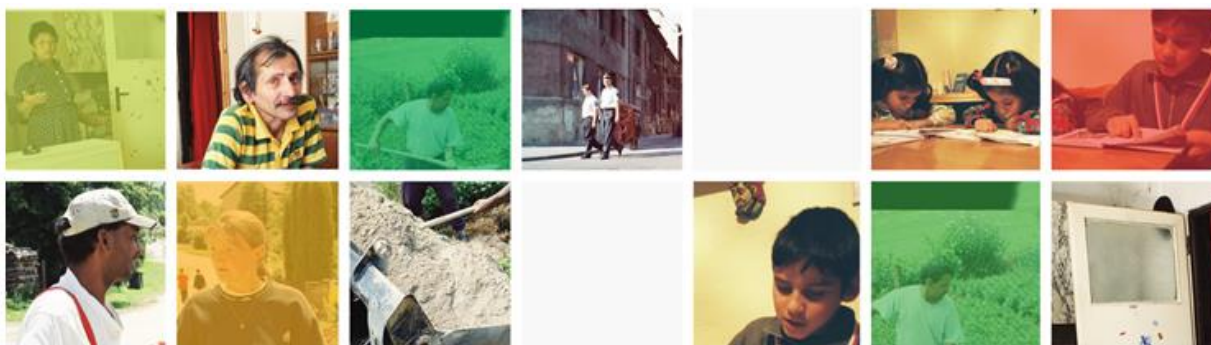




MÍSTNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN MĚSTA *MORAVSKÁ TŘEBOVÁ*



Vypracovali:

Mgr. Anita Stanislavová (lokální konzultant Agentury pro sociální začleňování)

Ve spolupráci s:

Mgr. Jitkou Selingerovou (manažerkou sociálního začleňování a vedoucí Odboru sociálních věcí a školství města Moravská Třebová)



Úvodní slovo

Agentura pro sociální začleňování je expertním aktérem, který je partnerem nejen samosprávám obcí, 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 v ČR.

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 Systémové zajištění soc. začleňování vzniknout tzv. Místní komunikační plán, který je výstupem společné práce odborných pracovníků Agentury a členů Lokálního partnerství.

Předkládaný komunikační plán města Moravská Třebová představuje souhrn aktivit, které mají podpořit proces sociálního začleňování či zlepšit informovanost o jeho přínosech. Výchozím dokumentem je zde zejména Strategický plán sociálního začleňování města Moravská Třebová pro období 2019-2022, který rámuje problematiku sociálního začleňování a detailně vymezuje cíle Lokálního partnerství Moravská Třebová 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 Moravská Třebová přibližuje současný stav v oblasti komunikace, vymezuje užívané nástroje i předpokládané cílové skupiny. Zásadní částí dokumentu je soubor plánovaných mediálních výstupů pro roky 2019-2022, na jejichž vzniku budou členové lokálního partnerství spolupracovat se zástupci Agentury.

David Beňák



ředitel Agentury pro sociální začleňování

Obsah

Úvodní slovo.....	2
1) Popis výchozího stavu (Analytická část).....	4
A) Strategické plánování a spolupráce s Agenturou pro sociální začleňování	4
B) Stávající komunikační strategie	4
2) Čeho chceme dosáhnout v průběhu příštích dvou let pomocí komunikace.....	7
Komunikační cíle	7
3) Obsah komunikace - předkládaná témata	9
A) Obecná témata:	9
B) Lokální témata:	10
C) Osobní témata:	11
4) Cílové skupiny a jejich komunikační kanály.....	13
5) Harmonogram	14
6) Zkratky:.....	16
7) Přílohy	17



1) Popis výchozího stavu (Analytická část)

