

# Gondoskodjunk közösen Starajme sa spolu

SKHU/WETA/2101/4.1/004

## Kommunikációs stratégia Komunikačná stratégia

**A projektben résztvevő partnerek**

**Partneri zapojení do projektu**



Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény – Győr, Magyarország  
Spojená zdravotná a sociálna inštitúcia – Győr, Maďarsko



Ambrózia Idősek Otthona – Somorja (Šamorín), Szlovákia  
Domov seniorov Ambrózia – Šamorín, Slovensko

Kommunikációs stratégia [PDF]

ISBN 978-615-82096-0-1

## Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék.....	2
Bevezetés.....	4
Sikeres projektkommunikáció .....	5
A célcsoport kiválasztása .....	5
Az üzenetek megfogalmazása .....	6
A kommunikáció vizuális megjelenése .....	6
A megfelelő médiamix kialakítása .....	6
A megfelelő „szóvivő” kiválasztása.....	7
Kérjük kommunikációs szakemberek segítségét .....	7
Gondoskodjunk közösen .....	8
Alapadatok a projektről .....	8
A projekt általános bemutatása .....	8
Az Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény céljainak bemutatása .....	9
Az Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény által alkalmazandó kommunikációs üzenetek .....	11
Kulcsszavak az Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény kommunikációjához..	12
Az Ambrózia Idősek Otthona céljainak bemutatása .....	13
Az Ambrózia Idősek Otthona által alkalmazandó kommunikációs üzenetek .....	14
Kulcsszavak az Ambrózia Idősek Otthona kommunikációjához.....	15
Kommunikációs tevékenység .....	17
Médiapiaci helyzetkép az érintett településeken.....	17
Az Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény kommunikációs tevékenysége .....	18
Az Ambrózia Idősek Otthona kommunikációs tevékenysége .....	19
Projekt arculat .....	20
Nyilatkozati rend .....	20
Impresszum.....	21

## Obsah

Obsah .....	3
Úvod .....	22
Úspešná projektová komunikácia .....	23
Výber cieľovej skupiny .....	23
Formovanie účinných správ .....	24
Vizuálny vzhľad komunikácie .....	24
Vytvorenie vhodného mediálneho mixu .....	24
Výber vhodného „hovorca“ .....	24
Obráťme sa na komunikačných profesionálov .....	25
Starajme sa spolu .....	26
Základé údaje o projekte .....	26
Všeobecné predstavenie projektu .....	26
Predstavenie cieľov Spojenej zdravotnej a sociálnej inštitúcie .....	27
Komunikačné správy použité Spojenou zdravotnou a sociálnou inštitúciou .....	28
Kľúčové slová v komunikácii Spojenej zdravotnej a sociálnej inštitúcie .....	30
Predstavenie cieľov Domova seniorov Ambrózia .....	31
Komunikačné správy použité Domovom senoirov Ambrózia .....	32
Kľúčové slová v komunikácii Domova seniorov Ambrózia .....	33
Komunikačná činnosť .....	34
Situácia na mediálnom trhu v dotknutých mestách .....	34
Komunikačná činnosť Spojenej zdravotnej a sociálnej inštitúcie .....	35
Komunikačná činnosť Domova seniorov Ambrózia .....	36
Imidž projektu .....	37
Poriadok vyhlásení .....	37
Impressum .....	38

## Bevezetés

---

Ha marketingről, PR-ről valamint vállalati kommunikációról esik szó, gyakran előfordul, hogy az automatikusan a piacorientált és üzleti vállalkozások tevékenységének elengedhetetlen részeként jut eszünkbe. Meglehet, hogy a szóban forgó fogalmakat az iskolákban is üzleti tevékenységekhez kapcsolódóan oktatják és azok elsődlegesen az üzleti szféra világából erednek, mégis be kell látni, hogy manapság már nem csak a business-orientált cégek, hanem **az állami, önkormányzati és civil szervezetek esetében is nélkülözhetetlen a sikerhez a szakszerűen megtervezett és megfelelően kivitelezett marketing és kommunikációs tevékenység.**

Ez utóbbiak esetében, mivel non-business szervezetekről van szó, a siker nem kizárólag pénzügyi formában jelentkezik. Egy közszolgáltatást nyújtó vállalat vagy intézmény esetében például sikerként könyvelhetjük el azt is, ha a megfelelően alkalmazott kommunikáció következtében nő a hulladékot szelektálók köre, a szociális ellátórendszer esetén pedig azt, ha egyre többen ismerik fel, hogy szakember segítségére van szükségük idős hozzátartozójuk megfelelő színvonalú ellátásához.

A sikerhez vezető út is eltérő a business és non-business szférában. Az üzleti világban a vállalkozónak személyes anyagi érdeke, hogy a fogyasztást minél inkább ösztönözze, hiszen minél többet ad el, annál több haszonra tesz szert. Ezzel szemben a közszférában a tulajdonos az állam vagy a helyi önkormányzat, ezért a szervezet vezetője nem féltetlenül érdekelt közvetlenül a minél eredményesebb működésben, vagy a szakmai tudásán túl nincs birtokában aszükséges marketing és kommunikációs ismereteknek.

További nehézséget jelent, hogy a non-business szervezetekben sokszor nem tudatosul, hogy nekik is vannak „vásárlók”, és hogy tevékenységüket a tulajdon mellett a közösség is értékeli, éppen ezért arra sem fordítanak figyelmet, hogy a célközönséget informálják, kommunikáljanak velük, avagy kínálatukat bővítsék és fejlesszék.

Manapság azonban egyre többen teszik magukévá azt a tudatos fogyasztói felfogást, hogy az adó és járulékok megfizetésével tulajdonképpen fizetnek a közszolgáltatásokért, ezért azok színvonalával kapcsolatban egyre kritikusabbak és jogosan elvárásaik vannak. Éppen ezért az áhított siker érdekében a közszolgáltatást nyújtó szervezeteknek prioritásként kell kezelnie a társadalom megfelelő tájékoztatását, a közvélemény célorientált formálását, ez pedig kizárólag az előremegtervezett és jól megvalósított kommunikációval és erre felkészült szakemberekkel érhető el.

## Sikeres projektkommunikáció

---

Egy európai uniós támogatásból megvalósuló program esetén is elengedhetetlen a megfelelő kommunikáció, hiszen annak sikeressége az egyik olyan mérőszám a projekt szakmai eredményei mellett, melyet a támogató mérni tud. Éppen ezért az egész projekt hatékonyságának megítélésénél a kommunikációs tevékenység eredményeit is figyelembe veszik, így az hatással van a kapott támogatás felhasználásának jóváhagyására is.

Mivel a támogatásból kommunikációra, azaz – pályázati szaknyelven – a kötelező nyilvánosság biztosítására fordítható összeg a legtöbb pályázatban maximalizálva van, ezért nagyon sok múlik a projekt előkészítő szakaszában a kommunikáció megtervezésén, a megvalósítás során pedig a kommunikációra fordítható keretösszeg megfelelő felhasználásán.

Ez jelenti a célcsoport meghatározását, a hatékony üzenetek megfogalmazását, a célcsoport tájékoztatásához leginkább megfelelő médiamix kiválasztását is, de magában foglalja a kommunikáció vizuális megjelenésének, azaz arculatának kialakítását is. Emellett szükséges olyan „szóvivő” kijelölése is, akik a sajtóban megjelenésükkel, hiteleségükkel és felkészültségekkel képesek a célcsoportok megnyerésére. Ezen tényezők megfelelő együttállása képes csak elérni a sikert.

A pályázatok nyilvánosság biztosítására vonatkozó követelményeit is célszerű úgy megközelíteni, illetve úgy tekinteni rá, mint a pályázat által finanszírozott kommunikációs lehetőség, ahol úgy léphetünk kapcsolatba a célcsoportjainkkal, hogy annak költségét nem nekünk kell megfizetnünk. Ezért van kiemelt jelentősége annak, hogy ne csak a projekt szakmai megvalósításakor gondolkodjunk szakemberek bevonásában, hanem a kommunikáció során is, és média szakemberekkel együtt dolgozzuk ki a projekt kommunikációs tervét.

### A célcsoport kiválasztása

Mielőtt nekifogunk a kommunikációnak, fontos, hogy előre, pontosan meghatározzuk, **kiknek szánjuk az üzeneteinket**, hiszen ez az alapja mind a konkrét üzenet megfogalmazásának, mind a médiatevékenység megtervezésének.

Általános lakossági szemléletformálás esetében a közvélemény elérése érdekében a célcsoport szűkítése nélkül is megfogalmazhatók az alapüzenetek, hiszen ez szolgálja a társadalmi szemléletformálás leghatékonyabb módját. Azonban egy olyan projekt esetében, ahol egy meghatározott célcsoport elérése a cél, érdemes előre meghatározni az elsődleges és az esetleges másodlagos célcsoportokat. Az előbbihez azokat soroljuk, akiket projekt közvetlenül érint, illetve akiket közvetlenül befolyásolni szándékozunk. A kommunikációs aktivitások fókuszában ők állnak, így az erőforrások és energiák nagy részét rájuk érdemes irányítani. A másodlagos csoportba azokat soroljuk, akiket a projekt tevékenysége közvetlenül nem érint, de véleményük fontos lehet a program megítélésében.

