



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Místní komunikační plán

Sokolov, 2021- 2023

Charlota Dědková

Květen 2021



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



Agentura
pro sociální začleňování

Obsah:

Úvodní slovo	3
Místní komunikační plán jako součást sociálního začleňování ve městě	4
Mediální komunikace dle prioritních oblastí	4
Oblast bydlení	4
Oblast bezpečnosti	4
Shrnutí	5
Komunikační kanály v Sokolově	5
Webové stránky města	6
Sokolovský patriot – tištěné noviny města	6
Sociální sítě	7
Oficiální profil na Facebooku	7
Veřejné neformální skupiny a stránky	7
Vize pro oblast komunikace (2021 - 2023)	8
Navrhovaný obsah komunikace	9
Klíčová témata	9
Příklady vhodného obsahu	10
Cílové skupiny a jejich komunikační kanály	10
Veřejné mínění a zpětná vazba	12
Aktéři sociální politiky obce a příklady dobré praxe	14
Doporučený harmonogram	14
Přílohy	16
Krizová komunikace	16
Následná okamžitá strategie	16
Dlouhodobá preventivní strategie	18
Zkratky:	19

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 sociálně vyloučených lokalit.

Práce Agentury je financována z 90 % dvěma systémovými evropskými projekty, a to projekt Systémové zajištění soc. začleňování (ASZ III.) spolufinancovaného prostřednictvím ESF ČR OPZ a projekt Inkluzivní a kvalitní vzdělávání v soc. vyl. lokalitách spolufinancovaného z OPVVV, 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 ASZ III., vzniknout tzv. Místní komunikační plán, který je výstupem společné práce odborných pracovníků Agentury a členů Lokálního partnerství.

Předkládaný místní komunikační plán Sokolov představuje souhrn aktivit, které mají podpořit proces sociálního začleňování či zlepšit informovanost o jeho přínosech. Výchozím dokumentem je zde zejména Strategický plán sociálního začleňování a Tematický akční plán, které rámují problematiku sociálního začleňování a detailně vymezuje cíle Lokálního partnerství Sokolova 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 Sokolova přibližuje současný stav v oblasti komunikace, vymezuje užívané nástroje i předpokládané cílové skupiny. Zásadní částí dokumentu je soubor plánovaných mediálních výstupů pro roky 2021–2023, na jejichž vzniku budou členové lokálního partnerství spolupracovat se zástupci Agentury.

David Beňák

ředitel Odboru pro sociální začleňování (Agentury)

Místní komunikační plán jako součást sociálního začleňování ve městě

Předkládaný komunikační plán města Sokolov představuje souhrn aktivit, které mají podpořit proces sociálního začleňování či zlepšit informovanost o jeho přínosech v obci. Díky společnému úsilí místních aktérů jsou průběžně řešeny problémy sociálního začleňování. Správně nastavená komunikace je důležitým předpokladem pro úspěšné pokračování realizovaných opatření a zajištění pozitivního dopadu na prostředí města.

Komunikační plán města Sokolov níže přibližuje současný stav v oblasti komunikace, vymezuje užívané nástroje i předpokládané cílové skupiny.

Mediální komunikace dle prioritních oblastí

Oblast bydlení

Z mediálního pohledu je právě bydlení jedním z nejskloňovanějších témat v posledních několika letech, a to nejen v Sokolově, ale i v celém regionu.

Jednou z priorit strategických dokumentů je oblast sociálního bydlení, která je zaměřena na zajištění podpory pro osoby v bytové nouzi. Obecně je téma bydlení jedním z akutních sociálních problémů lokality, jak ukazuje vysoký počet lidí bez domova nebo lidí v nestandardních formách bydlení.

Město reagovalo zavedením několika tzv. „bezdotkatkových zón“. Do nich úřady neposílají jednu ze sociálních dávek – doplatek na bydlení. Ačkoliv je město dle svých mediálních vyjádření s opatřením spokojeno, v médiích chybí důraz na nerepresivní charakter podpory sociálního bydlení a vyvracení mýtů týkající se migrace ze zahraničí.

