



Evropská unie  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost

# Místní komunikační plán Valašské Meziříčí, 2021-2023

---

Marcela Nosálová, Charlota Dědková

Duben 2021



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  |
| Strategické dokumenty .....                       | 4  |
| Výchozí stav .....                                | 4  |
| Sociální bydlení .....                            | 4  |
| Bezpečnost a prevence kriminality .....           | 5  |
| Shrnutí .....                                     | 5  |
| Komunikační kanály ve Valašském Meziříčí .....    | 5  |
| Webové stránky města .....                        | 5  |
| Zpravodaj – tištěné noviny města .....            | 6  |
| Sociální sítě .....                               | 6  |
| Oficiální profil na Facebooku .....               | 6  |
| Veřejné neformální skupiny a stránky .....        | 6  |
| Vize pro oblast komunikace (2021 - 2023) .....    | 7  |
| Navrhovaný obsah komunikace .....                 | 8  |
| Obecné komunikační cíle .....                     | 8  |
| Osobní příběh vhodný nástroj pro komunikaci ..... | 9  |
| Oblast bydlení a rodiny .....                     | 9  |
| Oblast bezpečnosti a prevence kriminality .....   | 9  |
| Příklady vhodného obsahu .....                    | 10 |
| Cílové skupiny a jejich komunikační kanály .....  | 10 |
| Harmonogram .....                                 | 13 |
| Přílohy .....                                     | 14 |
| Krizová komunikace .....                          | 14 |
| Následná-okamžitá strategie .....                 | 14 |
| Dlouhodobá-preventivní strategie .....            | 16 |

## 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 Valašského Meziříčí představuje souhrn aktivit, které mají podpořit proces sociálního začleňování či zlepšit informovanost o jeho přínosech. Výchozím dokumentem je zde zejména Strategický plán sociálního začleňování, který rámuje problematiku sociálního začleňování a detailně vymezuje cíle Lokálního partnerství Valašského Meziříčí 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 Valašského Meziříčí přibližuje současný stav v oblasti komunikace, vymezuje užívané nástroje i předpokládané cílové skupiny. Nastiňuje možnosti, jak komunikaci témat sociálního začleňování uchopit i z hlediska další případné spolupráce.

David Beňák

ředitel Odboru pro sociální začleňování (Agentury)

## Strategické dokumenty

Předkládaný Místní komunikační plán města Valašské Meziříčí představuje aktivity, které mají za cíl podpořit proces sociálního začleňování a zlepšit informovanost mezi cílovými skupinami.

Výchozími dokumenty jsou Strategický plán sociálního začleňování města Valašské Meziříčí pro období 2018 – 2021. Tento dokument detailně vymezuje cíle Lokálního partnerství Valašské Meziříčí pro dané období. Na jeho základě vznikly projekty z oblastí sociálního začleňování (bydlení, rodina, prevence a bezpečnost, zaměstnanost, vzdělávání aj.), na něž jsou koordinovaně od roku 2019 čerpány prostředky z fondů EU.

## Výchozí stav

**Valašské Meziříčí se do širšího povědomí v souvislosti se stavem sociálního vyloučení pravidelněji nedostává.** Za posledních několik let přesto pronikla do mediálního prostoru v rámci regionu i některá témata související se sociálním začleňováním. Následující odstavce shrnou právě tyto případy a jejich základní tematické rámování ve vybraných prioritách města.

## Sociální bydlení

Valašské Meziříčí má v rámci svých nájemních bytů k dispozici i tzv. sociální bydlení. „Jeho prostřednictvím město aktivně podporuje různé cílové skupiny jako seniory, osoby se zdravotním postižením či ohrožené sociální exkluzí, matky samoživitelky nebo lidi bez přístřeší. Tedy skupiny, které se obtížněji zapojují do komerčního trhu s bydlením.

V médiích kromě samotné existence sociálního bydlení ve městě rezonovala také [rekonstrukce objektu v ulici Jičínská](#), na kterou radnice upozornila i v tiskové zprávě. Ačkoliv zprávu média převzala většinou bez dokreslujícího negativního rámování, v reakci na ni se objevují spíše nesouhlasné komentáře ze strany občanů města, a to zejména v internetových diskusích. Hlavním protiargumentem je názor, že rekonstrukci si nízkopříjmoví obyvatelé nezaslouží, a po ní bude následovat ničení opraveného majetku právě z jejich strany.