## Az üzenetek megfogalmazása

Ha meghatároztuk a kommunikáció célcsoportjait, akkor a következő fontos lépés a kommunikációs üzenetek meghatározása. A kommunikációs tevékenység során a Non-business szervezetek esetében beszélhetünk:

- informálásról, tájékoztatásról (pl. a koronavírus-járvány miatt a látogatási rend változása), illetve
- szemléletformálásról és meggyőzésről (pl. nem szégyen segítséget kérni idős hozzátartozónk ellátásában).

Ha valamilyen szolgáltatás igénybevételéről van szó, alapvetően megnehezíti a kommunikációt az a tény, hogy **a kínált szolgáltatás nem kézzelfogható, ezért nehezen ábrázolható**. Így rendkívül hangsúlyos szerepe van a szolgáltatást nyújtó szervezet társadalmi megítélésének és elfogadottságának, mert a szolgáltatást leginkább a szolgáltatást nyújtó szervezettel azonosítják. Pontosan ezért kell hangsúlyozni, hogy a kommunikáció során alkalmazandó üzenetek megfogalmazáskor ne csak a konkrét szolgáltatásra koncentráljunk (pl. házi segítségnyújtás igényelhető), hanem hangsúlyozzuk

- annak szélesebb körű előnyeit (pl. tehermentesíti a családot, képzett szakember felügyel az idős szerettünkre),
- és a szolgáltató szervezet társadalmi felelősségvállalását is (pl. intézményünk elkötelezett a méltó időskor biztosítása iránt).

A kommunikációs üzenetek megtervezésekor érdemes ötvözni a **racionális, az emocionális és a morális** elemeket, azonban mindig törekedni kell az üzenetek **lényegre törő, közérthető és könnyen megjegyezhető** mivoltára.

## A kommunikáció vizuális megjelenése

A kommunikáció vizuális megjelenése, azaz üzenetek külalakja legalább annyira fontos, mint az üzenetek tartalmi mondanivalója. Az üzenethordozó felülete az **arculat**. Azáltal, hogy egységes megjelenést biztosít, segíti a kommunikációt, hiszen széleskörű ismertséget szerezve első ránézésre felismerhetővé, azonosíthatóvá teszi az adott non-profit szervezetet. A jó arculat nem csak magát a szervezetet, intézményt, hanem magát a szolgáltatást vagy projektet is könnyen azonosíthatóvá teszi, mindemellett **képzettársítás** lévén felidézi bennünk az azzal kapcsolatos információkat, tapasztalatokat, érzéseket.

## A megfelelő médiamix kialakítása

Manapság nagyon sok és egyre bővülő körű reklámhordozó áll rendelkezésre a heti- és napilapoktól kezdve a rádió, televízió, közterületi reklámhordozókon át egészen a közösségi médiáig és az okostelefon-alkalmazásokba épülő reklámokig. A kommunikáció tervezése során ezek **alkalmazási arányát nevezzük médiamixnek**. A rendelkezésre álló költség felosztása és elköltése során törekendni kell arra, hogy olyan médiumokat és reklámeszközöket válasszunk, mellyel a célcsoport minél nagyobb arányban elérhető, melyek költséghatékonyak, s melyek célcsoport általi megítélése pozitív (pl. egyházi lapok vs. bulvárlapok).

## A megfelelő „szóvivő” kiválasztása

A kommunikáció során, különösen ha sajtótájékoztatót, interjút, stúdióbeszélgetést is terveztünk a kampányban, fontos, hogy kijelöljünk egy olyan „szóvivőt” a kommunikációra, aki megjelenésével, felkészültségével, beszédkészségével képes az **hiteles és meggyőző átadására**. Egy ápolatlan, vagy bizonytalannak tűnő beszélő elhittelenítheti a szervezetet. Az intézmény szóvivőjének ismernie kell a médiaszereplés sajátosságait, jól kell tudnia kommunikálni, s amennyiben szükséges, egy médiatréning elvégzése is hasznos lehet számára.

## Kérjük kommunikációs szakemberek segítségét

A sikeres médiamegjelenések alapvető feltétele, hogy nyelvezetében közérthetően, olvasmányos stílusban, ugyanakkor szakmailag is hitelesen legyenek megfogalmazva, és a grafikai megjelenésük is professzionalizmust tükrözzön. Ritka az a szociális intézmény, ahol rendelkezésre áll saját újságíró, profi fotós és grafikus, ezért a siker érdekében keressünk egy olyan kommunikációs partnercéget, ahol a szükséges médiszakemberek rendelkezésre állnak. Ne bízunk egy PR cikk megírását a kollégáinkra, ne a telefonunkkal készült fotót szánjuk egy cikk illusztrációjának, és ne álljunk neki szövegszerkesztő programban hirdetést fabrikálni, mert ahogyan az idősgondozás is egy szakma, úgy a média is az.

Ne felejtsük el azonban, hogy az újságíró nem egészségügyi vagy szociális szakember, ezért **a sikeres kommunikáció mindenképp közös munka gyümölcse lehet csak**. Hallgassunk a kommunikációs szakemberek tanácsaira, de a munkájuk alapját jelentő hiteles szakmai információkat nekünk kell számukra biztosítanunk. S mivel a hitelesség megőrzése a mi feladatunk ebben az együttműködésben, ezért minden reklámot, cikket ellenőrizzünk le az elkészülte után, még a megjelenés előtt, nehogy az újságírói vagy a grafikus munká során lényeges információk vesszenek el, vagy téves információk kerüljenek bele az anyagba.

# Gondoskodjunk közösen

## Alapadatok a projektről

### A projekt neve:

Gondoskodjunk közösen

### A projekt azonosítószáma:

SKHU/WETA/2101/4.1/004

### A projektben résztvevő partnerek:

- **Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény**, mint vezető partner – Győr, Magyarország
- **Ambrózia Idősek Otthona**, mint projektpartner – Somorja (Šamorín), Szlovákia

### A projekt időtartama:

2022.01.01.– 2022.04.30.

### A projekt költségvetése és a támogatás összege:

A projekt elszámolható költsége több mint 20,5 millió forint (54.468,02 euró). Ebből a magyar partnerre jutó Európai Unió támogatás több mint 11,5 millió forint (31.009,62 euró), az önerő több mint 2 millió forint (5.472,30 euró). A szlovákiai partnerre jutó Európai Unió támogatás megközelíti 6 millió forintot (15.288,18 euró), az önerő pedig meghaladja az 1 millió forintot (2.697,92 euró).

## A projekt általános bemutatása

Az Interreg V-A Szlovákia-Magyarország Együttműködési Program részeként meghirdetett Kisprojekt Alap keretében megvalósuló pályázat célja a határon átnyúló társadalmi kohézió erősítése helyi együttműködések támogatásával, melynek során az érintettek ezen együttműködés eredményeit a határ mindkét oldalán fel tudják használni. A Kisprojekt Alap specifikus célja ezen belül kimondottan a határon átnyúló intézményközi együttműködés szintjének javítása, és az állampolgárok közötti határon átnyúló együttműködés kiszélesítése.

A **„Gondoskodjunk közösen”** projekt célja, hogy ezen együttműködés eredményeképpen megalapozzon és előkészítsen egy olyan szemléletbeli és konkrét cselekvési tervekben is megvalósuló változási folyamatot, amely képessé teszi a partnereket arra, hogy minőségi változást érjenek el az idősekről való gondoskodás területén.

A projekthárom **célcsoport** bevonását tűzte ki célul mindkét településen: az idős embereket, a róluk gondoskodó „amatőr segítőkét” (pl. családtagok, szomszédok), és az ellátórendszer szereplőit, azaz „a professzionális segítőkét”, de rajtuk túlmenően a projekt szeretné megszólítani az érintett települések teljes lakosságát és döntéshozóit is.

### A projektben megvalósuló tevékenységek:



1. bilaterális alapfogalmak gyűjteményének elkészítése,
2. támogató csoport kialakítása és működtetése Somorján és Győrben,
3. Szlovákia-Magyarország „Jó gyakorlatok” gyűjteményének elkészítése,
4. valamint a szakmai eredményeken túl egy kommunikációs stratégia kidolgozása, és egy olyan összehangolt kommunikációs tevékenység megvalósítása, mely különböző felületeken keresztül az időskor társadalmi hatásaira vonatkozó, figyelemfelhívó megjelenésekkel éri el a lakossági célcsoportokat.

A projektben résztvevő szakemberek célja, hogy a két országban meglévő különbségek, az eltérő működési gyakorlatok megismerésével új megközelítést és megoldási modelleket valósítsanak meg, melyek pozitív hatása a határ mindkét oldalán érezhető lesz. A támogató csoportok működésével létrejön az a hatékony platform, amely segítségével a projekt magas minőségű szakmai anyagokat tud kidolgozni, melyeket a gyakorlatba átültetve végső soron a szakemberek munkájának eredményeként javul az idősek helyzete a határ mindkét oldalán.

## Az Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény céljainak bemutatása

A projektben résztvevő partnereket a célok meghatározásakor alapvetően befolyásolta a projekt rövid, mindössze 4 hónapos időtartama, illetve az a körülmény, hogy a szociális ellátórendszer már két éve komoly nyomás alatt van a koronavírus-járvány miatt.

