

ZÁZNAM Z DRUHÉHO SEMINÁŘE

Prezentace

Mgr. Marie Buňatová, výkonná ředitelka MKC

Multikulturní centrum Praha, organizátor tohoto semináře, je nezisková organizace zaměřená na otázky spojené se soužitím lidí z různých kultur v ČR a v jiných částech světa. Od svého založení v roce 1999 neustále rozšiřuje svoji nabídku vzdělávacích, kulturních a informačních aktivit. Pro děti, studenty, učitele, knihovníky, ale i širokou veřejnost připravuje dílny, kurzy, mezinárodní semináře, diskuse, filmové a literární večery, internetové stránky o migraci, multikulturním vzdělávání, multikulturní pořady a projekce či multikulturní knihovnictví. Pro zájemce o multikulturní témata je otevřena veřejná knihovna.

V Multikulturním centru Praha:

- Informujeme nejširší veřejnost i odborníky o soužití etnik v ČR a jiných částech světa.
- Vytváříme prostor pro komunikaci, poznávání a výzkum rozmanitých evropských i mimoevropských kultur a identit.
- Iniciujeme diskusi o migračních procesech, utváření kulturní a etnické identity, vztazích mezi menšinami a většinami, národu a nacionalismu, kulturní pluralitě, vzdělávání a státní politice, postojích k jinakosti.
- Podporujeme interkulturní gramotnost jednotlivců a institucí v ČR.
- Hledáme otázky a odpovědi související se situací různých sociokulturních skupin na území ČR.
- Realizujeme projekty ovlivňující jednotlivce a instituce k vytváření vhodných podmínek pro fungující pluralitní společnost v ČR.

Régina Del Bigo (FAR)

Ráda bych Vám představila evropský projekt INTEGRA v jehož rámci se koná tento seminář.

Projekt INTEGRA má za cíl upozornit na proces integrace osob s postižením do normálního pracovního prostředí, např. do továrny, kanceláří. Ukázat, že zaměstnávání osob s postižením je pro firmy pozitivním faktorem.

Projekt je rozdělen do tří částí: monitorování, zvyšování uvědomění a vyškolení. Nejprve se monitorovalo, jaká existuje nejlepší praxe v oblasti integrace v jednotlivých partnerských zemích. Dále probíhá propagační kampaň zaměřená na veřejnost konkrétně se týkající oblasti zaměstnání. Vznikne výcvikový program pro zvyšování vnímavosti a aktivity zástupců zaměstnanců (výuková pomůcka).

V rámci projektu proběhnou čtyři semináře, z čehož tento je druhým z nich.

Náplň seminářů je následující:

A, způsoby integrace osob s postižením na volný pracovní trh

Integrace osob s postižením do běžného pracovního prostředí Komunikace – Zvyšování - Uvědomění

B, zvyšování uvědomění a senzibilizace veřejnosti, osob v soukromém i veřejném sektoru práce k zvyšování povědomí o integraci osob s postižením

C, Aspekty vzdělávání osob zastupující pracovníky

D, Syntéza všech prací realizovaných během projektu

Pravidelně jsou aktualizované webové stránky www.eu-integra.org nabízející informace o pokroku a výsledcích projektu.

Michaela Vodenková Poláková (MKC)

Vzhledem k tomu, že je tato konference zaměřena na informační kampaně, jsou i vlastní součástí semináře tři kampaně:

Plakáty

Ve vstupní místnosti byly rozvěšeny plakáty skoro ze všech zemí, které se účastní projektu. Plakátů bylo 25. V rohu stál počítač, na kterém byly pouštěny reklamní spoty a informační kampaně ze zemí realizovaného projektu.

Ponožky

Každá osoba při registraci dostala jeden pár ponožek ilustrovaných Pierrem Krollem, renomovaným belgickým karikaturistou.

Po otevření semináře hovořila tajemnice Belgického sdružení Gisèle Marlière ze Socialistického sdružení osob s postižením (Belgie). Kampaň, při které se rozdávaly ponožky probíhala v reálu v zimě 2005 na velkých nádražích v Belgii. Cílovou skupinou byli také politici vlády v Belgii. Kampaň měla za cíl posílit vnímavost široké veřejnosti a politiků vůči obtížím s integrací osob s postižením. Akce byla vnímána velice pozitivně a za velké podpory médií. Účastníci semináře mohli tuto „kampaň“ prožít na vlastní kůži.