A) Strategické plánování a spolupráce s Agenturou pro sociální začleňování

Ve městě Moravská Třebová byla na základě tzv. Gabalovy zprávy z roku 2015 identifikována 1 sociálně vyloučená lokalita a na základě Podkladové analýzy k připravované koncepci bydlení¹ z roku 2018 souhrnně několik desítek sociálně vyloučených osob. Zastupitelstvo obce na základě těchto zjištění a reflexe denní praxe úřadu a dalších aktérů schválilo dne 4.2.2019 zájem obce přistoupit ke spolupráci s Agenturou pro sociální začleňování v rámci tzv. Koordinovaného přístupu k sociálně vyloučeným lokalitám. Spolupráce obce s Agenturou pro sociální začleňování byla zahájena na základě podpisu memoranda dne 11.4.2019. V obci je v rámci regionu dlouhodobě nejvyšší nezaměstnanost; v porovnání s okolními městy je zde vyšší procento obyvatel v exekuci, v posledních letech se zde také v rámci regionu častěji řešily problémy s drogami, tento stav však v posledním období ustal (více viz Podkladová analýza²).

Ve městě je vzhledem k těmto faktům v současnosti i v minulých letech budované široké zastoupení neziskových a městských organizací, které s cílovou skupinou sociálně vyloučených osob pracují. Na základě spolupráce s ASZ v rámci tzv. Koordinovaného přístupu k sociálně vyloučeným lokalitám byl v průběhu roku 2019 vytvořen **Strategický plán sociálního začleňování v Moravské Třebové** (SPSZ, schválen dne 4.11.2019 zastupitelstvem města). Ten definuje jednotlivé cíle a opatření v oblastech bydlení, zdraví, zaměstnanost, dluhy a bezpečnost a občanské soužití.

V návaznosti na SPSZ mají místní realizátoři možnost čerpat finanční prostředky z výzvy č. 52 Operačního programu Zaměstnanost. Očekáváme, že se forma poskytovaných služeb v následujícím období rozšíří, díky implementaci 5 nových projektů, vycházejících z místních potřeb popsanych v SPSZ.

B) Stávající komunikační strategie

Radnice v Moravské Třebové je poměrně aktivní v komunikaci s veřejností. Využívány jsou sociální sítě (Facebook – profil města sleduje 2,8 tisíc uživatelů, plánuje se také

¹ https://www.socialni-zaclenovani.cz/wp-content/uploads/Podkladova_analyza_bydleni_Moravska_Trebova.pdf

² https://www.socialni-zaclenovani.cz/wp-content/uploads/Podkladova_analyza_bydleni_Moravska_Trebova.pdf



spuštění městského Instagramu). Příspěvky na Facebooku jsou přidávány zpravidla během pracovních dní, v podstatě s denní pravidelností. Obvykle se jedná o příspěvky administrátora, méně často jsou sdíleny zprávy z městského či dalších webů. Jedná se často o pozvánky na nadcházející akce města, nebo o zprávy z událostí předešlých, objevují se také oznámení o uzavírkách silnic, nových městských projektech, neobvyklých situacích ve městě (z posledního období například krádež kasičky na veřejnou sbírku). Reakce sledujících se objevují často v desítkách (zejména tzv. „lajky“), komentářů bývá v řádech jednotek, dle témat příspěvku se v některých případech rozproudí diskuze až do desítek komentářů. Administrátor aktivně reaguje na komentáře veřejnosti. Správu účtu má na starosti mluvčí města.

Ve městě vychází Moravskotřebovský zpravodaj, který do schránek každý měsíc dostanou všichni obyvatelé. Celkový náklad je 5400 výtisků. Obsahem zpravodaje jsou jak články redakce, jejímž šéfredaktorem je mluvčí města, tak články externí, které může do zpravodaje zaslat v zásadě každý. Za obsahovou správnost externích článků zodpovídá jejich autor, redakce má právo články upravovat či zkracovat. Obsah jednotlivých vydání určuje redakční rada složená ze sedmi členů, mezi nimiž je například mluvčí města či místostarostka. Mezi čtenáři zpravodaje převažuje dle sdělení tiskového mluvčího města spíše střední generace a především senioři.