A folyamatosan idősödő társadalomban egyre nagyobb igény mutatkozik az ellátórendszer bővítésére, legyen szó akár csak egy idős klub napi szintű működtetéséről, vagy akár az ápolás-gondozást nyújtó bentlakásos férőhelyek számának növeléséről. A magyar modellben túlsúlyban vannak az önkormányzati fenntartású intézmények, a magánszektor szerepe kisebb, de nem elhanyagolható. Az egyre nagyobb kereslet miatt Magyarországon folyamatosak a várólisták nem csak az intézményi elhelyezésre váró időseknél (mind a garzonlakás, mind az idősek otthona tekintetében), hanem a szociális alapszolgáltatásoknál is (étkeztetés, házi segítségnyújtás, jelzőrendszeres házi segítségnyújtás, nappali ellátás (idősek klubja, demens csoport)). Az intézmények lehetőségeit nem csak a férőhelyek száma korlátozza, hanem a munkaerőhiány is. Amellett, hogy napjainkban a szociális gondozó nem egy népszerű szakma a fiatalok körében, a győri gazdaság jelentős munkaerőfelvevő képessége miatt a pályaelhagyás is állandó jelenség, amit tovább súlyosbít a közeli Ausztria munkaerőpiacának szintén jelentős szívó hatása. Ezek a tényezők együttes hatása miatt a kisebb települések egy részén már gondot jelent az önkormányzatoknak az ott lakók részére a szociális alapellátás biztosítása.

A projekt egyik alapvető célkitűzése a **szakmai alapfogalmak gyűjteményének elkészítése**. Ehhez elengedhetetlen annak tisztázása, hogy a két országban mit értenek pontosan egy-egy szakkifejezésen, mert a tapasztalatok azt mutatják, hogy gyakran nem csak a nyelvek közötti fordítás pontatlansága miatt értik félre egymást a szakemberek, hanem a két országban ugyanazon kifejezés más-más jelentéssel, más-más tartalommal bírhat. A szakemberek egyöntetű véleménye az, hogy ez nem csak nehézséget jelent, de akár veszélyes is lehet. Ezért elengedhetetlen egy olyan alapfogalom gyűjtemény elkészítése, mely „közös nevezőre hozza” a szakmai tevékenységek megnevezését a magyarországi szakemberek által használt magyar nyelven, a Szlovákiában élő magyar

nemzetiségű szakemberek által használt magyar nyelven, és szlovák nyelven is.

A második fontos célkitűzése a projektnek a Győrben már életre hívott úgynevezett **támogató csoportok működésének folytatása**, illetve a győri pozitív tapasztalatok miatt ezen csoportok létrehozása Somorján is. A támogató csoportok feladata a szakmák közötti együttműködés kialakítása és fenntartása annak érdekében, hogy az idősokkal és a hozzátartozóikkal kapcsolatba kerülő különböző területek szakemberei között tudatos és célzott információcsere alakuljon ki az együttműködés hatékonyságának növelése érdekében, valamint, hogy tisztázottak legyenek az egyes szakterületek kompetenciahatárai. Ennek hiányában ugyanis a különböző ellátásokat végző szakemberek nem ismerik egymást és egymás lehetőségeit, így adott esetekben a különböző területek együttműködésére nincs lehetőség. Olyan hétköznapi találkozások esetén is nagy jelentősége lehet ennek, mint például egy postás ha felismeri, hogy egy idős személy egyre gyakrabban zavartan viselkedik, és tudja, melyik intézmény munkatársának lehet ezt jelezni segítségnyújtás céljából, vagy például gyermekvédelmi szakember észleli, hogy egy családban a gyermekek mellett esetleg az idős hozzátartozó is segítségre szorul, és jelzi ezt az illetékes társintézménynek.

A győri pozitív tapasztalatok alapján ebben jelent nagy segítséget a szakmák közötti támogató csoportok létrehozása és működtetése, ahol a szakmai információcsere mellett olyan személyes kapcsolatok is kialakulnak a különböző területekről érkező szakemberek között, melyek nagyban megkönnyítik a jövőbeni együttműködést és információáramlást. A támogató csoportokba meghívást kapnak az alábbi szakmacsoportok, szakterületek képviselői:

- rendőrség, bűnmegelőzés és katasztrófavédelem szakemberei,
- kórházi szociális munkás szakemberek,
- betegszállítással foglalkozó szakemberek a vállalkozói szférából,
- szociális alapszolgáltatások és szociális szakosított ellátások szakemberei.

A harmadik célkitűzése a projektnek a **„Jó gyakorlatok” gyűjteményének létrehozása**. Ennek keretében mindkét partner pályázatot hirdet a Rába-Duna-Vág Európai Területi Társuláshoz tartozó településeken<sup>1</sup>lévő partnerintézményeknek a már működő, az idősellátáshoz kapcsolódó szolgáltatások feltérképezésére, összegyűjtésére, és a beérkező anyagokból mindkét országban kiválasztanak egyet-egyét, melyet ezt követően adaptációra alkalmas részletességgel kidolgoznak.

A negyedik cél a **lakossági kommunikációval** összefüggő eredmények elérése. Jóllehet a projekt célkitűzései többségében szakmai jellegűek, de tekintettel arra, hogy a projektpartnerek a lakosságnak nyújtanak szolgáltatásokat, elengedhetetlen a célcsoportok tájékoztatása is az elérendő célokról vagy a már elért eredményekről. Ennek keretében elkészül egy kommunikációs stratégia, mely kommunikációs szakemberek bevonásával segít azonosítani a magyarországi és szlovákiai projektpartnerek részletes céljait, és kiemelt feladata a lakossági célcsoportoknak szóló kommunikációs üzenetek megfogalmazása közérthető nyelven, figyelemfelkeltő módon. A kommunikációs stratégia elkészítését kiegészíti egy olyan összehangolt kommunikációs

---

<sup>1</sup> A Rába-Duna-Vág Európai Területi Társulás tagjai:

- Magyarországon: Győr-Moson-Sopron megye, Komárom-Esztergom megye, Pest megye, Budapest,
- Szlovákiában: Nagyszombati kerület, Pozsonyi kerület, Nyitrai kerület.

tevékenység megvalósításais, mely különböző felületeken keresztül az időskor társadalmi hatásaira vonatkozó, figyelemfelhívó megjelenésekkel éri el a lakossági célcsoportokat. A projektben résztvevő partnerek kinyilvánított szándéka a projekt sikeres megvalósítása esetén az együttműködés folytatása, kiterjesztése. Ehhez már a jelenlegi projektben is szükséges a lakosság megfelelő tájékoztatása a szemléletformálás mellett abból a célból is, hogy az idősektől és a hozzátartozóktól érkező visszajelzésekből egy új projektet megalapozó ismeretekre tegyenek szert a lakossági célcsoportok igényeiről.

## Az Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény által alkalmazandó kommunikációs üzenetek

### Üzenetek az idős emberek és a róluk gondoskodó hozzátartozók számára:

- Tudatosan készüljünk az időskorra! – Növelni kell a társadalmi tudatosságot az időskorra való felkészülésben. Sok esetben jelent problémát az, hogy nem tudjuk, hová, kihez kell fordulni a problémánkkal. Nézzünk utána időben, tájékozódjunk előre, ezzel is megkönnyíthetjük, meggyorsíthatjuk a segítségkérést.
- Segítsünk idős hozzátartozóinknak eligazodni a modern világban és az ott rájuk leselkedő veszélyekben! – Készítsük fel őket ne csak az egészségügyi kockázatokra, hanem a személy- és vagyonbiztonságukra veszélyt jelentő modern kori trükkökre. Az unokázós csalók, a közműszolgáltatók nevével visszaélő bűnözők, a közösségi médiában ajánlkozó „gondozók” csak pár példa az olyan veszélyekre, mellyel egy generációval ezelőtt még nem kellett szembesülnünk, ezért a gyorsan változó világunkat követni már nem tudó idős szeretteinknek meséljünk ezekről is, hogy ne érje váratlanul őket, hogy észrevegyék, ha ilyen helyzetbe kerülnek.
- Ne várjunk a 24. óráig! – Időben forduljunk szakemberhez a problémával, ne várjunk addig, mikor a helyzet már tarthatatlan. Az idős családtagnak, és magának a családnak is jobb, ha egy szakember időben bekapcsolódik a gondozásba, ápolásba, ellátásba, hiszen külső, objektív, felkészült szakemberként az adott településen elérhető lehető legjobb szociális szolgáltatást fogja ajánlani.
- Járjunk nyitott szemmel! – Napjainkban sokszor nincs közeli hozzátartozó az idős emberek mellett. Ha ismerünk egyedülálló idős szomszédot, akkor figyeljünk rá mi is, hogy nem szorul-e segítségre.
- Merjünk segítséget kérni! – Az idős kor, és ez ezzel járó nehézségek és problémák nem szégyen, mint ahogy az sem, ha a családunk az ország vagy a világ egy másik pontján él. A szociális ellátórendszer felkészült szakemberei készen állnak arra, hogy az időskorban jelentkező problémákban, kihívásokban a segítségünkre legyenek.
- Fogadjuk el a segítséget! – Ha már megtettük az első, és gyakran a legnehezebb lépést, és egy szakemberhez, egy szakintézményhez fordultunk segítségért, akkor fogadjuk is el az általuk kínált lehetőségeket. Bízunk bennük!
- Gondoskodjunk helyesen idős hozzátartozónkról! – Ha idős szerettünk állapota még lehetővé teszi az otthoni gondoskodást, ápolást, akkor is kérjünk tanácsot egy szociális szakembertől, hogy minél inkább az idős családtagunk igényeinek megfelelő gondoskodást nyújthassuk neki.
- A szociális intézmények által működtetett időotthonok minőségi ellátást és biztonságot nyújtanak az időskor végén! - Ha az idős hozzátartozónk állapota indokoltá teszi, akkor bízunk a szakemberekre a róla való gondoskodást. Ezzel

biztosítjuk számára a leginkább megfelelő ellátást, és így megóvhatjuk őket az állapotukkal visszaélni szándékozó bűnözőktől is.