Oblast bezpečnosti

Další tematickou prioritou je pro město bezesporu bezpečnost a prevence kriminality. Vzhledem k nepříznivým výsledkům průzkumů pocitu bezpečí a velice dobrým předchozím zkušenostem je plánováno udržení počtu asistentů prevence kriminality.

Město v médiích na opatření posilující prevenci kriminality samo upozorňuje, ať už se jedná o komunikaci činnosti asistentů prevence kriminality, nebo zavedení bezpečnostního kamerového systému. Tento trend je v další komunikaci záhodno posílit, avšak s důrazem na komplexní řešení sociálního začleňování ve městě a v návaznosti na další opatření, která jsou ve městě realizována, například v oblasti bydlení. Prostřednictvím proaktivní pozitivní komunikace může dojít k potlačení stigmatizace určitých skupin obyvatel, které jsou

s kriminalitou často spojovány Tento stigmatizační narativ přitom vede k opačnému efektu, kdy je v občanech posilován dojem toho, že pohybovat se v určitých lokalitách pro ně není bezpečné.

I pro komunikaci mohou být zajímavé výsledky tematického výzkumu zaměřeného na bezpečnost, který v minulém roce ve městě realizovala Agentura formou dotazníkového šetření. Respondenti v otázce věnované doporučením městu nejčastěji hovořili o posílení dohledu a bezpečnosti, dále často směřovali svá sdělení ke zlepšení dostupnosti bydlení. Z toho je patrné, že pro pozitivní komunikaci je ve městě prostor.

Shrnutí

Obě tematické priority města jsou mediálně komunikovány, nedochází ovšem k jejich propojení s úspěchy, kterých město v průběhu spolupráce s Agenturou pro sociální začleňování dosáhlo. Do budoucna je vhodné v souvislosti s činností samotného města, ale i spolupracujících neziskových organizací, propojit komunikační aktivity a proaktivně do médií hovořit o úspěších jednotlivých opatření, která ovšem nejsou represivního charakteru.

Komunikační kanály v Sokolově

Město Sokolov přistupuje aktivně ke komunikaci s veřejností, k čemuž využívá řadu kanálů. Zástupci obce spravují webové stránky www.sokolov.cz, kde jsou pravidelně zveřejňovány aktuality z dění v obci či okolním regionu. Pro případné dotazy je přímo na stránkách obce otevřena sekce „Napište starostovi“, která zájemcům slouží k přímému kontaktu s vedením města. Na stejné adrese jsou následně zveřejňovány i odpovědi na položené otázky. Důležitým zdrojem informací ze strany obce je i periodikum **Sokolovský Patriot**, který vydává Městský dům kultury v Sokolově.

Partneři z neziskového sektoru obdobně využívají svých webových stránek a profilů na sociálních sítích k prezentování vlastních aktivit. Neziskové organizace působící na Sokolovsku mají poměrně bohaté zkušenosti se zajišťováním publicity i u projektů financovaných z různých grantových a dotačních titulů, kde bývá komunikace s veřejností jedním z důležitých předpokladů činnosti (např. Velux Foundation, ESF, EHP fondy ad.). Místní periodika (např. Sokolovský deník) přebírají od obce i dalších partnerů tiskové zprávy a zveřejňují je v tiskové i elektronické podobě.

Následující kapitoly poskytnou detailnější pohled na jednotlivé komunikační kanály města a poskytnou případná doporučení.

Webové stránky města

Pro informování veřejnosti využívá Sokolov oficiální webové stránky www.sokolov.cz. Zprávy týkající se sociálního začleňování nejsou na první pohled dohledatelné, uživatelé je musí spíše cíleně vyhledávat v aktualitách z dění ve městě.

Sokolovský patriot – tištěné noviny města

Dosavadní komunikace ohledně témat sociálního začleňování probíhala zejména prostřednictvím městského zpravodaje – [Sokolovského patriota](#).

Témata nejen spojená se sociálním začleňováním se objevují v rozsáhlé rubrice „Zprávy z města“, kterou lze označit za souhrn všech důležitých novinek z místního dění. Příležitostí pro atraktivnější komunikaci je ovšem rubrika „Rozhovor měsíce“, do které je možné zařadit i prezentaci osobností spojených s úspěchy sociálního začleňování (NNO, sociální pracovníci), ale také pozitivní vzory z lokalit a případně konkrétní příběhy klientů, kterým některá z vybraných sociálních služeb pomohla odrazit se od pomyslného dna.