Pohlednice

Při registraci každý účastník dostal první pohled ze série. V průběhu konference, o přestávkách, dostávali účastníci další pohlednice. Pohlednice vznikly v rámci kampaně „Ty, My, Všichni jsou si rovni. Rozdílnost se týká celého světa. Můžete to být **VY**“ Socialistického sdružení osob s postižením.

Hesla na jednotlivých pohlednicích:

1. Osoba na vozíčku „Výtah je rozbitý, co budu dělat?“
2. Ale! Kolik dalších? (Bude parkovat na vyhrazených místech pro invalidy?)
3. Pardon, zapomněli jsme na Vás. (osoba se zrakovým postižením před neoznačenými schody)
4. Na jaké úrovni jste vy?

Přednášející:

Handicap: Poradenský projekt pro podnikovou politiku osob s těžkým postižením v Hamburku

Jürgen Baumann, odborný asistent, Arbeit und Leben, Hamburk, Německo

Projekt má za cíl vyrovnávání skutečně existujících nedostatků v přístupu k těžce postiženým v malých a středních podnicích. Projekt se snaží podporovat v podnicích ochranu pracovních míst, podporovat zaměstnávání a vytvářet nová pracovní místa. Cílovou skupinou projektu jsou zástupci podniků, ať už zájmové skupiny či autonomní orgány v malých a středních podnicích do 500 zaměstnanců v Hamburku. Informační a poradenské zaměření projektu typické přímými kontakty má za cíl upozornit zástupce zaměstnanců a nepřímo zaměstnavatelů na koncept prevence a rekvalifikace v rámci sociálního zákoníku. V průběhu procesu poradenství se hledají přesná, ekonomicky výhodná řešení pro konkrétní podnik. V nabídce Arbeit und Leben figuruje aktivní pomoc v podnikové politice těžce postižených zejména v podnikovém managementu. Dále poskytuje informace o regionálních a krajských trzích pracovních míst a pomáhá s jednáním o podpoře závodního vzdělávání a zaměstnávání mladých s postižením. V neposlední řadě vytváří a zprostředkovává kontakty jednotlivých dotazů a další specifické služby. Více informací je na webové stránce organizace Arbeit und Leben. V rámci projektu je vydáván měsíčník „Newsletter“ o aktuálním vývoji politiky osob s postižením. Od roku 2004 bylo 300 zástupců zaměstnavatelů vybaveno informacemi v oblasti integrace osob s postižením do zaměstnávání.

Iniciativa: Zaměstnávání – Zaměstnávání bez bariér

Prezentace Olaf Müller, referent Spolkového ministerstva práce a sociálních věcí, Německo

Přednášel Jürgen Baumann

Tato iniciativa se věnuje vzdělávání a zaměstnávání osob s postižením a zaměřuje se také na podnikovou prevenci. Provádí ji spolkové ministerstvo práce a sociálních věcí ve spolupráci s partnery: zaměstnavateli, odbory, federacemi a sdruženími osob s postižením, spolkovou agenturou pro zaměstnání, regionálními úřady pro integraci, subjekty pověřenými rekvalifikací a službami a instituty pověřenými rekvalifikací, radou pro účast osob s postižením a další. Iniciativa vznikla roce 2004 a bude fungovat do konce roku 2006. Zaměřuje se na podporu vzdělávání postižené a těžce postižené mládeže, zlepšení příležitostí k zaměstnávání osob s postižením v malých a středních podnicích. Tato iniciativa je financovaná ze Spolkového vyrovnávacího fondu a z Evropského sociálního fondu.

Rada pro účast osob s postižením zřídila výbor složený ze zástupců zaměstnanců, ze zástupce Rady pro osoby s postižením, ze zástupců subjektů pověřených rekvalifikací a ze zástupců spolkového ministerstva práce a sociálních věcí. Kromě přijetí vnitřního řádu, vybírá výbor také projekty, které budou financovány z vyrovnávacích fondů. Spolkové ministerstvo práce a sociálních věcí zajišťuje

koordinaci programu „zaměstnávání“ a odpovídá v rámci spolkové vlády za informace o účasti osob s vážným postižením na aktivním životě. Pokud se podíváme na iniciativu v číslech, bylo podpořeno 41 programů, z toho 9 na téma vzdělávání, 19 zaměstnavatelům a 13 na podnikovou prevenci. Brožura obsahující informace o iniciativě „zaměstnávání“, o výhodách zaměstnavatelů, kteří zaměstnávají osoby s postižením, bylo rozdáno stotřicet tisíc kusů. Dále bylo rozdáno patnáct tisíc DVD s informacemi o iniciativě. Třicetpět tisíc osob si předplatilo newsletter. Konalo se více jak 9 konferencí o osobách s postižením.