### **Üzenetek a szociális ellátórendszerben dolgozó szakemberek számára:**

- **Tapasztalatcsere** – A két partnerintézmény dolgozói bár ugyanabban a szakmában dolgoznak, de a két ország eltérő jogszabályi környezete, a kulturális és történelmi különbségek, valamint a nagyváros-kisváros jellegből adódó társadalmi különbségek mind-mind egy olyan értékes tudást és tapasztalatot jelentenek, melyekből mindkét fél sokat tud tanulni, sokat tud hasznosítani a munkájában.
- **A jó gyakorlatok megismerése** – Minden intézmény, minden település, minden ország más és más utat jár be a szociális gondoskodás terén. Ha megismerjük egymás jó gyakorlatait, akkor már a kiforrott tapasztalatok alapján tökéletesített ötleteket úgy vezethetjük be saját intézményünkben, hogy az újítással együtt járó bizonytalanságok és nehézségek már nem terhelnek minket.
- **Közös gondolkodás** – „Több szem többet lát!” szól a közmondás. A különböző (szak)emberek más-más szemmel közelítenek egy adott helyzethez, problémához, így egy szélesebb körben megvitatott kérdés esetén nagyobb eséllyel veszünk észre olyasmit is, amit egyedül nem feltétlenül látnánk. Ezért egy problémát nagyobb eséllyel tudunk jól megoldani, ha többen is foglalkozunk vele. A fentiekből adódóan fontos, hogy a partnerek közösen próbáljanak meg választ adni az egyre idősödő társadalom jelentette kihívásokra.
- **Közös felelősségvállalás** – a szakmák közti együttműködés egyik alappillére az a hozzáállás és gondolkodásmód, mely szerint akkor is próbálunk segíteni, akkor is jelezzük az illetékes szakterületnek a problémát, ha nem hozzánk tartozik az „ügy”. Ennek a gondolkodásmódnak az elterjedését segíti a támogató csoportok működése, valamint az ott kialakuló személyes kapcsolatok miatti közvetlenebb személyes viszony is.

### **Kulcsszavak az Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény kommunikációjához**

- Tudatosan készüljünk az időskorra – Társadalmi szemléletváltás
- Időskori életminőség javítása
- Segítsük az időseket!
- Az időskor nem szégyen!
- A segítségkérés nem szégyen!
- Ne várjunk a 24. óráig!
- Merjünk segítséget kérni!
- Fogadjuk el a segítséget!
- Gondoskodjunk helyesen!
- Közös felelősségvállalás

## Az Ambrózia Idősek Otthona céljainak bemutatása

A célok meghatározásakor a projekt szlovákiai partnerintézményét is alapvetően befolyásolta a projekt rövid, 4 hónapos időtartama. Jóllehet szomszédos országokról van szó, a törvények és az eltérő szokások miatt mégis némiképp eltérően működik a szlovákiai ellátórendszer a magyarországitól, így a szociális szolgáltatások összehasonlításából, a tapasztalatcseréből mindkét fél sokat tanulhat. Emellett az Ambrózia Idősek Otthonának ez az első nemzetközi projektje, ezért a célok között olyan elérendő eredményeket is kitűztek maguk elé, ami a magyarországi partnernél már korábban megvalósult. A település és intézményrendszere is küzd azzal a helyzettel, hogy Pozsony, a főváros közelsége miatt, az ott jelentkező hatalmas munkaerőigény következtében az ország keleti, munkanélküliséggel küzdő régióiból sokan költöznek a településre. A belföldi migráció miatt bővülő lélekszám egyéb nehézségek mellett azt is magával hozta, hogy az ideköltöző „idegenekkel” nehezebb bizalmi kapcsolatot kiépítenie a szociális ellátórendszer munkatársainak. A szociális szektorra nehezedő nyomást az is fokozza, hogy a helyi fiatalok között is tendenciává vált a külföldi munkavállalás, ezáltal pedig az idősödő szülők egyedül maradnak, akik így közeli hozzátartozó híján az önkormányzati ellátórendszer látókörébe kell, hogy kerüljenek.

Jelentős problémát jelent a településen a demenciával összefüggő esetek növekedése az idősök körében, illetve, hogy a demencia még ma is tabunak számít sok családban. A hozzátartozók gyakran szégyenként élik meg, ha egy idős családtag demenciával küzd, ezért sokszor nem is kérnek segítséget a gondozásban. Olyan esetek is előfordulnak, amikor a szakemberek ugyan diagnosztizálják a demenciát a hozzátartozónál, de a család a sztereotípiák miatt inkább hárít, és nem fogadja el a családtag betegségét. Ezért fontos minden olyan lehetőséget megragadni, ahol a társadalmi szemléletformálás keretében tudatosítani lehet az emberekben, hogy a demencia betegség, nem egy szégyellni való állapot, és a betegek jobb életminősége érdekében fontos, hogy kérjenek segítséget a szakemberektől.

A **szakmai alapfogalmak gyűjteményének elkészítése** a somorjai partnernek is elsődleges fontosságú, mert a projekt előkészítő szakaszában többször is abba az akadályba ütköztek a partnerek, hogy bizonyos nyelvtanilag egymással megegyező szakkifejezések mást jelentenek a két országban.

A **támogató csoportok létrehozása** is kiemelt cél a projektben. Azonban Somorján korábban nem működött ilyen csoport szervezett keretek között, ezért a szlovákiai partner a győri tapasztalatok felhasználásával ugyan, de mégis a saját adottságaira szabva kívánja ezt a célt elérni. Ilyen adottság a település kisvárosi jellege, ami ráadásul 1 generáció élete alatt alakult ki a nagyközségi örökségből. Ennek köszönhető, hogy az emberek nagyrészt ismerik egymást személyesen is, ezért jóllehet hivatalos együttműködés nem volt az intézmények, szervezetek között, de az informális kapcsolat eddig is létezett. A somorjai támogató csoportban résztvevő szervezetek:

- Ambrózia Idősek Otthona
- a polgármesteri hivatal szociális szakosztálya
- rendőrség
- munkaügyi hivatal
- általános orvosok
- illetve a tervek között szerepel a Vöröskereszt bevonása is

Ezen kívül az érintett szervezetek jó kapcsolatot ápolnak a helyi nyugdíjas klubokkal, illetve az egyházakkal is, akik szerepe az idősekről való gondoskodás, a rájuk való figyelés szempontjából nem elhanyagolható.

A harmadik célkitűzése a projektnek a **„Jó gyakorlatok” gyűjteményének létrehozása**. Ettől a projektelemtől a szlovákiai partner is azt várja, hogy a beérkező anyagokból mindkét partner tanulni tud, megismerhetnek máshol már jól működő szolgáltatásokat, és a projektnek köszönhetően adaptálhatják a legjobbakat.

A negyedik célként megfogalmazott **lakossági kommunikációval** összefüggő eredmények elérését az Ambrózia Idősek Otthona a kommunikációs stratégia készítése mellett egy kisfilm elkészítésével szeretné megvalósítani. Ez a film mutatja be a megalakult támogató csoport működését, fontosságát, szerepét, emellett kiemelt célja a lakosság figyelmének felhívása az időskori problémákra, illetve az ezzel összefüggő segítségnyújtás fontosságára. Az elkészült film vetítésre kerül majd többek között a helyi rendelőkben, gyógyszertárakban, idősklubokban, azaz minden olyan helyen, ahol az idős célcsoport megfordulhat. Emellett a tervek között szerepel a kisfilm vetítése a középiskolákban a korosztály téma iránti érzékenyítése céljából.