Zvýšení atraktivity obsahu, ať už formou osobních výpovědí klientů nebo například sociálních pracovníků, by mohlo v kombinaci s proaktivním přístupem v komunikaci stimulovat i zájem regionálních médií o dění v Sokolově.

Celkově lze ovšem hodnotit koncept Sokolovského patriota jako poměrně atraktivní formu informování občanů, která je poutavá i vizuální formou, což opět představuje komunikační příležitost i pro témata spojená se sociálním začleňováním a případné vyvracení mýtů ohledně daného tématu.

Doporučení pro informování o tématech sociálního začleňování pro web a zpravodaj:

- Kromě informativních článků (nová služba ve městě apod.) zařadit širší spektrum žánrů, které poskytnou informace nenásilnou formou - reportáže, profily osobností, rozhovory
- Častější zařazení témat sociálního začleňování do rubrik, které nabízejí více prostoru pro hlubší vysvětlení potřebnosti a významu realizovaných opatření
- Vyčlenit pro témata sociálního začleňování pravidelnou rubriku, kam budou pravidelně svůj obsah umísťovat všichni realizátoři projektů (na základě rámcového harmonogramu)

Sociální sítě

Oficiální profil na Facebooku

Město zřizuje [facebookový profil](#), který využívá pro oficiální komunikaci. V současné době má 7 063 fanoušků a 7 566 sledujících. Profil slouží pro šíření informací o akcích, tipech na výlety v okolí a také o sdílení provozních informací. Na profil často přispívají i obyvatelé Sokolova, kteří prezentují fotky z kulturních akcí nebo se na ostatní obrací se svými problémy nebo dotazy, což není na městských profilech vždy obvyklé. Samotné město vyzývá své „fanoušky“, aby kladli otázky městu skrze formulář „Napište nám“ na městských webových stránkách, což vytváří dojem otevřenosti a transparentnosti.

Veřejné neformální skupiny a stránky

Neformální facebookové skupiny jsou velmi často nástrojem, který může odstartovat mezietské napětí. Pokud dojde k nějakému konfliktu nebo události, lidé mají tendenci je často z vlastního subjektivního a neověřeného pohledu na takových platformách sdílet a odtud se pak šíří dál.

Také v Sokolově několik neformálních skupin existuje. Pravděpodobně nejrelevantnější je v tomto kontextu skupina [Naše Sokolovsko](#), která má v době vzniku místního komunikačního plánu 6,8 tisíc členů. V popisu skupiny je uváděn podtitul „bez cenzury“.

Z pozice města je vždy vhodné podobné skupiny, jakou je právě Naše Sokolovsko, monitorovat, a na případné dezinformace včas reagovat přímo ve skupině nebo dle situace

oficiálním prohlášením. Stejně tak je monitorování dění ve skupinách dobré pro případné zachycení potřeb různých skupin obyvatel ve městě.

Doporučení pro informování nejen o tématech sociálního začleňování na sociálních sítích:

- Propojit komunikaci v rámci členů LP - navzájem sdílet svůj obsah napříč organizacemi a městskými kanály.
- Dodávat více vlastních originálních příspěvků s tematikou sociálního začleňování, viz další kapitoly. Webový obsah vždy vhodně překlomit na sociální sítě.
- Monitorovat neformální skupiny pro sdílení a diskusi vlastního obsahu (za využití soukromých profilů lze i v diskusích pod články z regionálních médií, např. Deníku)

Vize pro oblast komunikace (2021 - 2023)

Komunikace se zaměří, na již realizovaná opatření z oblasti bydlení, prevence kriminality a fakultativních činností. Hlavním cílem je zlepšení informovanosti o dopadech aktivit v oblasti sociálního začleňování pro klienty podpořených služeb i obec jako celek.

Ideálním výsledkem aplikace komunikačního plánu je **příspěť 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.

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 reálné příběhy lidí ze Sokolova a 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.