Debata

Iniciativa Handicap je efektivní, je o ní velký zájem, jak jsem již zmínil, od počátku iniciativy proběhlo 550 poradenských konzultací. Úspěch této iniciativy závisí na přímých kontaktech. Oslovování zástupců podniků bylo v počátcích náročné, ale neb tento zájem plyne ze sociálního zákoníku, tak byly dveře alespoň pootevřené.

Hendikepování a výroba? Výborné spojení!

Ing. Pavel Pěnička, ředitel závodu Siemens Elektromotory, závod v Mohelnici, Česká republika

Pan Pěnička na začátku své prezentace představil závod Siemens Elektromotory, závod Mohelnice. Siemens Elektromotory je jednou z částí Siemens Česká republika. Tato divize je složena ze dvou závodů. Jeden je ve Frenštátě, druhý v Mohelnici. Pro snadnější orientaci, závod Mohelnice je na severu Moravy. Výrobní program závodu je výroba nízkonapěťových třífázových a jednofázových asynchronních elektromotorů. Největší část výroby je zaměřena na motory s hliníkovou kostrou. Vyrábějí ale i motory s kostrou litinovou a obě kostry ve variantě zvýšeného výkonu. Tyto motory jsou použity v kompresorech, čerpadlech, ventilátorech, dopravnících materiálu a jiných. Závod se skládá ze správní budovy, předmontáže/montáže, lisovny, navijárny, logistického centra a slévárny.

Hlavní část prezentace je věnována chráněné dílně, která je součástí závodu a nachází se přímo v areálu průmyslového závodu. Na jejím příkladě pan Pěnička poukazoval na historii vzniku chráněné dílny u nich v podniku. Byla to velká inspirace. Nejprve se pan Pěnička zaměřil na předpoklady vzniku chráněné dílny. K nim patří v hlavní řadě překonání předsudků:

- Zdravotně postižení nejsou jen lidé na invalidním vozíku nebo lidé s bílou holí.
- Chráněná dílna nemusí být ani separované ani izolované pracoviště.
- V chráněné dílně nemusí být vytvořeny odlišné pracovní postupy například s nižším výkonem.

Mezi předpoklady vzniku chráněné dílny patří splnění zákonných požadavků a to v mezích zákona č. 435/2004 Sb. „O zaměstnanosti“ a zvláště paragrafu 76 o požadavcích na zřízení chráněné pracovní dílny. Mezi tyto požadavky patří, že nejméně 60% zaměstnanců je se

Integrace osob s postižením do běžného pracovního prostředí Komunikace – Zvyšování - Uvědomění

zdravotním postižením a chráněná dílna musí být provozována nejméně dva roky.

V minulosti byl průběh zaměstnání u zaměstnanců následující.

A, nástup do zaměstnání

B, zjištění trendu zhoršení zdravotního stavu

C, eskalace zhoršení zdravotního stavu

Nucený odchod ze zaměstnání+ztráta sociálních jistot

D, odchod ze zaměstnání (penze)

V současnosti je průběh následující:

A, nástup do zaměstnání a současně vstupní zdravotní prohlídka. U rizikových pracovišť vyšetření odborné dle doporučení lékaře závodního

AB, pravidelné roční zdravotní prohlídky

B, zjištění trendu zhoršení zdravotního stavu

C, eskalace zhoršení zdravotního stavu

Převedení do chráněné dílny; výběr vhodné práce odpovídající zdravotním možnostem; zachování sociálních jistot zaměstnanců; posílení sounáležitosti zaměstnance s firmou

D, odchod ze zaměstnání (penze)

Je dobré si uvědomit, že zhoršení zdravotního stavu není vyvoláno jen zatížením v práci. Včasná identifikace trendu zhoršení zdravotního stavu je prevencí vzniku trvalé změny pracovní schopnosti.