## Az Ambrózia Idősek Otthona által alkalmazandó kommunikációs üzenetek

### Üzenetek az idős emberek és a róluk gondoskodó hozzátartozók számára:

- Tudatosan készüljünk az időskorra! – Növelni kell a társadalmi tudatosságot az időskorra való felkészülésben. Sok esetben jelent problémát az, hogy nem tudjuk, hová, kihez kell fordulni a problémánkkal. Nézzünk utána időben, tájékozódjunk előre, ezzel is megkönnyíthetjük, meggyorsíthatjuk a segítségkérést.
- Van segítség, nem vagyunk egyedül! – Akár idős emberként, akár hozzátartozóként kerülünk olyan helyzetbe, hogy a megfelelő ellátáshoz segítséget kell kérnünk, tudnunk kell, hogy van segítség. Felkészült és szakképzett szociális szakemberekhez fordulhatunk problémánkkal, akik igyekeznek az idős ember állapotának leginkább megfelelő segítségnyújtásban.
- Ne várjunk a 24. óráig! – Időben forduljunk szakemberhez a problémával, ne várjunk addig, még a helyzet már tarthatatlan. Az idős családtagnak, és magának a családnak is jobb, ha egy szakember időben bekapcsolódik a gondozásba, ápolásba, ellátásba, hiszen külső, objektív, felkészült szakemberként az adott településen elérhető lehető legjobb szociális szolgáltatást fogja ajánlani.
- A segítségkérés nem szégyen! – Az idős kor, és ez ezzel járó nehézségek és problémák nem szégyen, mint ahogy az sem, ha a családnak az ország vagy a világ egy másik pontján él. Ha segítséget kérünk szakemberektől, az nem azt jelenti, hogy a család nem akar gondoskodni az idős hozzátartozójáról, hiszen a ma jellemző családmódelben legtöbbször mindkét szülő dolgozik, a gyerekek a sokszor az ország vagy a világ távoli pontján próbálnak szerencsét, így sokszor nincs olyan családtag, aki felelősen és folyamatosan gondoskodni tudna a rászoruló idős hozzátartozóról. Ezért is állnak rendelkezésre a szociális ellátórendszer különböző szolgáltatásai, hogy segítségükkel méltó időskort biztosíthassunk szeretteinknek.

- Fogadjuk el a segítséget! – Ha már megtettük az első, és gyakran a legnehezebb lépést, és egy szakemberhez, egy szakintézményhez fordultunk segítségért, akkor fogadjuk is el az általuk kínált lehetőségeket. Bízunk bennük!
- Gondoskodjunk helyesen idős hozzátartozónkról! – Ha idős szerettünk állapota még lehetővé teszi az otthoni gondoskodást, ápolást, akkor is kérjünk tanácsot egy szociális szakembertől, hogy minél inkább az idős családtagunk igényeinek megfelelő gondoskodást nyújthassuk neki.
- Az idősothon nem szégyen! - Ha az idős hozzátartozónk állapota indokoltá teszi, akkor bízunk a szakemberekre a róla való gondoskodást. A modern idősothonok ma már inkább hasonlítanak egy egészségügyi, ápolási felügyeletet is nyújtó panzióra, mint a sztereotípiákban élő elfekvőkre, ispotályra.

### **Üzenetek a szociális ellátórendszerben dolgozó szakemberek számára:**

- Tapasztalatcsere – A két partnerintézmény dolgozói bár ugyanabban a szakmában dolgoznak, de a két ország eltérő jogszabályi környezete, a kulturális és történelmi különbözőségek, valamint a nagyváros-kisváros jellegből adódó társadalmi különbözőségek mind-mind egy olyan értékes tudást és tapasztalatot jelentenek, melyekből mindkét fél sokat tud tanulni, sokat tud hasznosítani a munkájában.
- A jó gyakorlatok megismerése – Minden intézmény, minden település, minden ország más és más utat jár be a szociális gondoskodás terén is. Ha megismerjük egymás jó gyakorlatait, akkor már a kiforrott, tapasztalok alapján tökéletesített ötleteket úgy vezethetjük be saját intézményünkben, hogy az újítással együtt járó bizonytalanságok és nehézségek már nem terhelnek minket.
- Közös gondolkodás – „Több szem többet lát!” szól a közmondás. A különböző (szak)emberek más-más szemmel közelítenek egy adott helyzethez, problémához, így egy szélesebb körben megvitatott kérdés esetén nagyobb eséllyel vesszük észre olyasmit is, amit egyedül nem feltétlenül látnánk. Ezért egy problémát nagyobb eséllyel tudunk jól megoldani, ha többen is foglalkozunk vele. A fentiekből adódóan fontos, hogy a partnerek közösen próbáljanak meg választ adni az egyre idősödő társadalom jelentette kihívásokra.
- Közös felelősségvállalás – a szakmák közti együttműködés egyik alappillére az a hozzáállás és gondolkodásmód, mely szerint akkor is próbálunk segíteni, akkor is jelezzük az illetékes szakterületnek a problémát, ha nem hozzánk tartozik az „ügy”. Ennek a gondolkodásmódnak az elterjedését segíti a támogató csoportok működése, valamint az ott kialakuló személyes kapcsolatok miatti közvetlenebb személyes viszony is.

### **Kulcsszavak az Ambrózia Idősek Otthona kommunikációjához**

- Tudatos időskor – Társadalmi szemléletváltás
- Az időskor nem szégyen!
- A segítségkérés nem szégyen!
- Az idősothon nem szégyen!
- Nem vagyunk egyedül!
- Ne várjunk a 24. óráig!
- Fogadjuk el a segítséget!
- Gondoskodjunk helyesen!

- Közös felelősségvállalás



# Kommunikációs tevékenység

## Médiapiaci helyzetkép az érintett településeken

A projektben érintett településeken jelenleg az alábbi meghatározó média szereplők vannak jelen. Felsorolásunkban kizárólag a célcsoportok elérése szempontjából releváns, médiavásárlás szempontjából megfelelő nagyságú olvasóval/nézővel/hallgatóval rendelkező, folyamatosan megjelenő/frissülő tartalommal rendelkező, helyimédiaszereplőket ismertetjük.

### Győr

- **print média**
  - Kisalföld – megyei napilap, megjelenik ~34.000 példányban
  - Győr+ Hetilap – városi hetilap, megjelenik 60.500 példányban (ingyenes)
- **online média**
  - [www.kisalfold.hu](http://www.kisalfold.hu) – megyei hírportál
  - [www.gyorplusz.hu](http://www.gyorplusz.hu) – városi hírportál
  - [www.o2hir.hu](http://www.o2hir.hu) – regionális hírportál
- **televízió**
  - Győr+ Televízió – helyi televízió győri hírekkel, fogható valamennyi kábelszolgáltatónál
  - Oxygen TV – regionális televízió régiós hírekkel, fogható valamennyi kábelszolgáltatónál
- **rádió**
  - Győr+ Rádió – helyi rádió helyi műsorokkal és hírekkel
  - Rádió1 – kereskedelmi rádió országos központi műsortartalommal és helyi hírekkel

### Somorja

- **print média**
  - Somorja és Vidéke – városi havilap helyi hírekkel, megjelenik 3.000 példányban
  - Új Szó – regionális napilap, megjelenik 26.000 példányban
- **online média**
  - [www.parameter.sk](http://www.parameter.sk) – regionális hírportál
  - [ujso.com](http://ujso.com) – regionális hírportál
- **rádió**
  - Pátria Rádió – közszolgálati rádió a nemzeti kisebbségek számára

## Az Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény kommunikációs tevékenysége

<b>A kommunikációs eszköz neve</b>	<b>Tevékenység időbeli ütemezése</b>	<b>Darab-szám</b>	<b>A kommunikációs eszköz paraméterei</b>
Kommunikációs stratégia kidolgozása	2022. március	1 db	A projektben résztvevő 2 partnerre vonatkozó kommunikációs stratégia kidolgozása magyar és szlovák nyelven összesen minimum 60.000 karakter terjedelemben.
Médiafelület biztosítása	2022. március - április	12 db	Az elkészült kommunikációs anyagok megjelenéséhez szükséges médiafelületek biztosítása Győrben. A 12 megjelenés közül 4 megjelenés helyi lapokban, 4 megjelenés online felületeken, 2 megjelenés helyi rádióban, 2 megjelenés helyi televízióban történik.
Nyitórendezvény szervezése	2022. február	1 db	Sajtónyilvános nyitórendezvény szervezése Győrben a lakosság és szakmai partnerek tájékoztatása céljából.
Projekt aloldal	2022. február	1 db	Projekt aloldal létrehozása a kedvezményezett meglévő weboldalán.
Sajtóközlemény, sajtóhír	2022. február és 2022. április	2 db	Sajtóközlemény megjelentetése a projektátláthatósági kézikönyv előírásainak megfelelően.
Ajándékcsomag	2022. április	50 db	A projektben résztvevő szakembereknek készített, az arculati előírásoknak megfelelő ajándékcsomag.
Projektábra	2022. február	1 db	Az arculati előírásoknak megfelelő A2 méretű projektábra elkészítése és kihelyezése.