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

Navrhovaný obsah komunikace

Místní komunikační plán vychází ze dvou základních předpokladů. Prvním z nich je důležitost plánovaných a komplexních kroků k řešení problematiky sociálního vyloučení a zlepšení situace v obci. Druhou tezí, ze které vychází předkládaný komunikační plán, je zásadní postavení preventivních aktivit pro sociální začleňování. Ačkoliv nejsou jejich výsledky prevence okamžitě patrné, tak přinášejí v dlouhodobém horizontu zásadní výsledky a přispívají k pozitivní změně.

Při informování o sociálním začleňování vycházíme z následujících **komunikačních tezí**:



Klíčová témata

Nejvhodnější formou, kterou média nejčastěji a nejraději využívají, jsou konkrétní příběhy. Přiblížení obecné události, obecného problému na příkladu konkrétní životní zkušenosti vybraného člověka je dnes jedním z nejčastějších postupů užívaných v médiích. Je proto dobré se tomuto trendu přizpůsobit. Jedná se o propagaci aktivit projektů konkrétním uvedením

osobního příběhu (pokud potřeba – v rámci zachování anonymity klienta) v rámci mediální informovanosti.

Příklady dobré praxe - zaměřeno na oblast bezpečnosti a bydlení

Lidský příběh ilustrující přínos sociálního začleňování

Příklady vhodného obsahu

- **Reportáž věnovaná sousedskému soužití s klienty sociálního bydlení.** V hledáčku by měly být nejen osobní příběhy samotných klientů, ale také pozitivní praxe soužití se sousedy z majority. Cílem je ukázat, že ani pro majoritu by sociální bydlení nemělo představovat ohrožení jejich zavedené rutiny.
- **Článek v Sokolovském patriotovi o asistentech prevence kriminality.** Je dobré vytipovat takové asistenty, kteří se dobře vyjadřují a jejich příběh tak může být pro čtenáře zajímavý, a může pomoci k destigmatizaci obyvatel žijících ve vyloučených lokalitách.
- **Setkání s novináři z lokálních médií,** kde je seznámíme s úspěchy v sociálním začleňování v lokalitě. Účastnit se mohou vedle novinářů členové lokálního partnerství, Agentury pro sociální začleňování apod.
- **Rozhovor v Sokolovském patriotovi s pracovníkem NNO zaměřené na sociální bydlení** - jak obecně o problematice sociálního vyloučení, tak konkrétní práci na území Sokolova. Rozhovor by měl být na celou stranu, aby se dostal co nejvíce do hloubky.

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	Sokolovský patriot
	Místní tištěná periodika (Sokolovský deník apod.)
	Web města a členů LP
	Facebookové stránky města
	Veřejná setkání a osobní kontakty
	Výlep na frekventovaných místech města
Obyvatelé sociálně vyloučených lokalit	Sokolovský patriot
	Místní tištěná periodika (Sokolovský Deník apod.)
	Web města a členů LP
	Facebookové stránky města
	Osobní kontakty a veřejná setkání
	Sociální pracovníci obcí a NNO
	Výlep na frekventovaných místech města
Členové partnerství lokálního	Sokolovský patriot
	Místní tištěná periodika (Sokolovský Deník apod.)
	Web města a členů LP

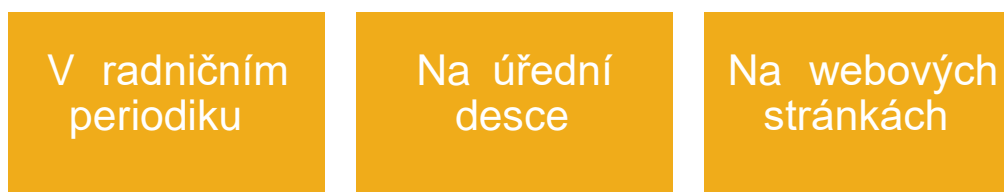
	Facebookové stránky města
	Veřejná setkání
	Osobní kontakty
	Emailová komunikace
	Setkání lokálního partnerství a pracovních skupin
Odborná veřejnost	Místní tištěná periodika (Sokolovský Deník apod.)
	Celostátní tištěná periodika
	Veřejná setkání
	Osobní kontakty
	Emailová komunikace
	Setkání lokálního partnerství a pracovních skupin
	Web ASZ
Politická reprezentace obcí, kraje atp.	Místní tištěná periodika (Sokolovský Deník apod.)
	Lokální televize
	Veřejná setkání
	Osobní kontakty
	Web ASZ
	Setkání lokálního partnerství