Město v roce 2019 spustilo také Mobilní rozhlas, u něj akcentuje především možnost obyvatel nahlásit problémy, které ve městě objeví (nepořádek, nefunkční vybavení atp.). Do Mobilního rozhlasu je přihlášeno více než 500 uživatelů, cílovou hodnotou je pro město tisíc a více uživatelů.

Charita Moravská Třebová, jako největší poskytovatel sociálních služeb, má svůj facebookový účet, který sleduje více než 650 uživatelů. Příspěvky jsou přidávány několikrát do týdne, zpravidla informují o proběhlých či nadcházejících akcích Charity, a také pracovních nabídkách. Stránku spravují fundraiser a ředitelka organizace.

V září 2019 byl založen facebookový účet Opozice Moravská Třebová kriticky hodnotí současné vedení města, anonymní účet se „přáteli“ s asi 130 uživateli, není zřejmé, kolik dalších uživatelů účet sleduje. Počet reakcí (lajků a komentářů) se pohybuje v desítkách.

Místní situaci se věnuje také Deník ve své regionální mutaci Svitavský deník. Ten informuje o běžných novinkách z města (obnova dětského hřiště, koupě mlýna), ale i politické situaci, kde dostává prostor vedení města i opoziční politici.

Dle zkušeností místních aktérů reagují občané zejména na konkrétní projevy a situace související se sociální oblastí – chování jednotlivců, incidenty, kroky radnice. Sociální politika jako taková, tedy proces plánování či jednotlivé projekty příliš reflektována



není, což se prokázalo například při pořádání Veřejného projednání SPSZ, kterého se účastnili pouze jednotlivci z řad veřejnosti. Příkladem konkrétních incidentů je situace z roku 2017, kdy se městem šířila zpráva o agresivních Romech, kteří napadají občany v oblasti kolem parku. Městské Policie se případem zabývala a zjistila, že šlo o drobné nedorozumění, které se mezi veřejností prezentovalo jako mnohem závažnější čin. Dalším příkladem dokládajícím současnou situaci je příspěvek na Facebooku o návratu laviček na náměstí, jenž vyvolal nadprůměrný počet reakcí uživatelů, kteří poukazují na využívání těchto prostor dle jejich názoru „nepřízpůsobivými obyvateli“.

V místních médiích se v posledním období sociální politika příliš nezdůrazňovala. Ani v regionálních médiích nebyla sociální situace v Moravské Třebové tématem. Průběžně probíhá prezentace sociálních služeb na stránkách Moravskotřebovského zpravodaje. Nové vedení města se pozitivně vyjádřilo k sociálně prospěšným aktivitám otce Šebestiána, který ve františkánském klášteře a dalších prostorách ubytovává několik desítek sociálně potřebných osob. V roce 2019 dostal otec Šebestián od města Cenu roku 2018.

Obecně je ve městě práce otce Šebestiána přijímána pozitivně. Dle jeho slov však především mezi místními křesťany trvalo několik let, než začali jeho aktivitu v této oblasti respektovat. V případě, že by Otec Šebestián klášter opustil, je s ostatními bratry z kláštera předjednáno, aby aktivity, které zde nastartoval, pokračovaly i nadále.

Vzhledem k současné situaci, kdy sociální témata nejsou v mediální komunikaci města nijak zásadně zdůrazňována, přináší spolupráce s Agenturou pro sociální začleňování nové příležitosti a zdroje k intenzivnější prezentaci sociálního začleňování jako místní aktivity s pozitivním dopadem na všechny obyvatele města.

Příležitostí je využít výše zmíněné zpravodajské kanály k informování o tématu sociálního začleňování. Město i místní neziskové organizace budou připraveny komunikovat jak v případě nenadálých krizových situací, tak i v běžné komunikaci s občany. Během spolupráce s ASZ jim bude k dispozici podpora pro konkrétní situace i obecné informování veřejnosti o sociálním začleňování v obci.

Rizikem je samozřejmě forma komunikace tématu pomoci a podpory v životě sociálně vyloučených. Je důležité najít vhodné způsoby a oblasti týkající se této problematiky, která by se s veřejností měla komunikovat s dodržením zásady transparentního informování o dění. Tato rizika by měla být snižována pružnou a aktivní spoluprací s ASZ.