A médiafelület biztosítása tevékenység során az alábbi ütemezés szerinti megjelenések tervezettek:

<b>Megjelenés tervezett dátuma</b>	<b>Média fajtája</b>	<b>Média neve</b>	<b>Megjelenés tervezett témája</b>
2022. március - 12. hét	nyomtatott sajtó	Győr+ Hetilap	A lakosság tájékoztatása a projekt általános céljairól
2022. március - 12. hét	online	Győr+ Online	A lakosság tájékoztatása a projekt általános céljairól
2022. március - 12. hét	televízió	Győr+ Televízió	A lakosság tájékoztatása a projekt általános céljairól
2022. március - 12. hét	rádió	Győr+ Rádió	A lakosság tájékoztatása a projekt általános céljairól
2022. április -	nyomtatott	Győr+	Hogyan készülünk tudatosan az

14. hét	sajtó	Hetilap	időskorra? – lakossági szemléletformálás
2022. március – 14. hét	online	Győr+ Online	Hogyan készülünk tudatosan az időskorra? – lakossági szemléletformálás
2022. március – 16. hét	nyomtatott sajtó	Kisalföld	Egy már működő „jó gyakorlat” népszerűsítésén keresztül lakossági szemléletformálás
2022. március – 16. hét	online	Kisalföld Online	Egy már működő „jó gyakorlat” népszerűsítésén keresztül lakossági szemléletformálás
2022. március – 16. hét	nyomtatott sajtó	Győr+ Hetilap	Egy már működő „jó gyakorlat” népszerűsítésén keresztül lakossági szemléletformálás
2022. március – 16. hét	online	Győr+ Online	Egy már működő „jó gyakorlat” népszerűsítésén keresztül lakossági szemléletformálás
2022. március – 16. hét	televízió	Győr+ Televízió	Egy már működő „jó gyakorlat” népszerűsítésén keresztül lakossági szemléletformálás
2022. március – 16. hét	rádió	Győr+ Rádió	Egy már működő „jó gyakorlat” népszerűsítésén keresztül lakossági szemléletformálás

## Az Ambrózia Idősek Otthona kommunikációs tevékenysége

<b>A kommunikációs eszköz neve</b>	<b>Tevékenység időbeli ütemezése</b>	<b>Darab-szám</b>	<b>A kommunikációs eszköz paraméterei</b>
PR film	2022. április	2 db	Film készítése a támogató csoport tevékenységéről és az elért szakmai eredményekről a nyilvánosság számára 90-120 másodperc időtartamban szlovák és magyar nyelven.
Zárórendezvény szervezése	2022. április	1 db	Sajtónyilvános projektzáró rendezvény szervezése Somorján a lakosság és szakmai partnerek tájékoztatása céljából.
Projekt aloldal	2022. február	1 db	Projekt aloldal létrehozása a kedvezményezett meglévő weboldalán.
Projektábra	2022. február	1 db	Az arculati előírásoknak megfelelő A2 méretű projektábra elkészítése és kihelyezése.

## Projekt arculat

---

A kommunikációs tevékenység során az Interreg program Kisprojekt Alapjának arculati előírásainak betartására is nagy figyelmet kell fordítani, mert ezek elmulasztása a támogatási összeg csökkentését is magával vonhatja.

A Kisprojekt Alap **„Projektláthatóság” című kézikönyve** részletesen szabályozza a nyilvánosság tájékoztatásával kapcsolatos feladatokat és előírásokat. Figyelnünk kell arra, hogy ezek az előírások nem feltétlenül egyformák az egyes kommunikációs eszközök vonatkozásában, ezért minden esetben előre tanulmányozzuk az ezzel kapcsolatos szabályozást.

A kézikönyv azzal kapcsolatban is ad iránymutatást, hogy a kommunikációs tevékenység során mely esetekben kell a Rába-Duna-Vág Korlátolt Felelősségű Európai Területi Társulás részére előre megküldeni az anyagok tervezetét.

## Nyilatkozati rend

---

A Gondoskodjunk közösen projekt egységes és tudatos kommunikációjának érdekében a projektben résztvevő 2 partnerintézmény nyilatkozati rendet határozott meg. A nyilatkozati rend célja, hogy mindegyik intézmény a kommunikációs stratégiában meghatározott célok mentén, az ott megfogalmazott üzenetek adásával megfelelően képviselje megszólalásaival a projektés az intézmény érdekeit.

### **Az Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény nyilatkozattételre kijelölt személyei:**

1. Kányai Róbert, igazgató
2. Turcsikné Várallyai Zsuzsanna, projektkoordinációs munkatárs, szociális szakreferens

### **Az Ambrózia Idősek Otthona nyilatkozattételre kijelölt személyei:**

1. Anna Bodóová, igazgató
2. Lea Fasangova, pályázati szakelőadó

## Impresszum

---

A kommunikációs stratégiát az Egyesített Egészségügyi és Szociális Intézmény megbízásából a Reinger Kft. készítette az Interreg V-A Szlovákia-Magyarország program Gondoskodjunk közösen projekt keretében.

**„Jelen tájékoztató tartalma nem feltétlenül tükrözi az Európai Unió hivatalos álláspontját.”**

## Úvod

---

Keď sa hovorí o marketingu, PR alebo firemnej komunikácie, často sa stane, že nám to príde na myseľ ako nevyhnutná súčasť činnosti trhov a obchodne orientovaných podnikaní. Je možné, že predmetné pojmy sa vyučujú aj na školách v súvislosti s podnikateľskou činnosťou a pochádzajú predovšetkým z podnikateľského sveta, treba uznať, že dnes je k úspechu **nepostrádateľný** profesionálne navrhnuté a správne realizované **marketingové a komunikačné aktivity**, a to nielen pre obchodne orientované firmy, ale aj pre **štátne, samosprávne a občianske organizácie**.

Keďže ide o nepodnikateľské organizácie, úspech neznamená len na financie. Napríklad v prípade firmy alebo inštitúcie poskytujúcej verejnú službu môže byť úspechom, ak sa vďaka správnej komunikácii zvýši počet ľudí triediaci odpad, alebo v prípade systému sociálnej starostlivosti, keď si čoraz viac ľudí uvedomuje, že potrebujú odbornú pomoc pri starostlivosti o svojich starších príbuzných.

Líši sa aj cesta k úspechu v podnikateľskej a nepodnikateľskej sfére. V obchodnom svete je v osobnom finančnom záujme podnikateľa čo najviac podporovať spotrebu, pretože čím viac predáva, tým väčší je jeho zisk. Naproti tomu vo verejnom sektore je vlastníkom štát alebo samospráva, takže vedúci organizácie nemusí byť priamo zainteresovaný na čo najefektívnejšom fungovaní, prípadne okrem jeho odborných znalostí nemá potrebné marketingové a komunikačné schopnosti.

Ďalšou ťažkosťou je, že nepodnikateľské organizácie si často neuvedomujú, že majú aj „zákazníkov“ a že ich aktivity si okrem vlastníctva oceňuje aj komunita, a preto nevenujú pozornosť ani informovaniu svojho cieľového publika, ani na komunikáciu s nimi, alebo rozširovaniu a rozvoju ich ponuky.

Dnes však čoraz viac ľudí prijíma uvedomelé vnímanie spotrebiteľov, že v skutočnosti platia za verejné služby platením daní a príspevkov, a preto sú čoraz kritickejšie a majú oprávnené očakávania týkajúce sa ich kvality. To je dôvod, prečo organizácie verejných služieb – aby dosiahli vytúžený úspech – musia uprednostniť poskytovanie vhodných informácií spoločnosti, formovanie cieľovo orientovanej verejnej mienky, a to je možné dosiahnuť len vopred naplánovanou a dobre implementovanou komunikáciou a vyškolenými odborníkmi.

## Úspešná projektová komunikácia

---

Aj pre program financovaný Európskou úniou je správna komunikácia nevyhnutná, keďže jeho úspešnosť je jednou z metrík popri odborných výsledkoch projektu, ktoré môže sponzor merať. Práve preto sa pri hodnotení efektívnosti celého projektu berú do úvahy aj výsledky komunikačnej činnosti, takže to má vplyv aj na schválenie použitia prijatej podpory.

Keďže suma, ktorú je možné vynaložiť z grantu na komunikáciu, teda – v odbornom jazyku verejnej súťaže – na zabezpečenie povinnej publicity, je väčšinou maximalizovaná, veľa závisí od plánovania komunikácie v prípravnej fáze projektu a od správneho využitia komunikácie počas realizácie projektu.

Znamená to definíciu cieľovej skupiny, formulovaniu účinných správ, tiež výber najvhodnejšieho mediálneho mixu na informovanie cieľovej skupiny, ale zahŕňa aj rozvoj vizuálneho vzhľadu, tj. imidž komunikácie. Taktiež je potrebné určiť „hovorca“, ktorý si dokáže získať cieľovú skupinu svojím vystupovaním v tlači, dôveryhodnosťou a pripravenosťou. Len správna kombinácia týchto faktorov môže dosiahnuť úspechu.

K požiadavkám na publicitu verejných súťaží treba pristupovať a vnímať ich, ako komunikačnú príležitosť financovanú z tendra, keď sa môžeme dostať do kontaktu s našou cieľovou skupinou bez toho, aby sme jeho náklady museli platiť my. Preto je nanajvýš dôležité myslieť nielen na zapojenie profesionálov do realizácie projektu, ale aj počas komunikácie, a spoločne s odborníkmi z médií vypracovať komunikačný plán projektu.

### Výber cieľovej skupiny

Predtým, ako začneme komunikovať, je dôležité si vopred presne určiť, **komu určujeme naše správy**, veď toto je základom ako pre formulovaniu konkrétnych správ, tak aj pre plánovaniu mediálnej aktivity.

V prípade formovania všeobecnej verejnej mienky možno základné správy formulovať bez zúženia cieľovej skupiny, aby sa dostali k verejnosti, pretože to slúži na najefektívnejší spôsob formovania spoločenských postojov. Pri projekte, ktorého cieľom je osloviť konkrétnu cieľovú skupinu, sa však oplatí vopred definovať primárne a prípadné sekundárne cieľové skupiny. Prvá skupina zahŕňa tých, ktorých sa projekt priamo dotýka alebo ktorých chceme úmyselne priamo ovplyvniť. Sú stredobodom komunikačných aktivít, preto sa oplatí nasmerovať väčšinu zdrojov a energie práve do nich. Do sekundárnej skupiny patria tí, ktorí nie sú priamo ovplyvnení projektovou činnosťou, ale ktorých názory môžu byť dôležité pri posudzovaní programu.

