyplácení doplatek na vybrané adresy bylo uveřejněno, že se „[v] Aši [...] nevyskytují přímo sociálně vyloučené lokality, ale jen několik sociálně vyloučených objektů“¹. Mezi soukromá média, která nejčastěji informují o situaci v Aši, lze zmínit zejména Chebský deník a webové stránky ŽivéChebsko.cz. Obdobně jako u obecních sdělovacích prostředků jsou články o tématech sociálního začleňování velice vzácné. Určitou výjimkou jsou černé kroniky, které informují o problematice závislosti na alkoholu, tvrdých drogách i výherních automatech. Všechny zachycené zprávy o této problematice v roce 2018 se zaměřovaly pouze na represy, tj. kontroly v barech a na tržnicích nebo zásahy policie proti řidičům pod vlivem alkoholu. S výjimkou dluhového poradenství nedostaly preventivní služby či úspěchy v sociálním začleňování v roce 2018 žádný prostor.

Členové lokálního partnerství z řad neziskových organizací nejsou v mediální komunikaci příliš aktivní. Organizace působící na Ašsku patří k menším a nemají tak většinou zaměstnance, kteří by se specializovali na komunikaci s veřejností. Všechny organizace spravují svoje webové stránky a s výjimkou společnosti Kotec i profil na síti Facebook, kam přispívají zprávami o aktuální činnosti nebo odkazy na legislativní změny, informační kampaně atp. V posledních letech nebyl v monitoringu médií zaznamenán žádný článek o činnosti neziskových organizací přímo v Aši, relativně pravidelně jsou ale zveřejňovány o aktivitách ve větších obcích Karlovarského kraje. Většího mediálního zájmu se těšila organizace KARO, e.V. po uveřejnění reportáže o prostituci v časopise Die Zeit, na který navazovaly i česká celostátní média.

2) Čeho chceme dosáhnout v průběhu příštích dvou let pomocí komunikace (Popis ideální výsledné situace - Vize)

Město Aš realizuje řadu efektivních a osvědčených opatření reagujících na sociální vyloučení. Jak ukázala analýza situace, mnoho lidí o nich nemá povědomí. Cílem komunikační strategie v dalších dvou letech je proto to změnit, dostat relevantní a srozumitelné informace o probíhajících opatřeních k veřejnosti a přesvědčit ji o jejich smysluplnosti. Zároveň dostat potřebné informace o probíhajících opatřeních k potenciálním klientům a vzbudit v nich potřebnou důvěru.

Aby si lidé lépe představili, v čem jsou realizované kroky a nástroje výhodné pro všechny občany města, je třeba je komunikovat záživně, srozumitelně a ilustrativně. Jedním z cílů proto také je najít

¹ <http://www.muas.cz/as-chce-regulovat-poskytovani-doplatku-na-bydleni-a-zamezit-tak-sireni-socialne-vyloucenych-objektu/d-234373>



reálné příběhy Ašanů nebo lidí z okolí, jejichž život tato opatření pozitivně ovlivnila, současně lidí, kteří mohou v této oblasti působit jako vzory pro ostatní.

Proaktivní a otevřená komunikace o těchto často ožehavých tématech podloženými informacemi vycházejícími z reálného stavu věcí také eliminuje šíření nežádoucích mýtů a domněnek, které mohou značně stupňovat napětí ve městě.

3) Obsah komunikace („O čem psát?“)

Připravované komunikační aktivity budou obsahově věnovány prioritám Strategického plánu sociálního začleňování města Aš pro období 2019–2022, které zahrnují zejména oblasti dostupného bydlení, zadluženosti, prevence rizikového chování nebo komunitní práce. Nastavené aktivity mají za cíl podpořit sociální začleňování, přiblížit spolupráci města s Agenturou pro sociální začleňování a napomoci se šířením výstupů strategického plánu k relevantním cílovým skupinám. Důležitou dimenzí 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 strategického plánu budou pravidelně zveřejňovány informace o spolupráci Aše s Agenturou pro sociální začleňování a její nejdůležitější milníky. Detailní harmonogram jednotlivých zpráv je uveřejněn níže v kapitole pět.