Veřejné mínění a zpětná vazba

Sociální politika a sociální začleňování jsou jedněmi z témat, která obec průběžně ke svým občanům komunikuje, a v nichž jim také naslouchá. K nastavení takovéto průběžné komunikace se nabízejí následující nástroje:



Výše uvedenými nástroji město aktivně usiluje o **zjišťování zpětné vazby**. Ta je pravidelně, minimálně však v pololetních intervalech, vyhodnocována. Výsledky hodnocení veřejného mínění jsou vždy zveřejněny:



Aktéři sociální politiky obce a příklady dobré praxe

Veřejnost vnímá, jak se k tématům sociální politiky a sociálního začleňování staví její **představitelé (starostové a zastupitelé)**, potažmo i jednotliví **zaměstnanci radnice**, a **zástupci místních partnerů**. Ti by se v ideálním případě měli stát ambasadory sociální politiky obce a aktivně šířit příklady dobré praxe. Obec jim proto nabízí

- možnost aktivní participace na řešení sociálního vyloučení, a to formou účasti na tematických pracovních skupinách, v projektových týmech, na odborných kulatých stolech, seminářích a workshopech apod.,
- možnost účasti v kampaních obce na podporu opatření sociálního začleňování;
- vzdělávání v oblasti sociální politiky a sociálního začleňování.

Zvláštní pozornost by měla být věnována **vzdělávání mediálních pracovníků obce** o problémech sociálního vyloučení a jejich řešení. Jejich role v informování cílových skupin o tématech sociálního začleňování je klíčová a je vhodné, aby se tito zaměstnanci účastnili jednání Lokálního partnerství, příp. pracovních skupin a byli v úzkém kontaktu se všemi členy Lokálního partnerství. Členové Lokálního partnerství by měli mediálním pracovníkům zprostředkovávat příklady dobré praxe i další podněty pro pozitivní komunikaci tématu.

Doporučený harmonogram

Harmonogram	Komunikační aktivity	Cílové skupiny	Klíčové sdělení
2. pololetí 2021	Tisková zpráva	Všechny	Realizace projektů a opatření na podporu sociálního začleňování a jejich přínos pro město – výhled na následující období.
1x za ½ rok	Tisková zpráva	Všechny	Realizace projektů a opatření na podporu sociálního začleňování a jejich přínos pro město
1 x za ½ rok	Informace na vybraných webových stránkách	Všechny	Přínos asistentů prevence kriminality pro město
1 x za ½ rok	Veřejné setkání	Veřejnost	Prezentace příkladů dobré praxe – kazuistiky z oblasti bydlení
1x za ½ rok	Článek v regionálních novinách	Všechny	Reportáž z terénu – asistenti prevence kriminality.

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	Přínosy sociálního bydlení všem obyvatelům města

Přílohy

Tato kapitola nabízí jednak některé ze služeb, které může Agentura v rámci spolupráce městu a lokálnímu partnerství 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 Agentura 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 uchýlovat 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 nepřítahovat 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 vyše 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 „proočkovaná“ pravdivými informacemi je mnohem méně náchylná k epidemiím mýtů a lží. V době sociálních sítí toto platí dvojnásob.

K tomuto účelu slouží v projektu Systémové zajištění sociálního začleňování podpořeného v rámci ESFČR OP Zaměstnanost takzvané Místní komunikační plány (MKP) a v projektu Inkluzivní a kvalitní vzdělávání v územích se SVL, podpořené v rámci OPVVV 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 a možností.

Zkratky:

ASZ	Agentura pro sociální začleňování
PR Cex ASZ	Centrální expert ASZ v oblasti mediální komunikace
SV	Sociální vyloučení
SVL	Sociálně vyloučená lokalita
SPSZ	Strategický plán sociálního začleňování
OPZ	Operační program zaměstnanost
OPVVV	Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
ESF	Evropský sociální fond