## Formovanie účinných správ

Po definícii cieľových skupín pre komunikáciu, ďalším dôležitým krokom je definovanie komunikačných správ. Počas komunikačnej činnosti, v prípade Non-business organizácií môžeme hovoriť:

- o informovaní (napr. zmena návštevného poriadku v dôsledku epidémie koronavírusu), resp.
- o formovaní postojov a presvedčania (napr. nehanbiť sa požiadať o pomoc pri starostlivosti o nášho staršieho príbuzného).

Pokiaľ ide o využívanie služby, v podstate sťažuje komunikáciu skutočnosť, že **ponúkaná služba nie je hmatateľná, a preto je ťažké ju reprezentovať**. Sociálne vnímanie a akceptovanie organizácie poskytujúcej službu je teda mimoriadne dôležité, pretože služba sa najčastejšie stotožňuje s organizáciou poskytujúcou službu. Práve preto treba zdôrazniť, že pri formulovaní správ, ktoré sa majú použiť v komunikácii, by sme sa nemali sústrediť len na konkrétnu službu (napr. možnosť požiadať o pomoc v domácnosti), ale aj

- na jej širšie prínosy (napr. odbremenenie rodiny, na nášho staršieho blízkeho dohliada kvalifikovaný odborník),
- a na spoločenskú zodpovednosť servisnej organizácie (napr. naša inštitúcia sa zaviazala zabezpečiť dôstojnú starobu).

Pri navrhovaní komunikačných správ sa oplatí kombinovať **racionálne, emocionálne a morálne** prvky, ale vždy sa treba snažiť, aby boli správy **stručné, zrozumiteľné a ľahko zapamätateľné**.

## Vizuálny vzhľad komunikácie

Vizuálny vzhľad komunikácie, teda vzhľad správ, je prinajmenšom rovnako dôležitý ako obsah správ. Povrch vizuálnych médií je **imidž**. Tým, že poskytuje jednotný vzhľad, uľahčuje komunikáciu, keďže robí danú neziskovú organizáciu na prvý pohľad rozpoznateľnou a identifikovateľnou, čím si získa širokú známosť. Dobrý imidž robí nielen organizáciu alebo inštitúciu, ale aj samotnú službu alebo projekt ľahko identifikovateľným, pričom ako myšlienková **asociácia** vyvoláva v nás súvisiace informácie, zážitky, pocity.

## Vytvorenie vhodného mediálneho mixu

Dnes je k dispozícii široká a rastúca škála reklamných médií, od týždenníkov a dennej tlače cez rozhlas, televíziu, verejnoprávne médiá až po sociálne médiá a reklamy v aplikáciách pre smartfóny. **Mediálny mix je miera** použitých médií pri navrhovaní. Pri rozdelení a vynakladaní dostupného rozpočtu treba sa snažiť, aby vybranými médiami a reklamnými prostriedkami oslovlili čo najširšiu cieľovú skupinu, ďalej aby boli nákladovo efektívne a cieľová skupina ich vníma pozitívne (napr. cirkevné noviny vs. bulvár).

## Výber vhodného „hovorcu“

Ak máme v kampani naplánovanú tlačovú konferenciu, pohovor, štúdiový rozhovor, je obzvlášť dôležité určiť „hovorcu“ počas komunikácie, ktorý svojím vzhľadom,



pripravenosťou a schopnosťou rozprávať dokáže **komunikovať autenticky a presvedčivo**. Neupravený alebo zdanlivo neistý rečník môže viesť organizáciu k strate svoju dôveryhodnosti. Hovorca inštitúcie by mal poznať špecifiká mediálneho vystupovania, vedieť dobre komunikovať, v prípade potreby využiť aj mediálneškolenie.

## Obráťme sa na komunikačných profesionálov

Základnou podmienkou úspešného mediálneho vystúpenia je, aby ich jazyk bol zrozumiteľný, čitateľským štýlom, ale aj profesionálne autentické a aby aj ich grafická podoba odrážala profesionalitu. Málokedy má spoločenská inštitúcia k dispozícii vlastného novinára, profesionálneho fotografa a grafika, preto pre úspech hľadáme komunikačného partnera, kde sú k dispozícii potrební mediálni profesionáli. Napísanie PR článku nezverujeme kolegom, nepoužívajme na ilustráciu článku fotografiu odfotenú našim telefónom a nezačnime robiť reklamy v textovom editore, pretože ako starostlivosť o seniorov je povolanie, tak sú aj médiá.

Nezabúdajme však, že novinár nie je zdravotník ani sociálny pracovník, takže **úspešná komunikácia môže byť len výsledkom spoločnej práce**. Počúvajte rady profesionálov v oblasti komunikácie, ale musíme im poskytnúť autentické odborné informácie, ktoré sú základom ich práce. A keďže našou úlohou je udržiavať dôveryhodnosť v tejto spolupráci, mali by sme všetky inzeráty a články po ich dokončení skontrolovať, aby sa pri novinárskej či grafickej práci nestratili dôležité informácie, prípadne sa v materiáli nenachádzali nesprávne informácie.

# Starajme sa spolu

## Základé údaje o projekte

### Názov projektu:

Starajme sa spolu

### Identifikačné číslo projektu:

SKHU/WETA/2101/4.1/004

### Partneri zapojení do projektu:

- **Spojená zdravotná a sociálna inštitúcia**, ako vedúci partner – Győr, Maďarsko
- **Domov seniorov Ambrózia**, akopartner projektu – Šamorín, Slovensko

### Trvanie projektu:

01.01.2022–30.04.2022

### Rozpočet projektu a výška grantu:

Oprávenné náklady na projekt sú viac ako 20,5 milióna HUF (54.468,02 EUR). Z toho grant Európskej únie padajúce na maďarského partnera predstavuje viac ako 11,5 milióna HUF (31.009,62 EUR) a vlastné zdroje viac ako 2 milióny HUF (5.472,30 EUR). Grant Európskej únie pre slovenského partnera sa blíži k 6 miliónom HUF (15.288,18 EUR) a vlastný kapitál presahuje 1 milión HUF (2.697,92 EUR).

## Všeobecné predstavenie projektu

Cieľom verejnej súťaže realizovaná v rámci Fondu malých projektov vyhlásená ako súčasť Programu spolupráce Interreg V-A Slovensko-Maďarsko je posilniť cezhraničnú sociálnu súdržnosť podporou miestnej spolupráce, v rámci ktorej môžu príslušné strany využiť výsledky tejto spolupráce na oboch stranách hranica. Špecifickým cieľom Fondu malých projektov je konkrétne zlepšiť úroveň cezhraničnej medziinštitucionálnej spolupráce a rozšíriť cezhraničnú spoluprácu medzi občanmi.

Projekt „**Starajme sa spolu**“ má za cieľ, aby v dôsledku tejto spolupráce položili základy a pripravili sa na proces zmeny postojov a tiež konkrétnych akčných plánov, ktoré umožnia partnerom uskutočniť kvalitatívnu zmenu v starostlivosti o seniorov.

Projekt stanovil za cieľ zapojiť **troch cieľových skupín** v oboch mestách: seniorov, „amatérskych pomocníkov“ (napr. rodinní príslušníci, susedia) a členov opatrovateľského systému, teda „profesionálnych pomocníkov“, ale okrem nich chce projekt osloviť všetkých obyvateľov a rozhodovacích orgánov, činiteľov dotknutých obcí.

### Aktivity uskutočňujúce v projekte:

5. zostavenie zbierky základných bilaterálnych pojmov,
6. založenie a prevádzkovanie podpornej skupiny v Šamoríne a Győri,
7. príprava slovensko-maďarskej zbierky „Dobré praxe“,

8. a okrem odborných výsledkov aj vypracovanie komunikačnej stratégie, ďalej realizácia takej koordinovanej komunikačnej aktivity, ktorá sa dostáva k cieľovým skupinám obyvateľstva prostredníctvom osvetových vystúpení o sociálnych dopadoch starnutia cez rôzne komunikačné prostriedky.

Cieľom expertov zapojených do projektu je vytvoriť nový prístup a modely riešení prostredníctvom poznania rozdielov medzi oboma krajinami a odlišných prevádzkových postupov, ktorých pozitívne účinky sa pocíti na oboch stranách hranice. Pomocou podporných skupín sa vytvára efektívna platforma, prostredníctvom ktorej môže projekt vypracovať kvalitné odborné materiály, ktoré po uvedení do praxe v konečnom dôsledku zlepšia situáciu seniorov na oboch stranách hranice, ako výsledok práce odborníkov.

## Predstavenie cieľov Spojenej zdravotnej a sociálnej inštitúcie

Partneri zapojení do projektu boli pri stanovovaní cieľov zásadne ovplyvnení krátkou dobou trvania projektu, ktorá je len 4 mesiace, a skutočnosť, že systém sociálnej starostlivosti bol dva roky pod silným tlakom v dôsledku epidémie koronavírusu.