Spolupráce s Agenturou pro sociální začleňování

Důležitou součástí komunikace s veřejností v lokalitě je i představování samotné spolupráce. Dostatečná úroveň informovanosti o účelu a zamýšlených cílech sociálního začleňování předchází nedorozuměním a zkresleným údajům. Absence zpráv o činnosti Agentury může v extrémních případech vést ke znehodnocení práce lokálního partnerství a ohrožení realizace projektů, zhoršit atmosféru v obci či navýšit politický tlak. Pro zajištění co nejhladšího průběhu procesu sociálního začleňování je nezbytný aktivní přístup v informování o dění v obci.

Předmětem plánovaných tiskových zpráv a dalších komunikačních prostředků jsou významné milníky, mezi které jsou zpravidla řazeny následující události: zahájení spolupráce, schválení strategického plánu, zahájení realizace projektů a závěrečné vyhodnocení při zakončení působení Agentury. Obsah bude vytvářen společně s nositelem strategie, který se následně bude podílet i na šíření výsledných zpráv (např. přes sociální sítě, radniční zpravodaj ad.). Pravidelná komunikace bude zajištěna i mezi členy lokálního partnerství, kteří budou pravidelně informováni o vývoji ve městě.

Bydlení

Otázka kvality a dostupnosti bydlení patří k nejskloňovanějším tématům sociálního vyloučení. I v Aši je bydlení dlouhodobě tematizováno díky nedostatku obecních bytů a zvyšujícím se komerčním nájmům, vazba na sociální začleňování ale není zdůrazňována. Na základě potřeb nositele strategie byla k tématu bydlení ustanovena pracovní skupina, kde proběhla na toto téma široká diskuze. Výsledný strategický plán tak obsahuje cíle k navýšení dostupnosti sociálních bytů a zřízení krizových lůžek. V případě vybudování nových kapacit sociálního bydlení budou směrem k veřejnosti komunikována i pravidla pro přidělení bytu a informace k podávání žádosti pro zájemce. V průběhu realizace bude sledována možnost zveřejnit příběhy klientů, kteří se díky stabilizaci své bytové situace a pomoci sociálního pracovníka vymanili z obtížné životní situace, úspěšně našli standardní byt na volném trhu,



nebo vyřešili rodinné problémy. U krizových lůžek bude v komunikaci zdůrazňován preventivní rozměr aktivity a její dlouhodobý přínos.

Společně s vývojem na místní úrovni budou přinášeny i aktuality z regionální a národní úrovně. Ve zprávách budou uveřejněny informace o způsobech státní podpory sociálního bydlení nebo o nových nástrojích, které jsou v České republice pilotně zkoušeny. Zvláštní důraz bude kladen na vývoj v podobně velkých městech, čímž by měla vznikat inspirace pro budoucí politiku sociálního bydlení v Aši.

Zadluženost

Zadluženost patří k nejpálčivějším problémům v Aši. Přibližně 20 % dospělých obyvatel obce je zatíženo exekucí, což výrazně převyšuje celostátní průměr, o jeden z nejvyšších výsledků jde i v Karlovarském kraji. Díky snadné dostupnosti nevýhodných půjček a riziku dluhové pasti je zapotřebí účinná komunikace prevence zadlužování a možnosti řešení předlužení. SPSZ Aš v tomto ohledu plánuje vytváření místní strategie komunikace, která bude za přispění členů lokálního partnerství detailně mapovat potenciální komunikační kanály i dostupné protidluhové nástroje. Při šíření informací bude navázáno na oficiální tiskové zprávy o fungování dluhového poradenství Gopala o.p.s., které budou nadále vydávány (viz výše). Činnost poradny bude intenzivně propagována jinými kanály mezi širokou veřejností (např. plakáty, letáky atp.), ale i mezi sociálními pracovníky a dalšími odborníky v práci s klienty ohroženými sociálním vyloučením.