Cílem chráněné dílny v Mohelnici bylo umožnit plnohodnotné pracovní uplatnění zaměstnanců se zdravotním postižením na pracovištích odpovídajících jejich zdravotním možnostem a dále efektivní využití časového fondu zaměstnanců se zdravotním postižením. Opatření nutná ke vzniku chráněné dílny byla:

- vyčlenění pracovních operací z výrobních úseků a soustředění pod samostatné středisko
- zařazení zaměstnance do chráněné dílny je ošetřeno smluvním vztahem se zaměstnavatelem
- ergonomická úprava pracovišť s cílem maximálního uzpůsobení potřebám zaměstnanců se zdravotním postižením
- před zařazením na pracoviště zdravotní prohlídka na konkrétní zdravotní možnosti zaměstnance
- na dílně je zaměstnanci přidělena pouze operace odpovídající jeho zdravotním možnostem.

Chráněná dílna je samostatné nákladové středisko. Mistr je podřízen vedoucímu útvaru výroby. Chráněná dílna má celkem 50 zaměstnanců. Z toho je 32 zaměstnanců se zdravotním postižením. Z tohoto počtu je jeden těžce postižený a sedm je osob v částečném invalidním důchodě. Co se týče počtu osob se zdravotním postižením, tak těch je v závodě celkem osmdesát osm. V souhrnu závod v Mohelnici plní povinný podíl na 6,6%. Chráněná dílna má čtyři části.

Jedná se o části:

Integrace osob s postižením do běžného pracovního prostředí Komunikace – Zvyšování - Uvědomění

- navijárnu
- montáž
- výdejnu
- poštu.

Po této části prezentace pan Pěnička uvedl extrémní příklad ženy, která před vznikem chráněné dílny byla třičtvrtě roku na neschopence, po zařazení do chráněné dílny to bylo čtrnáct dnů.

Debata

Závod Mohelnice dlouhodobě spolupracuje s oddělením pracovního lékařství ve fakultní nemocnici v Olomouci. Odtud také doktoři dojíždějí za zaměstnanci či měří dle pravidel ergoterapie zdravotní zatížení. Reakce na prohlídky byly zprvu negativní. Mezi další podporu zaměstnanců patří preventivní zdravotní programy zaměřené na aktivní trávení volného času a taktéž na masáže. Tyto nabídky jsou uzpůsobeny typům práce. Žádný náběr pracovníků do naší chráněné dílny jsme nedělali, byly tam zařazeni kmenoví zaměstnanci. Chráněnou dílnu propagujeme prostřednictvím účasti na konferencích, publicitou v rámci Siemens s.r.o. Několik podniků mělo zájem o informace, jak zřídit chráněnou dílnu. Těmto i jiným zájemcům je závod v Mohelnici po domluvě přístupný k návštěvě i odborné diskusi. Neexistují žádné „přátelské programy“ (spojení osoby s postižením s jednou osobou bez postižení) neb se v závodě zaměstnanci znají.

Zaměstnávání osob se zdravotním postižením

Mgr. Jana Majerová, Vedoucí oddělení specifických podpor zaměstnanosti, Ministerstvo práce a sociálních věcí, Česká republika

Paní Majerová hovořila o nastavení právního rámce v oblasti zaměstnávání osob s postižením v České republice. V České republice existují dva právní předpisy, které se této problematice týkají. Jedná se o zákon č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti, ve znění pozdějších předpisů, o vyhlášku č. 518/2004Sb., kterou se provádí zákon č. 435/2004 o zaměstnanosti. Za osoby se zdravotním postižením jsou v České republice považovány fyzické osoby: plně invalidní, částečně invalidní a zdravotně znevýhodněné. Těmto osobám se poskytuje zvýšená ochrana na trhu práce. Jedná se o zvýšenou péči při zprostředkování zaměstnání; pracovní rehabilitaci; individuální akční plán – tj. teoretická a praktická příprava pro zaměstnání; příprava k práci a specializované rekvalifikační kurzy.

Dalším tématem byly práva a povinnosti zaměstnavatelů a spolupráce s úřady práce.

Zaměstnavatelé jsou povinni:

- informovat o volných pracovních místech vhodných pro osoby se zdravotním postižením;
- rozšiřovat možnosti zaměstnávání osob s postižením tj. přizpůsobovat pracovní místa a podmínky;

Integrace osob s postižením do běžného pracovního prostředí Komunikace – Zvyšování - Uvědomění

- spolupracovat při zajišťování pracovní rehabilitace;
- vést evidenci osob se zdravotním postižením
- vést evidenci pracovních míst vyhrazených pro osoby s postižením.