Právě osvěta ohledně potřebnosti sociálního bydlení a jeho přínosu pro všechny obyvatele města bude jednou z největších komunikačních výzev v oblasti sociálního začleňování. V následujících kapitolách budou nastíněny způsoby, jak přispět ke změně vnímání klientů sociálního bydlení jako přítěže pro město, zejména formou fokusu na co nejharmoničtější sousedské soužití a jeho komunikaci navenek.

## Bezpečnost a prevence kriminality

Přestože Zlínský kraj zaujímá v celorepublikovém srovnání jednu z nejnižších příček v nápadu trestné činnosti, Valašské Meziříčí naopak stojí na předních příčkách v rámci kraje, což je dáváno do souvislosti s jeho polohou na dopravním uzlu, nijak se nevymyká ze statistických rámců v rámci celé republiky.

Mediální pozornosti se dostalo i některým opatřením, která byla v rámci oblasti bezpečnosti a prevence kriminality ve městě realizována. Jednalo se například o [domovníky-preventisty](#), kteří podporují dobré sousedství, ale také zvyšují bezpečí a zajišťují pravidelnou údržbu a drobné opravy v domech. Malá mediální pozornost byla ovšem věnována asistentům prevence kriminality, kteří jsou naopak v ostatních městech velkou komunikační příležitostí v oblasti sociálního začleňování.

## Shrnutí

V posledních zhruba pěti letech vyšlo několik málo článků v lokálním tisku, které referovaly o sociálních tématech v souvislosti s Valašským Meziříčím. Tyto výstupy nebyly samy o sobě negativně rámovány, oproti dávnější minulosti se neobjevovaly v médiích ani zmínky o závažnějších incidentech v sociálně vyloučených lokalitách nebo neutěšené situaci v sousedském soužití.

Ve městě je vytvořen dobrý prostor pro vlastní pozitivní komunikaci sociálních témat, který je možné zaplnit. Příklady uvedené výše mohou sloužit jako dobrý základ toho, kam by bylo dobré se v komunikaci dále ubírat – velmi by prospělo ale promyšlenější plánování jednotlivých komunikačních výstupů i v souvislosti se strategickými dokumenty, které město ve spolupráci s dalšími aktéry vytváří.

## Komunikační kanály ve Valašském Meziříčí

### Webové stránky města

Pro informování veřejnosti využívá Valašské Meziříčí oficiální webové stránky <https://www.valasskemezirici.cz/>. Zprávy týkající se sociálního začleňování nejsou na první pohled dohledatelné, uživatelé je musí spíše cíleně vyhledávat v aktualitách, případně výčtu realizovaných projektů.

## Zpravodaj – tištěné noviny města

Dosavadní komunikace ohledně témat sociálního začleňování probíhala zejména prostřednictvím městského zpravodaje – **Zpravodaje**.

Na stránkách zpravodaje ani v dalších výstupech Valašského Meziříčí není příliš obvyklé, že by se témata související se sociálním začleňováním ilustrovala na skutečných příbězích, se kterými by bylo možné se identifikovat. Někdy jsou informace navíc zveřejňovány ad hoc bez širšího plánování a cílení a jsou formulována striktně projektovým jazykem. Je nutno zmínit, že zde existuje limit z hlediska personálních kapacit vzhledem k velikosti obce.

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 ve Valašském Meziříčí.

### 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
- Vyčlenit pro témata sociálního začleňování pravidelnou rubriku, kam budou pravidelně svůj obsah umisťovat všichni realizátoři projektů (na základě rámcového harmonogramu)

## Sociální síť

### Oficiální profil na Facebooku

Město má [facebookový profil](#), který využívá pouze pro oficiální komunikaci. V současné době má 11 254 fanoušků a 11 730 sledujících. Profil slouží pro šíření informací o akcích, tipech na výlety v okolí a také o sdílení provozních informací, v posledním roce často souvisejících s pandemií Covid-19. Příspěvky jsou většinou velmi dobře zpracované a doplněné o kvalitní vizuální materiály.

### Veřejné neformální skupiny a stránky

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.

Také pro Valašské Meziříčí několik neformálních skupin existuje. V těch, které jsou teoreticky relevantní, je ovšem zakázáno šíření obsahu, který se netýká kulturních akcí nebo prodeje zboží. V dané situaci je tedy doporučeno monitorovat vznik skupin nových a také obsah těch stávajících (např.: skupina [Valašsko](#)).