Mezi cíli strategického plánu je uvedena i podpora vzdělávacích programů pro osoby ohrožené předlužením. Potenciální zájemci budou pravidelně informováni oficiálními kanály obce a vyzýváni k účasti. V ideálním případě bude činnost poradny, příp. vzdělávacích kurzů ilustrována příběhem klienta, kterému se daří splácet stávající závazky a zlepšuje se jeho životní situace. Místní situace bude doplňována aktualitami z vývoje problematiky zadlužení v ČR, přehledem legislativních změn a novými trendy při poskytování dluhového poradenství. Ve všech připravovaných zprávách pro veřejnost bude zdůrazňována úzká propojenost zadlužení na další oblasti života a odkazy na pracovníky, kteří jsou připraveni napomáhat s řešením dluhů.

Bezpečnost

Oblast bezpečnosti a prevence rizikového chování je velice široká a uchopitelná z řady hledisek. Ašský strategický plán je zaměřen zejména na posilování preventivních aktivit pro ohrožené skupiny obyvatel, účinnou koordinaci místních aktérů a zavádění prvků komunitní práce, čímž bude posílena sounáležitost s lokalitou a vzájemné sblížování lidí. U vzájemné koordinace je účinná vnitřní komunikace základním předpokladem správného fungování. Jedním z úkolů plánovaných koordinačních skupin pro problematiku drog je právě sblížování relevantních stran, vyjasňování sporných bodů a přinášení nových podnětů k řešení.

Zavádění asistentů prevence kriminality a zahájení preventivního programu pro mládež jsou vhodné příležitosti pro vydání tiskové zprávy, která by poukazovala na tyto nástroje. Díky zprávám by byla přiblížena činnost asistentů prevence kriminality, reakce místních obyvatel na jejich působení a očekávaný dopad do budoucna. Nabídka preventivních programů bude obdobně představena společně se zamýšlenými cíli.

Z pohledu komunikace s veřejností má největší potenciál oblast komunitní práce a setkávání s veřejností, která explicitně míří na nejširší možnou cílovou skupinu. Vzhledem k důrazu na participativní rozměr komunitních aktivit je zajištění dostatečného počtu účastníků zcela zásadní. Důležitou součástí posilování komunitního života v Aši je podpora veřejných setkání. Před každým



setkáním bude připravena pozvánka, po úspěšné realizaci bude zveřejněna krátká zpráva shrnující průběh a nejdůležitější závěry.

4) Cílové skupiny a jejich komunikační kanály

Tato kapitola identifikuje mediální kanály, jaké bude LP 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. (Například lidé starší 65 let mohou pravidelně odebírat a poctivě číst obecní zpravodaj, avšak nebudou členy facebookové skupiny obce. U mladých lidí tomu bude zase naopak.)

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	Radniční zpravodaj
	Místní tištěná periodika a lokální televize
	Web města a členů LP
	Facebooková skupina Město Aš lidem, facebookové stránky členů LP
	Veřejná setkání
	Osobní kontakty
	Výlep na frekventovaných místech města
	Informační kiosek před MěÚ
Obyvatelé sociálně vyloučených lokalit	Radniční zpravodaj
	Místní tištěná periodika a lokální televize
	Web města a členů LP
	Facebooková skupina Město Aš lidem, facebookové stránky členů LP
	Osobní kontakty
	Veřejná setkání
	Sociální pracovníci obcí a NNO
	Výlep na frekventovaných místech města
Členové lokálního partnerství	Radniční zpravodaj
	Místní tištěná periodika



	Web města a členů LP
	Facebooková skupina Město Aš lidem, facebookové stránky členů LP
	Lokální televize
	Veřejná setkání
	Osobní kontakty
	Emailová komunikace
	Setkání lokálního partnerství a pracovních skupin
Odborná veřejnost	Místní tištěná periodika
	Lokální televize
	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



5) Harmonogram

Na základě informací získaných prodiskutováním předchozích kapitol byl připraven harmonogram komunikace. Celkem je naplánováno 13 komunikačních výstupů, které by měly pokrýt všechna témata relevantní pro lokalitu Aš. Lze předpokládat, že harmonogram bude doplněn a mediálních výstupů bude více. Vzhledem k záměru realizace projektů bude nezbytné informovat veřejnost o zahájení i průběhu těchto projektů, které budou poskytovat služby a podporům osobám v Aši.