Po úřadech práce mohou požadovat:

- informace a poradenství;
- součinnost při vyhrazování vhodných pracovních míst;
- spolupráci při řešení individuálního přizpůsobení místa
- spolupráci při vytváření vhodného pracovního místa.

Dle zákona o zaměstnanosti § 81 až 83 mají zaměstnavatelé s více než 25 zaměstnanci povinný podíl 4%. Tento podíl je možno plnit zaměstnáváním osob s postižením v pracovním poměru; odběrem výrobků a služeb od zaměstnavatelů zaměstnávajících více než 50% OZP nebo chráněných dílen nebo náboženských společností, státem registrovaných církví nebo osob s postižením samostatně výdělečně činných. Anebo zadáváním zakázek těmto subjektům. Poslední možností povinného podílu je odvod do státního rozpočtu. Tyto způsoby plnění lze vzájemně kombinovat. Odvod do státního rozpočtu nemohou plnit zaměstnavatelé, kteří jsou organizačními složkami státu nebo jsou zřízeni státem. Pro usnadnění zaměstnavatelů existuje katalog organizací zaměstnávajících více než 50% osob se zdravotním postižením.

Opatřeními k zaměstnávání osob s postižením je tedy povinný podíl a dále dle § 78 zákona o zaměstnanosti - finanční podpora zaměstnavateli (příspěvek na zřízení chráněného pracovního místa, příspěvek na zřízení chráněné pracovní dílny a příspěvek na částečnou úhradu provozních nákladů chráněného pracovního místa či chráněné pracovní dílny). Finanční podporu může získat také osoba s postižením, která je výdělečně činná.

Další možnosti finanční podpory pochází od úřadů práce.

Jedná se o programy:

- aktivní politika zaměstnanosti,
- cílené programy k řešení zaměstnanosti a ESF - operační program rozvoje lidských zdrojů.

Nástroje aktivní politiky zaměstnanosti dle § 104 zákona o zaměstnanosti jsou:

- vytvoření nového pracovního místa,
- podpora mzdových nákladů.

Mezi nenárokové nástroje patří zmapování situace na trhu práce a informace o struktuře uchazečů o zaměstnání v evidenci. V rámci programu ESF to jsou opatření OPRLZ, grantová schémata pro regiony a nadregionální grantová schémata pro kraje.

K podpoře informovanosti veřejnosti, zaměstnavatelů atd. existuje integrovaný portál Ministerstva práce a sociálních věcí na kterém je možné nalézt informace o zaměstnanosti v ČR, státní sociální

podpoře, EURESu, MPSV, České správy sociálního zabezpečení, portál veřejné správy a další.

Dalším komunikačním kanálem je Call centrum služeb zaměstnanosti. Je možné zde získat informace o rekvalifikaci, trhu práce, o aktivní politice zaměstnanosti, o cílených programech k řešení zaměstnanosti, o uspokojování mzdových nároků zaměstnanců při platební neschopnosti zaměstnavatele a o informacích o volných pracovních místech. Mimo informací je prostřednictvím telefonu poskytováno poradenství pro zprostředkování zaměstnání, speciální poradenství a poradenství o trhu práce a zaměstnanosti v EU (EURES).

Respekt: Informační kampaň Evropské komise (Zaměstnávání, Sociální příležitosti a Rovné příležitosti) založená na antidiskriminační legislativě EU
Alice Milstein – Silbermann z Media Consulta a Romana Slaninová z Omnimedia, s.r.o.

Příspěvek byl věnován informační kampani k překonávání diskriminace a k poskytnutí rozmanitosti v zaměstnávání. Hlavní cíle jsou:

- Informování osob, zvláště zaměstnavatele a zaměstnance, o jejich právech a povinnostech pod Evropskou a národní legislativou.
- Podporovat „rozmanitost“ jako pozitivní koncept k překonání diskriminace v EU
- Posílit a rozšířit síť investorů.

Tato kampaň je jednotná pro celou Evropskou unii, ale je v jednotlivých zemích „ušita na míru“. Bylo nutno ji přizpůsobit a dodat jí emoce, aby o ní měla média zájem.

Kampaň probíhá skrze PR DIALOG.

Přiblížení kampaně probíhá na různých úrovních:

- dialog s cílovou skupinou, interakce s veřejností,
- individuální přiblížení
- dvojcestná komunikace.

Skupiny, které jsou do kampaně vtaženy jsou následující:

- média,
- veřejnost,
- neziskové organizace,
- politické instituce,
- zájmové asociace,
- oběti diskriminace, s
- sociální partneři

Vzkazy, které kampaň nese:

Diskriminace v zaměstnávání je nezákonná.