2) Čeho chceme dosáhnout v průběhu příštích dvou let pomocí komunikace



Komunikační cíle

Základem úspěchu místních politik sociálního začleňování je porozumění široké veřejnosti i dalších cílových skupin realizovaným opatřením a jejich přínosu pro další rozvoj obce jako celku. Cílem takové komunikace je vysvětlovat jednotlivé kroky, role a zodpovědnosti různých aktérů, včetně sociálně vyloučených obyvatel, ale také důvody a cíle celého prointegračního procesu, a tím předcházet případným obavám nebo mylným očekáváním.



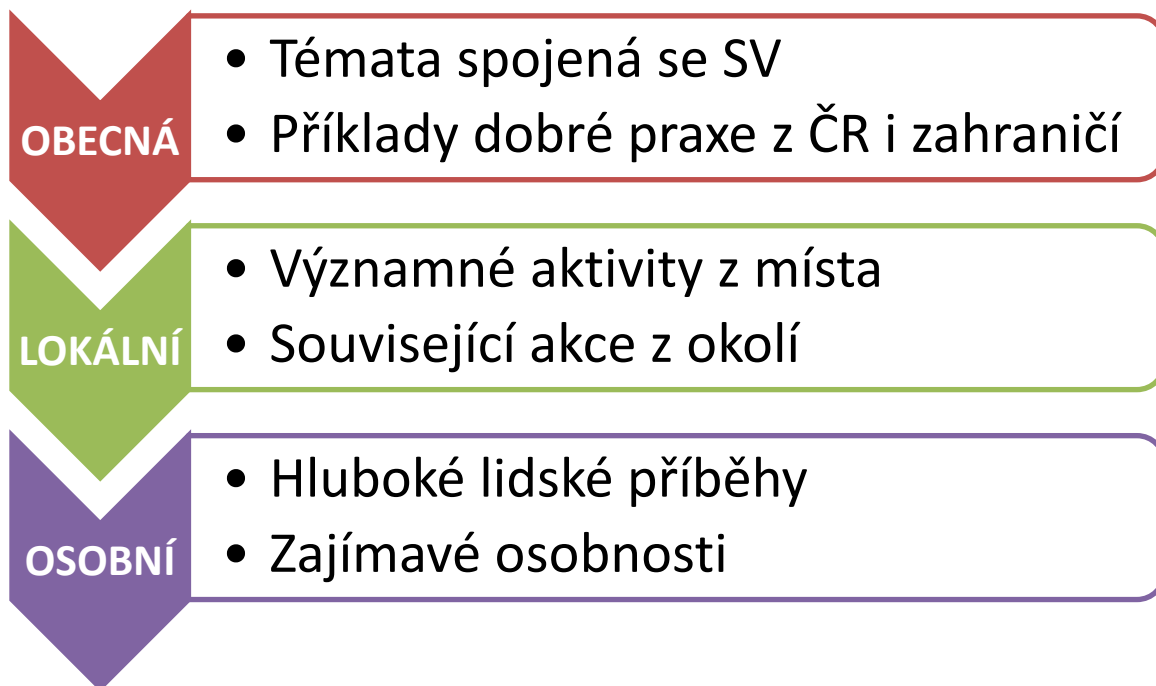
V Moravské Třebové nám jde primárně o:

- zajištění podpory veřejné správy pro činnosti v oblasti sociálního začleňování;
- zajištění informovanosti široké veřejnosti v souvislosti se sociálním začleňováním;
- informování o plánovaných událostech a krocích v oblasti sociálního začleňování v následujícím období;
- informování o výstupech realizovaných opatření i přínosech nastavených procesů sociálního začleňování nejen pro CS, ale i pro obec, jako celek;
- zajištění zpětné vazby od osob sociálně vyloučených i veřejnosti jako podkladu pro další rozhodování na místní i regionální úrovni, včetně přenosu potřeb na národní úroveň.