Tyto výstupy by se měly vždy objevit ve všech komunikačních kanálech tak, aby se dostaly ke všem obyvatelům v lokalitě. Jejich cílem bude informovat obyvatele o konkrétních opatřeních a službách, které se v jejich lokalitě zavádějí a zároveň jim poskytovat kontext, z něhož bude pochopitelná potřeba a užitečnost daných změn.

V následující tabulce jsou uvedeny také termíny, kdy by mělo dojít k publikaci dané zprávy a jméno osoby za publikaci zprávy zodpovědné. Ta se může vždy obracet na Centrální experty na komunikaci a PR ASZ.

Datum plánované publikace	Téma zprávy	Zodpovědná osoba	Kategorie
3. čtvrtletí 2019	Článek ve zpravodaji města o dluhové problematice obecně s odkazem na poskytovatele dluhového poradenství. Článek se objeví i na webu města a dále pak na jeho FB. V diskusní skupině Město Aš lidem se můžeme zeptat na jejich zkušenosti s dluhy nebo poradnou (potenciální příběhy, osobní přístup, zpřítomnění tématu pro lokalitu)	Město Aš, poskytovatel dluhového poradenství	Univerzální téma
3. čtvrtletí 2019	Článek ve zpravodaji města o schválení SPSZ, jeho obsahu a přínosu pro obyvatele Aše	Město Aš, ASZ	Lokální téma
4. čtvrtletí 2019	Článek o institutu asistentů prevence kriminality s konkrétním přesahem do Aše. Celý koncept ideálně ilustrovat na postavě jednoho z APK a pozitivního vývoje v dané lokalitě. Článek vyjde ve zpravodaji, následně i na webu města a bude sdílet na Facebooku.	Město Aš	Lokální téma



1. čtvrtletí 2020	Článek ve zpravodaji města o protidluhových službách a dluhové problematice. Článek se objeví i na webu města a dále pak na jeho FB. V diskusní skupině Město Aš lidem se můžeme zeptat na jejich zkušenosti s dluhy nebo poradnou (potenciální příběhy, osobní přístup, zpřítomnění tématu pro lokalitu)	Město Aš, poskytovatel dluhového poradenství	Lokální téma
2. čtvrtletí 2020	Reportáž / rozhovor o protidrogových programech ve městě v regionálních médiích. Ideálně za využití konkrétního příběhu člověka, který služby využívá (možnost anonymity) a vykazuje pozitivní výsledky. Pro takový výstup se osloví lokální média, téma se jim nabídne a spolu s ním také kontakty na poradnu, odborníky případně klienty.	KOTEC	Lokální téma
3. čtvrtletí 2020	Článek o zkušenostech s nástroji prevence kriminality. Článek se objeví ve zpravodaji obce, následně i na webu města i relevantních LP. Článek bude sdílen na sociálních sítích obce.	Město Aš	Lokální téma
4. čtvrtletí 2020	Rozhovor s pracovníkem protidrogového centra v lokálních médiích - o problematice drog, stigmatizaci klientů a úspěších v práci ve městě (lokální deník, televize, rádio). LP vytipují pracovníka protidrogového centra, který takový rozhovor poskytne a následně kontaktují jednotlivá média s nabídkou rozhovoru na toto téma. V rozhovoru se zaměřit zejména na úspěchy, ale přiznat i případné neúspěchy - pro uvěřitelnost.	KOTEC	Lokální téma