Jsme všichni jiní, našťastí.

Rozmanitost dělá svět bohatší a přispívá k lepšímu světu.

Heslo kampaně je **Za rozmanitost. Proti diskriminaci.**

Prostředky kampaně jsou:

- Společný plakát (fotografie s 40 „rozmanitými“ a jedinečnými lidmi)
- Novinářská cena 2005 – cílová skupina byli novináři. Akce probíhala v 25 zemích EU. Podporovala novináře k reflexi nad tématem diskriminace. Články přispívají k lepšímu veřejnému pochopení přínosů rozmanitosti a boji proti diskriminaci v zaměstnání. V roce 2005 bylo získáno 400 příspěvků.
- Reklamní plakáty ve veřejných prostranstvích.
- Evropský kamión – třicet tun vážící vozidlo přiváží informace o evropské i národní legislativě zaměřené proti diskriminaci na pracovišti. V kamiónu byl vytvořen prostor k poskytnutí informací a k zábavě. Informace byly dostupné i v Braillově písmě; existoval výtah pro vozíčkáře, aby se do nákladního automobilu dostali apod. Evropský kamion projížděl celou Evropou, hlavně těmi oblastmi, kde to bylo nejvíce potřeba. V České republice byl v říjnu před Vysokou školou ekonomickou.
- Běh za rozmanitost – maratony spojují lidi, kteří běží pro stejný důvod. Velice zajímavý námět pro média. Více jak 8000 lidí běželo spolu s mottem „Za rozmanitost. Proti diskriminaci“.
- Konference SME 2006 – informační konference pro podnikatele.
- Soutěž na MTV – zaměřeno na mladé lidi, dospívající skrze jeden program v celé Evropě. Komunikace s mladými jejich jazykem, jejich komunikačními kanály, muzikou, kulturou a identitou. „Pokud byste měli jednou fotografií vyjádřit lidskou rozmanitost, jaká by to byla?“
- Boření stereotypů – soutěž pro mladé studenty užitého umění, grafického designu a vizuální komunikace, kteří měli za úkol vytvořit kreativní obrazy propagující rozmanitost pro mladé. Tyto obrazy/plakáty byly vystaveny v Berlaimontu a výstava dále putovala s kaminómem do 13 zemí EU. Výstava obsahovala 30 nejlepších plakátů pro mladé.
- Internetový odkaz www.stop-discrimination.info - široká platforma informací EU. Na odkazu existují následující sekce: pro zaměstnavatele, evropské informace o legislativě, evropská platforma pro výměnu informací pro neziskový sektor, národních odkazů s národními údaji, jedinečná knihovna ve všech jazycích.
- Informační materiál – byly vytvořeny nové materiály s účelem reflektovat národní situace a podpořit aktivity našich národních pracovních skupin. Tyto materiály obsahovaly: sady nástrojů poskytující dostupné informace o legislativě a detaily o tom, kde najít další rady; národní informační letáky s přehledy národních situací; a brožury poskytující hlubší informace a zahrnující příspěvky od našich partnerů, plakáty, letáky, DVD v národních jazycích a čtyři menší internetové odkazy.

Debata

Žlutý kamión zastavil 12.10.2006 v Praze před budovou Vysoké školy ekonomické v Praze. Ohlas kampaně určené pro mladé lidi prostřednictvím MTV byl obrovský, jsme rádi, že jsme prostřednictvím tohoto kanálu oslovili skupinu lidí, ke kterým se jinak špatně dostáváme. Běh za rozmanitost nebyl realizován v Praze, ale pokud vím, tak při běhu v Bruselu jej běžel Váš minulý premiér Vladimír Špidla.

Komunikace a zvyšování uvědomění. Jak dělat dobrou propagační kampaň.

Sara Castellanos, projektová koordinátorka, ASPAYM, Madrid, Španělsko

Příspěvek byl věnován tématu, jak připravit dobrou kampaň. Realizace kampaní je klíčová pro zvyšování kvality životů lidí s postižením. Všechny změny, které se udály za posledních 50 let (jako je právo na vzdělání, zahájení antidiskriminační legislativy, profesní zapojení a mnoho dalších), byly iniciovány lidmi, kteří uspořádali kampaň za jejich vznik.