3) Obsah komunikace - předkládaná témata

Kromě aktivit v rámci naplňování SPSZ (tedy prezentace realizovaných projektů, ale také aktivit města, které nejsou hrazeny z výzvy č. 52) je třeba komunikovat také v širším kontextu problematiku sociálního vyloučení.



A) Obecná témata:

Informování o sociálním začleňování se nemá zabývat pouze děním na lokální úrovni, ale i snahou předávat obyvatelům obecné informace o jednotlivých tématech, aby byli schopni rozumět opatřením zaváděným v jejich lokalitě v souvislostech.

Města Moravská Třebová se týkají především témata: **bezpečnosti a občanského soužití, dluhů, bydlení**. Přesto je nutné zmínit všechny hlavní tematické oblasti, o které se komunikace v obecných tématech bude opírat.



O těchto tématech bude lokální partnerství informovat prostým sdílením novinových článků z celostátních médií, které se budou těchto témat dotýkat. Zároveň bude zprostředkování takových článků zajišťovat Agentura pro sociální začleňování, a to na základě poptávky města. Ke zveřejňování těchto článků o dobrých praxích z jiných obcí nebo i zemí budou využity platformy, jako jsou webové stránky města, nebo městský zpravodaj. Pro zajištění vyšší čtenosti využijeme také komunikační kanály jednotlivých místních aktérů (např. webové stránky či facebookové profily místních organizací, zejména pak organizací realizujících projekty v rámci výzvy č. 52).

B) Lokální témata:

Zejména se jedná o komunikaci témat spojených se spoluprací s Agenturou pro sociální začleňování, a to schválení SPSZ, spuštění projektů na podporu sociálního začleňování, úspěchy těchto projektů, vyhodnocení a ukončení spolupráce.

Dále je pak třeba komunikovat také tzv. **Lokálně specifická témata.**

Součástí komunikace budou změny ohledně Centra volného času (které se v současné podobě ruší a jeho služby bude nově nabízet komunitní centrum, na základě podpory z výzvy č.52), více prostoru pro prezentaci bude věnováno také již zavedeným službám Charity Moravská Třebová a Nízkoprahového klubu Díra, ale i



novým realizátorům projektů v lokalitě. Spolupráce mezi městem a místními organizacemi je v oblasti propagace služeb již nyní na dobré úrovni.

Vzhledem k záměru založit městský sociální podnik v souvislosti s provozem příspěvkové organizace Technické služby Moravská Třebová s.r.o. je vhodné prezentovat také koncept sociálních podniků obecně, plus příklad dobré praxe (ideálně z blízkého regionu) pro zajištění povědomí občanů o tomto kroku.

V souvislosti s faktem, že tematika sociálního vyloučení není v Pardubickém kraji tolik mediálně rozšířená, jako je tomu ve více postižených regionech, je vhodné aktivně vyhledávat a více prezentovat také dobré praxe funkčních opatření v sociálním začleňování z okolních měst. Včetně měst spolupracujících s Agenturou pro sociální začleňování v současnosti či v minulosti (např. Lanškroun, Chrudim, Polička).

C) Osobní témata:

Do této kategorie patří tzv. „HLP“ neboli hluboké lidské příběhy. Jedná se o nejoblíbenější nástroj žurnalistiky i marketingu. Je to z toho důvodu, že pokud je článek o konkrétním člověku a jeho zážitcích, tak se čtenáři mnohem snáze chápe a rychleji čte. Je samozřejmě těžké najít konkrétní osobu, která by sama byla postižena sociálním vyloučením a zároveň byla ochotna svůj příběh poskytnout ke zveřejnění. Je možné se zaměřit na ty, kterým např. obec nebo místní neziskové organizace pomohly z obtížné životní situace.