1. čtvrtletí 2021	Příběh jednoho z APK v lokálních médiích (deník, rozhlas, televize). Pracovníci LP vytipují domovníka se zajímavým příběhem. Skrz jeho příběh/rozhovor tak bude obec propagovat nástroj, který úspěšně využívá. Kontakt na APK, případně na relevantní lokální aktéry nebo ASZ předáme novinářům. Tém téma proaktivně nabídneme my sami.	Město Aš, ASZ	Lokální téma
2. čtvrtletí 2021	Snídaně s novináři z lokálních médií, kde je seznámíme s úspěchy v sociálním začleňování v lokalitě. Účastnit se budou vedle novinářů členové LP.	Členové LP	Lokální téma
3. čtvrtletí 2021	Příběh z dluhového poradenství - lokálním médiím nabídneme příběh z lokální dluhové poradny, případně rozhovor s některým z pracovníků, který pohovoří konkrétně o situaci v lokalitě a úspěších, obecně také popíše samotné téma. Média proaktivně osloví obec/členové LP a dodají rovnou kontakt na experta.	Poskytovatel dluhového poradenství	Lokální / univerzální téma
4. čtvrtletí 2021	Nějaký inspirativní příběh z vyloučené lokality v obecním zpravodaji nebo lokálních médiích. Měl by mít možnost zaujmout širší veřejnost a potenciál měnit pohled veřejnosti na lidi, kteří ve vyloučení žijí. Článek může buď zpracovat redakce zpravodaje, nebo být proaktivně předán některému z lokálních médií.	Členové LP	Lokální téma
1. čtvrtletí 2022	Souhrnný článek ve zpravodaji města o úspěších v sociálním začleňování, ke kterým díky LP došlo. Současně uvede rezervy, na kterých je ještě třeba zapracovat. Článek pak vyjde i na webu města i lokálních partnerů a bude sdílen na sociálních sítích.	ASZ, město Aš	Lokální téma



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost





Co dělat když dojde v obci nebo jejím okolí k neočekávanému incidentu, který rozdmýchá vlnu nenávisti a přiláká pozornost nejen médií, ale i extremistických skupin

Oblast sociálního začleňování obsahuje témata, která mohou vyvolat vášnivé reakce. Dokonce i banální událost může spustit řetězovou reakci a vyvolat celostátní vlnu nenávisti. V tuto chvíli nemáme kapacity na zastavení nenávisti, jsme však schopni zmírňovat její projevy a dopady. ASZ k tomu využívá dvě strategie:

- 1) **Následná – okamžitá strategie**
- 2) **Dlouhodobá – preventivní strategie**

1) Následná - okamžitá strategie

V tomto případě již došlo k nějaké události, která má potenciál stát se roznětkou pro vlnu nenávisti. ASZ na tuto událost reaguje a snaží se zmírnit její potenciál. Většinou by stačilo pouze uvádět věc na pravou míru, avšak praxe ukazuje, že ne vždy máme 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, prostě proto, že nemůže poskytovat neověřené informace. Problém je, že u mnoha lidí tato zdrženlivost k ukvapeným závěrům chybí – a 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 spekulovat – v něčem takovém se přece nechceme splést. Navíc platí, že když to teď vyřešíme správně, tak už se znovu nic podobného nestane.*“

Jak by tedy měl takový postup konkrétně vypadat:

- 1) Člen/členové Lokálního Partnerství se včas o potencionálně krizové události dozvědí a budou okamžitě (telefonicky) kontaktovat svého lokálního konzultanta.
- 2) Lokální konzultant okamžitě informuje metodika a vedoucího Regionálního centra ASZ.
- 3) Vedoucí Regionálního centra musí rozhodnout, zda skutečně hrozí, že by událost mohla vyvolat vlnu nenávisti. Pokud nehrozí vyvolání nenávisti, pak je lépe nereagovat a nepřitahovat k incidentu pozornost.
- 4) V případě, že je potřeba reagovat, pověří vedoucí lokálního konzultanta, aby okamžitě kontaktoval pracovníka Oddělení komunikace a PR ASZ.