### 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.
- Soustředit se více na přidávání vlastních originálních příspěvků s tematikou sociálního začleňování, méně na sdílení příspěvků z jiných stránek
- 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)

Ideálním výsledkem aplikace komunikačního plánu je přispět 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. Valašské Meziříčí by mělo být vnímáno jako zodpovědný aktér, který se staví k problémům proaktivně, a snaží se případným problémům předcházet ve spolupráci s místními organizacemi.

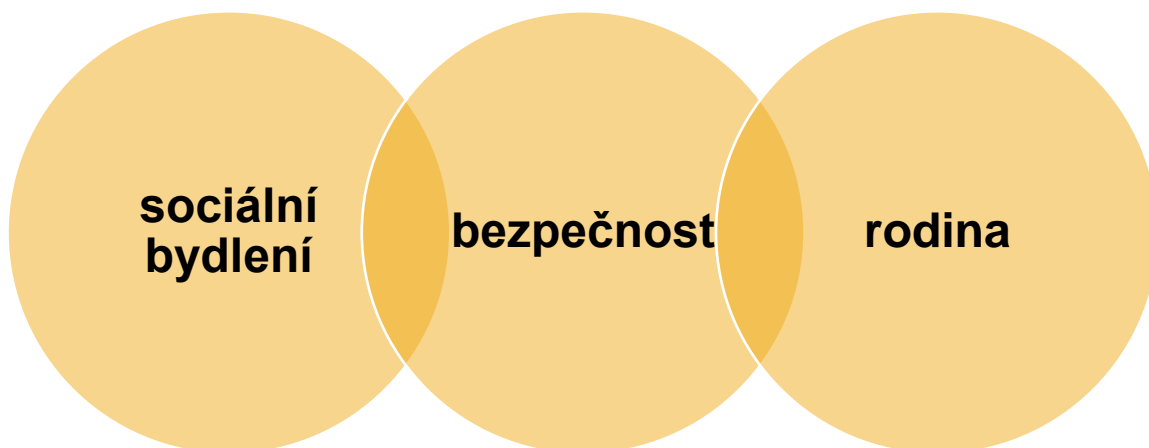
Aby si lidé lépe představili, v čem jsou realizované kroky a nástroje výhodné pro všechny občany města, je třeba je komunikovat záživně, srozumitelně a ilustrativně. Jedním z cílů proto také je najít reálné příběhy lidí z Valašského Meziříčí a okolí, jejichž život tato opatření pozitivně ovlivnila, současně 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 ožehavých tématech, jako je sociální začleňování, předchází tím prohlubování napětí ve městě a zároveň buduje důvěru občanů ve vlastní samosprávu.

Ideálním postupem, pro který je z hlediska komunikace otevřen velký prostor i v podmínkách Valašského Meziříčí, je převzít kontrolu nad komunikací tématu co nejdříve a nejaktivněji, a to v pozitivních konotacích. Jen tak je možné se vyhnout zahrnutí do kouta, kdy zástupci projektů budou pouze reagovat na zkrácené nebo nepravdivé zprávy o jejich tématu.

V případě Valašského Meziříčí mezi ně patří například:



## Navrhovaný obsah komunikace

### Obecné komunikační cíle

**Všichni obyvatelé Valašského Meziříčí budou informováni o vybraných tématech sociálního začleňování.**

Komunikací o obecných tématech, nových trendech či nástrojích v rámci sociálního začleňování se rozšiřuje povědomí obyvatel o oblasti sociálního začleňování. Získávání širších znalostí o tématech je jedním z nástrojů snižování napětí pramenící z neporozumění tématu či ze získaných mylných informací, které se šíří médii.

Prvním krokem by vždy měl být přehled nejčastějších argumentů, které se proti sociálnímu bydlení v mainstreamu objevují, a následné vytvoření vlastních vyprecizovaných argumentů podložených daty (například analýzy finančních dopadů bezdomovectví na veřejné rozpočty), které tyto často šířené mýty vyvrací.



## Osobní příběh vhodný nástroj pro komunikaci

Nejvhodnější formou, kterou média nejčastěji a nejraději využívají, jsou konkrétní lidské příběhy. Přiblížení obecné události, obecného problému na příkladu konkrétní životní zkušenosti vybraného člověka je dnes jedním z nejčastějších postupů užívaných v médiích.