Stále zbývá spousta věcí, které je třeba vykonat, aby bylo zajištěno, že lidé s postižením mají stejná práva jako ostatní občané intaktní společnosti. Lidé s postižením stále nemají vyrovnanou možnost podílet se na činnostech běžného života nebo získání podpory, která by jim umožnila činit skutečná rozhodnutí. Jejich schopnosti a potřeby nejsou chápány širokou veřejností, firmami, medií nebo vládou.

To znamená, že je nutné uskutečňovat kampaně na lokální, národní i evropské úrovni. Jedině uskutečnění kampaní umožní změny, které jsou potřebné pro lidi s postižením dosáhnout jejich skutečného potenciálu.

Z pohledu komunikační strategie v interpretaci sociálního znevýhodnění chybí pozitivní ohlasy ve vztahu k lidem s postižením jak ze společnosti tak z pracovního trhu. Zaměstnavatelé, kteří nemají informace o pracovních schopnostech této části populace, si utvořili svou představu a odmítají jí nabízet práci. Tato zkreslená a stereotypní představa o lidech s postižením způsobila zpětnovazební cyklus. Tento cyklus, který je živěn negativními přívlastky, může být přerušen plánovanou a cílenou informační strategií. Vhodná komunikační strategie může pomoci vytvořit novou interpretaci sociálního znevýhodnění.

Celá kampaň musí být založena na vytvoření vhodného strategického plánu, složeného ze dvou částí.

1. předešlé studie, kontakty atd., směřovat přímo do masových médií, sociálním agentům, zaměstnavatelům, odborovým organizacím atd.
2. komunikační akční plán: směřovat skupině lidí s postižením, za účelem posílení jejich pracovní schopnosti

Toto vše prostřednictvím vhodné sociální komunikace. Vždy je důležité zahrnout osoby s postižením do všech etap kampaně. Zahrnutí rodin nebo asistentů osob se závažným postižením a osob,

kteřé nemohou vyjádřit své potřeby, je rovněž důležité. Důležitost spočívá v následujících 3 důvodech:

- *dobrá příprava* (jediná možnost, jak zjistit, jaké změny jsou pro osoby s postižením podstatné, je jejich účast na přípravách a rozhodnutí podoby kampaně);
- *důvěryhodnost*: nevládní neziskové organizace se stále více zaměřují na osoby, které je reprezentují. Kampaň, která jednoznačně zapojuje osoby s postižením bude přesvědčivá. Lidé, které chceme ovlivnit nebudou moci snadno odmítat naše argumenty, pokud budeme přímými prostředníky těch, kterých se to bezprostředně týká;
- *dopad*: přímý kontakt s osobami, kterých se problematika bezprostředně týká poskytne kampani daleko větší důraz.

Existují zlatá pravidla pro dobrou kampaň, aby byla kampaň úspěšná: *cíle, informace, posluchači, načasování, spolupráce*. První věc při rozhodování se o přípravě kampaně je stanovení cílů, kterých chceme dosáhnout. První a nejdůležitější je rozhodnutí zda je kampaň aktuálně potřebná. Zároveň se musíme zaměřit na prezentování jasného prohlášení. To pomůže dosáhnout vytyčených cílů kampaně a poskytne jasný signál cílové skupině lidí, kteří činí rozhodnutí, médiím a veřejnosti. Získání *informací*, které potřebujeme k podpoře kampaně. Tajemství každé úspěšné kampaně spočívá v nalezení důkazů, které přesvědčí lidi o našich argumentech. První věc, kterou je třeba udělat je důkladné prozkoumání podkladů kampaně. Je bezpodmínečně nutné znát fakta a být schopen je podpořit důkazy pro získání důvěry posluchačů. Výběr skupiny *posluchačů* a zvolení metody, která bude pro kampaň nejvhodnější. Musíme si vybrat cílovou skupinu, která má moc věci měnit a tak naplnit úspěch kampaně. Existují také lidé, kteří nemohou činit rozhodnutí, ale kteří mohou podpořit kampaň veřejným publikováním. Do této skupiny patří široká veřejnost a média. Užití vhodných prostředků pro prezentaci informací cílové skupině, kterou chceme ovlivnit, je klíčový aspekt kampaně. Je třeba zjistit, kdy budou konána rozhodnutí, abychom je mohli ovlivnit (*načasování*). Kampaň je daleko úspěšnější, pokud všichni lidé pracují na stejném cíli (*spolupráce*).