5) Každá lokalita má jiné výhody a nevýhody, takže je potřeba, aby lokální konzultant a pracovník Oddělení komunikace a PR ASZ připraví alespoň dvě reakce na míru lokalitě:

- a. Zpráva o incidentu
- b. Zpráva o dosavadních úspěších sociálního začleňování

Obecné charakteristiky reakcí na míru:

a. Zpráva o incidentu

- Reakce musí být rychlá – tzn. nejpozději do jednoho týdne od incidentu.
- Nesmí být chybná nebo nepravdivá.
- Použít vyjádření nějaké 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 pravého pachatele.
- Pokud z nějakého důvodu není možné získat takové vyjádření od starosty obcí, musí lokální partneři najít jinou lokální autoritu, která má důvěru obyvatel.
- Je potřeba dbát na to, aby se vyjádření dostalo především na sociální sítě – 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.

b. Zpráva o dosavadních úspěších sociálního začleňování

Zvýšený zájem o témata spojená se sociálním začleňováním lze dále využít. Lokální partneři a pracovník Oddělení komunikace a PR ASZ společně vytvoří krátký článek o pozitivěch sociálního začleňování v dané lokalitě a zajistí jeho publikaci na internetu.

Poznámka:

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 vyše anti-konfliktní tým. Také je doporučeno navázat přímý kontakt se styčným důstojníkem pro menšiny a Krajským Koordinátorem pro romské záležitosti.

2) Dlouhodobá - preventivní strategie



Toto je nutná podmínka našeho úspěchu. Abychom mohli čelit množství mýtů, které ve spojitosti se sociálním začleňováním v České republice 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 OPZ takzvané Místní komunikační plány (MKP) a v Projektu Výzkum Vývoj Vzdělávání jsou to Komunikační Strategie (KS). Tyto dokumenty vznikají za intenzivní účasti členů Lokálního Partnerství, kteří jsou nepostradatelní pro své znalosti lokality – jejích problémů, ale i příležitostí a možností.

STRATEGIE KOMUNIKACE SKRZE SOCIÁLNÍ SÍŤ – FACEBOOK

Komunikace skrze sociální síť by měla být pravidelná. Minimálně frekvence nově přidávaných příspěvků je 1 – 2x za týden. Můžete zvolit ze dvou strategií:

1) Profil na facebooku jako další informační kanál

V takovém případě je vhodné na svém profilu sdílet především informace pro obyvatele města. Zda je někde nějaká uzavírka, plánovaná odstávka vody nebo změna v termínu zasedání zastupitelstva.

2) Profil na facebooku jako místo pro diskusi s občany

Prostřednictvím profilu na facebooku můžete se svými obyvatelem diskutovat nad různými tématy. Můžete je například vyzvat, aby vám sdělili, kde je potřeba opravit silnici nebo nainstalovat nové pouliční osvětlení apod. Můžete se jich ptát na názory k životu ve městě a rozhodování zastupitelů. Je důležité si uvědomit, že takový způsob vyžaduje poskytování odpovědí na komentáře pod jednotlivými příspěvky a tedy i čas některého pracovníka.

Pro obě strategie však platí **následující zásady**:

- Pravidelné přidávání příspěvků
- Příspěvek by měl být krátký, výstižný a zaujmout
- Každý příspěvek by měl být doplněn fotografií nebo video

Příklady neočekávaných incidentů:



- Náhlé vystěhování obyvatel ubytovny
- Nenávistné nebo rasistické vyjádření nějaké autority v lokalitě
- Trestný čin spáchaný na příslušníku nějaké menšiny
- Trestný čin spáchaný příslušníkem menšiny
- V lokalitě se začne šířit nějaká fáma nebo mýtus - obvykle „*obava z invaze*“ nebo „*sdílení nějakého hoaxu*“)
- Obyvatelé se negativně staví k projektům zaměřeným na sociální začleňování - „*Obyvatele nesouhlasí s výstavbou sociálních bytů.*“
- Romské děti jsou odmítnuty ve škole