Město na svých komunikačních kanálech věnuje prostor pro propagaci sociálních služeb. Právě osobní příběhy a výpovědi klientů mohou být klíčem k tomu, aby si širší veřejnost informace o dostupnosti lépe zafixovala.

Nastavené aktivity v rámci strategického plánování 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 součástí komunikačního plánu je i snaha zasazovat lokální události do širšího kontextu a informovat o obecnějších trendech, které ale mají výrazný dopad na dění ve městě.

### Oblast bydlení a rodiny

Při komunikaci oblasti bydlení je užitečné vcítit se do role toho, kdo se ocitá v sousedství sociálních bytů a může se stát hlásnou troubou případné kritiky. Na příkladech z ostatních měst a obcí se osvědčilo využívat narativ všeobecné přínosnosti sociálního bydlení nejen pro cílovou skupinu, ale pro obyvatele města nebo konkrétních městských čtvrtí jako celku.

Prostředkem může být například komunikace a **reportování z míst, kde klienti bydlí, včetně perspektivy jejich sousedů**. Pozitivnímu obrazu sociálního bydlení může pomoci právě pohled majoroty, která se necítí novými sousedy nijak ohrožena.

Je doporučeno aktivně komunikovat i **příběhy konkrétních klientů sociálního bydlení**, zejména těch, kteří nenaplnují archetypy často spojované se sociálním bydlením (romská velkorodina), se kterými je možné se pro běžného občana co nejlépe identifikovat.

### Oblast bezpečnosti a prevence kriminality

Pro většinu samospráv bývá nejzásadnějším tématem fakt, zda se občané na území města cítí bezpečně. Stejně jako v dalších koutech republiky je i ve Valašském Meziříčí právě oblast bezpečnosti a prevence kriminality. **Nástroje, které město využívá, například domovníky – preventisty a asistenty prevence kriminality, je záhodno využívat i v rámci komunikace a posilovat jejich prostřednictvím důvěru v městskou samosprávu.**

Cílem komunikaci by ovšem mělo být nejen posilování důvěry ze strany majoroty, ale také destigmatizace. Právě výše uvedené nástroje k podobnému komunikačnímu narativu přímo vybízí – často se jedná o lidi, kteří sami pochází z celospolečensky marginalizovaných skupin, a stávají se tak mostem mezi oběma tábory.

## Příklady vhodného obsahu

- **Reportáž v některém z lokálních deníků o asistentech prevence kriminality.** 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 a jejich příběh tak může být pro média zajímavý.
- **Rozhovor ve zpravodaji s pracovníkem aktivizační služby** - jak obecně o problematice sociálního vyloučení, tak konkrétní práci na území Valašského Meziříčí. Rozhovor by měl být na celou stranu, aby se dostal více do hloubky.
- **Snídaně s novináři z lokálních médií**, kde je seznámíme s úspěchy v sociálním začleňování v lokalitě. Účastnit se budou vedle novinářů členové lokálního partnerství, Agentury pro sociální začleňování apod.
- **Fotoseriál na sociální síť – medailonky s osobním sdělením sociálních pracovníků nebo příběhy klientů, kterým se díky realizovaným opatřením podařilo uspět.** Možno koncipovat i jako „jeden den v životě“. Měl by být kladen důraz i na to, jak je důležité zplnomocnění komunit, a zároveň ilustrovat úspěchy v problematice sociálního začleňování ve Valašském Meziříčí.

V komunikaci mohou pomoci i další průřezové materiály, které byly vytvořeny Agenturou nejen pro potřeby spolupracujících obcí:

- průřezové výzkumy ([životní podmínky obyvatel SVL](#))
- finanční analýzy ([finanční dopady bezdomovectví](#), [předčasné odchody ze ZŠ](#))
- reaktivní analýzy ([změny v dávkách na bydlení nezlepšují školní docházku](#))