Aktéři zapojení do lokálního partnerství Moravská Třebová najdou mezi svými klienty (současnými či bývalými) takové, kteří mohou svým životem být pro někoho pozitivním příkladem toho, jak se nevzdat a jak překonat krizovou či náročnou životní situaci (mimo jiné mohou být také příkladem efektivity sociálních služeb a principů sociálního začleňování) či takové, kteří si prošli velmi těžkými životními situacemi (mnohdy i díky dlouhodobě systémově nefunkčně nastaveným podmínkám). Zpracování mediálních výstupů v oblasti osobních témat bude probíhat ve spolupráci mezi konkrétními členy lokálního partnerství a pracovníky ASZ. Medializaci pomocí městských mediálních kanálů pak zajistí mluvčí města Moravská Třebová.

Články, které budeme v Moravské Třebové publikovat, mohou prezentovat také příběhy pracovníků místních organizací, poskytující sociální a další návazné služby. Tito budou prezentovat svoji osobní pracovní zkušenost, motivaci k vykonávání sociální práce a jiné profesní zážitky spojené se sociálním začleňováním v Moravské Třebové. Vždy s ohledem na zachování soukromí a ochranu osobních údajů klientů.



Jedním z příspěvků by mohl být například zevrubný rozhovor s otcem Šebestiánem předtím, než Moravskou Třebovou opustí. Aby veřejnost dostala informaci, jaké byly jeho pohnutky k aktivitám směřujícím k podpoře sociálně vyloučených osob a jak vidí systémové potíže týkající se pomoci a podpory lidem v nouzi on. Otec Šebestián je v posledním období republikovými i městskými médii prezentován, jeho osobnost je tedy velké části veřejnosti známa.



4) Cílové skupiny a jejich komunikační kanály

Tato kapitola obsahuje výčet komunikačních kanálů, které 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, se objeví 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.

Jednotlivé zprávy budou do konkrétních kanálů odesílat určení pracovníci. U webových a facebookových stránek jsou jimi buď správci daného kanálu, nebo zástupci města či neziskových organizací. Šíření mailovou komunikací má na starosti manažer sociálního začleňování.

V průběhu spolupráce s Agenturou pro sociální začleňování budou pravidelně probíhat také veřejná projednání či jiná další diskuzní pléna určená k informování veřejnosti o problematice a k oslovování aktivních zájemců o participaci na hledání optimálních řešení objevujících se problémů v obci, včetně zástupců CS sociálně vyloučených.

cílová skupina	mediální kanál
Veřejnost	Moravskotřebovský zpravodaj Mobilní rozhlas Oficiální facebookové stránky města Svitavský deník Vývěsky města
Sociálně vyloučené osoby z různých CS	Moravskotřebovský zpravodaj Terénní pracovníci Facebook Charity Moravská Třebová Pracovníci CVČ
Senioři	Moravskotřebovský zpravodaj
Neziskové organizace – realizátoři SPSZ	Email
Zastupitelé města	Email
Zaměstnanci obce a obcí zřizovaných organizací	Email
Dotčení zaměstnanci a zástupci KÚ	Email
Další specifické CS pro komunikaci	Bude řešeno ad hoc – např. při krizové situaci



5) Harmonogram

Na základě aktuální situace v Moravské Třebové byly níže vydefinovány jednotlivé komunikační výstupy, plánované na období spolupráce mezi městem Moravská Třebová a Agenturou pro sociální začleňování.

Vzhledem k realizaci několika projektů je velká část mediálních výstupů zaměřena na propagaci těchto aktivit podpořených z výzvy č. 52 a tedy koordinovaných s ASZ a vycházejících z opatření definovaných v SPSZ.

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 potřebnost a užitečnost daných změn.