Při pořádání kampaní je nezbytné vybrat vhodný název kampaně. Rozdělit jednotlivým lidem přípravné skupiny jednoznačné úkoly. Např. jeden člověk koordinuje styk s médii, jiný připravuje zprávy, a další pracují na rozvíjení vztahů s lidmi, kteří budou odpovědni za rozhodování. Pokud mají lidé definované role, cítí větší pocit účasti. Nesmírně důležitá je i publicita kampaně, oznámení akce na co nejvíce místech. Pokud oznamujeme akci na různých místech ve velké intenzitě, můžeme si být jisti, že budou všichni, kteří by se měli akce zúčastnit, o této příležitosti vědět. Je třeba myslet na to, aby bylo oznámení dostupné všem. Zaměříme se například na velikost písma, aby bylo tučné a dostatečně velké a čitelné, zřetelně viditelný datum, čas a místo konání akce. Je třeba vybrat místa, kde je možné akci bezplatně oznámit.

Umístění oznámení do regionálních novin je velmi dobrá cesta oznámení akce. Místo setkání musí být dostupné pro všechny občany. Pokud je v rámci naší kampaně veřejná akce, je vhodné mít dobrého moderátora, aby kampaň dobře zviditelnil a strukturoval. Výběr moderátora závisí především na druhu kampaně, nicméně vždy vybíráme někoho sympatického a pokud možno experta v dané oblasti. V průběhu kampaně je nutno definovat cíle akce. Je důležité, aby všichni lidé, kteří akci připravují, znali její cíle a souhlasili s nimi. Jednou z cest jak k tomu dojít je, aby lidé nahlas navrhovali cíle, které jsou zapisovány na flipchart. To také znamená, že budou všichni zahrnuti do rozhodování o podobě kampaně. Nakonec by mělo dojít k vyhodnocení úspěchů a neúspěchů. To je ale možné pouze v případě, že na začátku dojde k jasnému vymezení cílů. Metody kampaně mohou být různorodé, je vhodné hledat ty nejefektivnější a zůstat přitom kreativní. Možnosti jsou následující: psaní dopisů a petic, tvorba letáků a plakátů (jednoduchost, výrazné titulky, dobře čitelný tisk), distribuční senzace (např. fotografie lidí s postižením), média lokální i celoplošné.

Pro ilustraci bych tu popsala kampaň **Připravit, pozor, teď**, která proběhla ve Španělsku v roce 1996 v režii charitativní organizace ONCE. ONCE se pracuje s lidmi s postižením hlavně prostřednictvím soustavného zvyšování povědomí prostřednictvím mediálních kampaní. Tyto kampaně jsou uznávány z několika důvodů: hluboká znalost diskutovaného tématu, dobře zvolená kritéria, velká kreativita při tvorbě reklamy, propracované výstupy, které obsahují možné varianty.

Následují 4 TV spoty. Tyto spoty nám představují 2 velmi podobné osoby, které nám říkají, že hledají práci. Pro jednu osobu bude nalezení práce těžší, protože má nějaké postižení. Protože se obě osoby chovají stejně, je pro pozorovatele nemožné odhadnout, která z nich je s postižením. V těchto TV spotech jsou zdůrazněny následující aspekty: provedení, obsazení osob, rytmus, úprava, text a důvěryhodnost, která je z provedení patrná. Obsah těchto spotů přináší 2 pozitivní informace:

- Lidé s postižením jsou dobře připraveni na vstup do pracovního procesu/na pracovní trh
- Rovné příležitosti pro všechny

Druhou ukázkou je TV spot **Obra Social Caja Madrid**. Týká se integrace lidí s postižením obecně. Spot byl natočen charitativní organizací banka *Caja Madrid* v průběhu loňského roku.

Závěrem bych chtěla říci, že není třeba být profesionální organizátor kampaní s léty praxe v jejich pořádání, aby byla kampaň úspěšná. Je třeba pouze odhodlání, energie a víra v to, co děláme.

Závěr semináře

Michaela Vodenková Poláková, Multikulturní centrum Praha

Ráda bych účastníkům poděkovala za účast a přednášejícím za jejich příspěvky.

Régina Del Bigo, FAR

Integrace osob s postižením do běžného pracovního prostředí
Komunikace – Zvyšování - Uvědomění

Nakonec bych chtěla poděkovat Multikulturnímu centru Praha za zorganizování celého semináře a všem účastníkům za jejich zájem. Věřím, že informace, které zde zazněly využijete ve své práci či Vám dodaly energii do další práce.