## 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   |
|  | Místní tištěná periodika (mutace Deníku apod.)    |
|  | Web města a členů LP                              |
|  | Facebookové stránky města                         |
|  | Veřejná setkání a osobní kontakty                 |
|  | Výlep na frekventovaných místech města            |
| Obyvatelé sociálně vyloučených lokalit | Zpravodaj   |
|  | Místní tištěná periodika (mutace Deníku 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 lokálního partnerství          | Zpravodaj   |
|  | Místní tištěná periodika (mutace Deníku apod.)    |
|  | Web města a členů LP                              |
|  | Facebookové stránky města                         |
|  | Veřejná setkání                                   |
|  | Osobní kontakty                                   |
|  | Emailová komunikace                               |
|  | Setkání lokálního partnerství a pracovních skupin |

|  |   |
|--|---|
| <b>Odborná veřejnost</b>                       | Místní tištěná periodika  |
|  | Celostátní tištěná periodika  |
|  | Veřejná setkání   |
|  | Osobní kontakty   |
|  | Emailová komunikace   |
|  | Setkání lokálního partnerství a pracovních skupin   |
|  | Web Agentury  |
| <b>Politická reprezentace obcí, kraje atp.</b> | Místní tištěná periodika  |
|  | Lokální televize  |
|  | Veřejná setkání   |
|  | Osobní kontakty   |
|  | Web Agentury:<br><a href="http://www.socialni-zaclenovani.cz">www.socialni-zaclenovani.cz</a> |
|  | Setkání lokálního partnerství   |

Je důležité širokou veřejnost nejen informovat o novinkách v oblasti sociálního začleňování, ale také naslouchat veřejnému mínění. K nastavení průběžné a obousměrné komunikace jsou navrženy následující nástroje:

- e-mailová adresa pro dotazy a náměty občanů,
- průzkumy veřejného mínění,
- schránka na radnici pro dotazy a náměty občanů,
- veřejná jednání zastupitelstva,
- veřejná setkání a diskuze s veřejností – např. Veřejné fórum v rámci Zdravého města, případně veřejné konference k reflexi tématu sociálního začleňování,
- webové ankety na stránkách města.

Výše uvedené nástroje lze využít pro zjištění zpětné vazby, která může být vyhodnocována a zveřejňována v místním deníku.

## Doporučený harmonogram

Aby byla komunikace cílená a efektivní, je vždy dobré připravit si konkrétní harmonogram aktivit. V komunikačním plánu předkládáme pouze obecný návrh toho, jak takový harmonogram sestavit. Konkrétní obsahová dimenze bude v případě zájmu naplánována ve spolupráci s městem a může se měnit podle ad hoc událostí v rámci regionu.

| Harmonogram      | Komunikační aktivity   | Cílové skupiny                              | Klíčové sdělení   |
|------------------|--|---|---|
| 2. pololetí 2021 | <b>Informace na vybraných webových stránkách</b>                             | Všechny                                     | Plán aktivit na další období<br>Shrnutí z předchozího období  |
| 1x za ½ rok      | <b>Tisková zpráva</b><br><b>Tisková zpráva</b>                               | Všechny                                     | Realizace projektů a opatření na podporu sociálního začleňování a jejich přínos pro město                                 |
| 1 x za ½ rok     | <b>Informace na vybraných webových stránkách</b>                             | Všechny                                     | Informace k vybranému tématu sociálního začleňování   |
| 1 x za ½ rok     | <b>Veřejné setkání</b>   | Veřejnost                                   | Prezentace příkladů dobré praxe   |
| 1x za ½ rok      | <b>Článek v regionálních novinách</b>  | Všechny                                     | Shrnutí dosavadních výsledků a úspěchů v oblasti sociálního začleňování<br>Konkrétní lidské příběhy<br>Plánované aktivity |
| 1x ročně         | <b>Pravidelný bod o sociálním začleňování na jednání zastupitelstva obce</b> | Politické reprezentace angažovaná veřejnost | Aktuality z oblasti sociálního začleňování  |
| 1x ročně         | <b>Monitoring probíhajících projektů</b>                                     | Politické reprezentace angažovaná veřejnost | Průběh a vyhodnocení realizovaných projektů   |
| 1 x za ½ rok     | <b>Informace v místním deníku</b>  | Všechny                                     | Vyhodnocená zpětná vazba veřejnosti v oblasti sociálního začleňování  |

## 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 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. Agentura 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 Agentura postavit na žádnou stranu konfliktu - jednoduše proto, že nemůže poskytovat neověřené informace. Některým občanům naopak zdrženlivost chybí a šíří ukvapené závěry a spekulace. Agentura 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 Agentury.

### **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 Agentura 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 „proočková“ pravdivými informacemi je mnohem méně náchylná k epidemiím mýtů a lží. V době sociálních sítí toto platí dvojnásob.

K tomuto účelu slouží Agentuře v projektu Systémové zajištění sociálního začleňování podpořeného v rámci OP Z 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.