Datum plánované publikace	Téma zprávy	Zodpovědná osoba	Kategorie	
1.čtvrtletí 2020	Obecná zpráva o dluhové problematice	PR Cex ASZ / vedoucí OSVŠ Moravská Třebová	Obecná témata	
1.čtvrtletí 2020	Zahájení projektu Květné Zahrady	Květná Zahrada	Lokální - Univerzální tematické minimum	
1.čtvrtletí 2020	Dobrá praxe sociálních podniků	vedoucí OSVŠ Moravská Třebová	Lokální – Lokálně specifická témata	
2.čtvrtletí 2020	Zahájení projektu SKP-centrum	SKP-centrum	Lokální - Univerzální tematické minimum	
2.čtvrtletí 2020	Rozhovor s otcem Šebestiánem	vedoucí OSVŠ Moravská Třebová	Osobní témata	
3.čtvrtletí 2020	Obecný článek k tématu bezpečnosti a sociálního začleňování	PR Cex ASZ/ vedoucí OSVŠ Moravská Třebová	Obecná témata	
3.čtvrtletí 2020	Zahájení projektu Charity MT – Dluhová poradna	Charita Moravská Třebová	Lokální - Univerzální tematické minimum	
3.čtvrtletí 2020	Zahájení projektu Charity MT – Rodina spolu	Charita Moravská Třebová	Lokální - Univerzální tematické minimum	
3.čtvrtletí 2020	Zahájení projektu města MT – informace o novém CVČ	vedoucí OSVŠ Moravská Třebová	Lokální - Univerzální tematické minimum	



4.čtvrtletí 2020	Obecná zpráva o tématu bydlení / sociálního bydlení	PR Cex ASZ / vedoucí OSVŠ Moravská Třebová	Obecná témata	
1.čtvrtletí 2021	Průběh projektu Květné Zahrady	Květná Zahrada	Lokální - Univerzální tematické minimum	
2.čtvrtletí 2021	Průběh projektu SKP-centrum	SKP-centrum	Lokální - Univerzální tematické minimum	
2.čtvrtletí 2021	Obecná zpráva o tématu dluhů	PR Cex ASZ / vedoucí OSVŠ Moravská Třebová	Obecná témata	
3.čtvrtletí 2021	Průběh projektu Charity MT – Dluhová poradna	Charita Moravská Třebová	Lokální - Univerzální tematické minimum	
3.čtvrtletí 2021	Průběh projektu Charity MT – Rodina spolu	Charita Moravská Třebová	Lokální - Univerzální tematické minimum	
3.čtvrtletí 2021	Průběh projektu města MT	vedoucí OSVŠ Moravská Třebová	Lokální - Univerzální tematické minimum	
1.čtvrtletí 2022	Osobní příběh člena místní komunity	vedoucí OSVŠ Moravská Třebová	Osobní témata	
2.čtvrtletí 2022	Ukončení projektu Květné Zahrady	Květná Zahrada	Lokální - Univerzální tematické minimum	
2.čtvrtletí 2022	Ukončení projektu SKP-centrum	SKP-centrum	Lokální - Univerzální tematické minimum	
3.čtvrtletí 2022	Ukončení projektu Charity MT – Dluhová poradna	Charita Moravská Třebová	Lokální - Univerzální tematické minimum	
3.čtvrtletí 2022	Ukončení projektu Charity MT – Rodina spolu	Charita Moravská Třebová	Lokální - Univerzální tematické minimum	
3.čtvrtletí 2022	Ukončení projektu města MT	vedoucí OSVŠ Moravská Třebová	Lokální - Univerzální tematické minimum	



6) Zkratky:

ASZ	Agentura pro sociální začleňování
CS	Cílová skupina
KÚ	Krajský úřad
NNO	Nestátní nezisková organizace
PR Cex ASZ	Centrální expert ASZ v oblasti mediální komunikace
SV	Sociální vyloučení
SVL	Sociálně vyloučená lokalita
SPSZ	Strategický plán sociálního začleňování



7) Přílohy

Příloha č. 1 Obecné schéma strategie komunikace

Příloha č. 2 Obecná doporučení pro komunikaci



Příloha č. 1 Obecné schéma strategie komunikace



1. **Cíl** = čeho chceme dosáhnout, co chceme sdělit (např. zvýšit povědomí o tématu)?
2. **Analýza prostředí** = v jakých podmínkách to chceme sdělit (jaké je povědomí o našem tématu, s kým můžeme spolupracovat)?
3. **Cílová skupina** = deskripce CS, které to chceme sdělit, s ohledem na cíl komunikace?
4. **Obsah sdělení** = co budeme sdělovat?
5. **Zdroje** = jaké zdroje máme k dispozici a jaké potřebujeme, které reálně můžeme využít?
6. **Nástroje** = jaké nástroje s ohledem na cíl a cílovou skupinu budeme používat a jejich vzájemná provázanost?
7. **Plán** = kdy, kdo, co a jak aneb určení posloupnosti jednotlivých kroků a stanovení měřitelných indikátorů?
8. **Hodnocení účinnosti** = jak budeme měřit účinnost, jak poznáme, že strategie funguje; jak se dozvíme, že cíl komunikace byl naplněn (co lze považovat za úspěch)?



Příloha č.2 Obecná doporučení pro komunikaci

Pro komunikaci směrem k obyvatelům může město Moravská Třebová a další členové Lokálního partnerství využít následující doporučení.

DLOUHODOBÁ – PREVENTIVNÍ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

Zvolením této strategie můžeme předcházet množství mýtů, které ve spojitosti se sociálním začleňováním v České společnosti kolují. Princip tohoto typu komunikační strategie spočívá v kvalitním informování obyvatel města Moravská Třebová o chystaných a realizovaných opatřeních přispívajících k řešení situace sociálně vyloučených či sociálním vyloučením ohrožených osob.

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 obyvateli diskutovat nad různými tématy. 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:

- 1) pravidelné přidávání příspěvků;
- 2) příspěvek by měl být krátký, výstižný a zaujmout;
- 3) každý příspěvek by měl být doplněn fotografií nebo video.



NÁSLEDNÁ – OKAMŽITÁ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

Tuto strategii by měli členové Lokálního partnerství volit v případě, že již došlo k události, která má potenciál stát se roznětkou pro vlnu nenávisti. Může se jednat např. o náhlé vystěhování obyvatel z ubytovny, nečekané přistěhování velkého množství osob do rizikové lokality s potenciálem vzniku nové SVL, trestný čin spáchaný příslušníkem menšiny, trestný čin spáchaný na příslušníkovi menšiny, zahájení nového projektu podporujícího sociální začleňování, v obci se začne šířit xenofobní fáma nebo mýtus apod.

Princip strategie spočívá v:

1) Poskytování pouze ověřených informací

Ne vždy je to však možné. V takovém případě doporučujeme nestavět se na žádnou stranu konfliktu.

2) Zdrženlivost k ukvapeným závěrům

Zdrženlivost pomáhá městu a dalším členům Lokálního partnerství nedopustit se chyb, které by mohly ohrozit jejich důvěryhodnost v budoucnosti.

3) Podpora důvěry obyvatel v instituce

Toto platí především v okolí lokality, kde k incidentu došlo. Když obyvatelé vědí, že je situace pod kontrolou, mají menší tendenci uchýlovat se k emotivním reakcím a činům. Ideální je např. formulace: „Policie situaci řeší, takže nemá smysl planě spekulovat.“

Členové Lokálního partnerství mohou v takových situacích využít podporu ze strany Agentury pro sociální začleňování. Jakmile se o potenciálně krizové události dozvědí, mohou **okamžitě kontaktovat svého Lokálního konzultanta**. Ten společně s týmem expertů ASZ vyhodnotí míru ohrožení obyvatel vlnou nenávisti a poskytne doporučení obci i aktérům, jak dále postupovat. Pokud bude možné předpokládat, že incident neohrožuje bezpečí v obci, pak je lépe nereagovat a nepřítahovat k němu pozornost.

Agentura může spoluprací s členy Lokálního partnerství připravit reakci na míru:

1) Zpráva o incidentu

Jedná se o rychlou reakci, která nesmí být chybná nebo nepravdivá.

Jedná se o vyjádření přirozené autority v lokalitě s cílem 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). Ideální je přímo od starosty obce.



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.

2) Zpráva o úspěších

LK a pracovníci PR společně vytvoří krátký článek o pozitivích soc. začleňování v dané lokalitě a zajistí jeho publikaci na internetu.