V neustále starnúcej spoločnosti rastie potreba rozširovania systému starostlivosti, či už ide len o každodenné prevádzkovanie klubu seniorov alebo o zvýšenie počtu rezidenčných miest, ktoré poskytujú opatrovateľskú starostlivosť. V maďarskom modeli prevládajú inštitúcie udržiavané samosprávou, úloha súkromného sektora je menšia, ale nie je zanedbateľná. Kvôli rastúcemu dopytu sú v Maďarsku priebežné čakacie zoznamy nielen pre seniorov čakajúcich na ústavné umiestnenie (ako v prípade garsónky, tak aj domovov dôchodcov), ale aj pre základné sociálne služby (stravovanie, pomoc v domácnosti, systém domácej pomoci so signalizáciou, denná starostlivosť – klub seniorov, skupina ľudí s demenciou). Možnosti inštitúcií sú limitované nielen počtom miest, ale aj nedostatkom pracovnej sily. Okrem toho, že sociálna starostlivosť dnes nie je medzi mladými ľuďmi obľúbeným povoláním, vzhľadom na výraznú zamestnateľnosť győrskej ekonomiky je odchod z profesie trvalým javom, ktorý zhršuje výrazný sací efekt neďalekého rakúskeho trhu práce. Kombinovaným pôsobením týchto faktorov je už v niektorých menších osadách problém samosprávy zabezpečiť základnú sociálnu starostlivosť svojim obyvateľom.

Jedným zo základných cieľov projektu je vytvorenie **zbierky základných odborných pojmov**. K tomu je nevyhnutné objasniť, čo sa v týchto dvoch krajinách rozumie pod rôznym pojmom, pretože podľa skúsenosti často sa stane, že si odborníci navzájom nesprávne rozumejú nielen v dôsledku nepresného prekladu medzi jazykmi, ale v týchto dvoch krajinách ten istý výraz môže mať rôzny význam, rôzny obsah. Jednomyselný názor odborníkov je, že je to nielen ťažké, ale môže to byť dokonca nebezpečné. Preto je nevyhnutné zostaviť zbierku základných pojmov, ktoré pomôže nájsť „spoločného menovateľa“ názvov odborných činností v maďarskom jazyku používanými maďarskými odborníkmi, a používanými maďarskými odborníkmi žijúcimi na Slovensku v maďarčine, a tiež v slovenskom jazyku.

Druhým dôležitým cieľom projektu je **pokračovanie v prevádzke tzv. podporných skupín**, ktoré už v Győri existujú, a na základe pozitívnych skúseností v Győri založenie takýchto skupín aj v Šamoríne. Úlohou podporných skupín je nadviazať a udržiavať spoluprácu medzi profesiami, s cieľom rozvíjať vedomú a cieleňú výmenu informácií

medzi odborníkmi v rôznych oblastiach, ktorí prichádzajú do kontaktu so staršími ľuďmi a ich príbuznými, s cieľom zvýšiť efektivitu spolupráce a vyjasniť hranice kompetencií určitých oblastí. Bez toho sa odborníci poskytujúci rôzne služby navzájom nepoznajú a nepoznajú navzájom svoje možnosti, takže v niektorých prípadoch nie je možná ani spolupráca jednotlivých oblastí. To môže byť dôležité aj pri každodenných stretnutiach, napríklad keď poštár rozpozna, že starší človek je stále viac zmätený a vie, na ktorú inštitúciu sa má obrátiť so žiadosťou o pomoc, alebo keď odborník na ochranu detí si všimne, že v rodine nielen deti ale aj starší príbuzný potrebuje pomoc a oznámi topríslušnej partnerskej inštitúcii.

Podľa pozitívnych skúseností v Győri je v tomto veľmi nápomocné založenie a prevádzkovanie medzioborových podporných skupín, kde okrem výmeny odborných informácií dochádza k nadväzovaniu osobných kontaktov medzi odborníkmi z rôznych oblastí, čo výrazne uľahčuje budúcu spoluprácu a tok informácií.

Do podporných skupín budú pozvaní zástupcovia nasledujúcich odborných skupín a oblastí:

- odborníci z polície, prevencie kriminality a riadenia katastrof,
- sociálni pracovníci v nemocniciach,
- odborníci na prepravu pacientov z podnikateľského sektora,
- odborníci v základných sociálnych službách a špecializovanej sociálnej starostlivosti

Tretím cieľom projektu je **vypracovanie zbierky „Dobrych praxí“**. V rámci toho obaja partneri vyhlásia partnerským inštitúciám v mestách<sup>2</sup> patriacich do Európskeho územného združenia Rába-Dunaj-Váh súťaž na preskúmanie a zber už existujúcich služieb súvisiacich so starostlivosťou o starých ľudí, a v každej krajine bude vybraná jedna-jedna z prijatých materiálov, ktorá sa potom podrobne rozpracuje, aby bola vhodná na adoptáciu.

Štvrtým cieľom je dosahovať výsledky súvisiace s **komunikáciou s verejnosťou**. Aj keď ciele projektu sú väčšinou odborného charakteru, vzhľadom na to, že partneri projektu poskytujú služby verejnosti, je nevyhnutné informovať cieľové skupiny aj o cieľoch, ktoré sa majú dosiahnuť, alebo o už dosiahnutých výsledkoch. V rámci toho sa vypracuje komunikačná stratégia so zapojením komunikačných expertov, ktorá pomôže identifikovať presné ciele maďarských i slovenských projektových partnerov, a ktorej prioritnou úlohou je formulovanie komunikačných správ pre cieľové skupiny obyvateľstva v zrozumiteľnom jazyku, pútavým spôsobom. Prípravu komunikačnej stratégie dopĺňa realizácia zosúladenej komunikačnej aktivity, ktorá oslovuje cieľové skupiny obyvateľstva ohľadne sociálnych účinkoch staroby, ato na rôznych platformách, atraktívnym vzhľadom. V prípade úspešnej realizácie projektu, vyjadreným zámerom zúčastnených projektových partnerov je pokračovať a rozširovať túto spoluprácu. Okrem formovania postojov už aj v aktuálnom projekte je potrebné náležité informovanie obyvateľstva s cieľom, aby sa zo spätnej väzby od starších a príbuzných získavali poznatky o potrebách obyvateľských cieľových skupín.

## Komunikačné správy použité Spojenou zdravotnou a sociálnou inštitúciou

<sup>2</sup>Členovia Európskeho územného združenia Rába-Dunaj-Váh:

- v Maďarsku: župa Győr-Moson-Sopron, župa Komárom-Esztergom, župa Pest, hl.m. Budapest,
- Na Slovensku: Trnavský kraj, Bratislavský kraj, Nitriansky kraj.

### **Správy pre starých ľudí a ich príbuzných, ktoré sa o nich starajú:**

- Pripravme sa na starobu! – Zvýšenie verejného povedomia v rámci prípravy na starobu je nevyhnutné. V mnohých prípadoch je problém v tom, že nevieme, kam, na koho sa so svojím problémom obrátiť. Vyhľadajme si to včas, zistíme si to vopred, môže to uľahčiť a urýchliť žiadanie o pomoc.
- Pomôžme našim starším príbuzným orientovať sa v modernom svete a v nebezpečenstvách, ktoré tam na nich číhajú – Pripravme nich nielen na zdravotné rizika, ale aj natriky modernej doby, ktoré ohrozujú ich osobnú resp. majetkovú bezpečnosť. Podvodníci, ktoré sa vydávajú za vnuka, alebo zneužívajúci mená verejných služieb, či dobrovoľné „opatrovatelia“ zo sociálnych sietí sú len niekoľkými príkladmi nebezpečenstiev, ktorým sme pred generáciou nemuseli čeliť, preto povedzme našim starým blízkym, ktorí už nemôžu sledovať náš rýchlo sa meniaci svet, aby sa ich neočakávane nedotkol, aby si všimli, ak sa ocitnú v takejto situácii.
- Nečakajme do 24. hodín! – Obráťme sa s problémom na odborníka včas, nečakajme, kým už bude situácia neudržateľná. Pre starší člen rodiny, a pre rodinu samotnú je lepšie, ak sa do starostlivosti a ošetrovania včas zapojí odborník, veď ako externý, objektívny, pripravený odborník ponúkne najlepšiu možnú sociálnu službu dostupnú v danom obci.
- Majme oči otvorené! – V dnešnej dobe veľakrát nie je vedľa starších ľudí blízky príbuzný. Ak poznáme staršieho suseda, ktorý žije sám, dajme si naňho pozor, či potrebuje pomoc.
- Nebojme sa požiadať o pomoc! – Staroba a s ňou spojené ťažkosti a problémy nie sú hanbou, ako nie je hanbou ani to, ak naša rodina žije v inej časti krajiny alebo sveta. Vyškolení odborníci systému sociálnej starostlivosti sú pripravení pomôcť nám s problémami a výzvami starého veku.
- Prijmeme pomoc! – Ak sme už urobili prvý a často najťažší krok a obrátili sme sa na odborníka, na odbornú inštitúciu, prijmeme aj možnosti, ktoré nám ponúkajú. Dôverujme im!
- Starajme sa správne o svojho staršieho príbuzného! – Ak stav nášho staršieho blízkeho stále umožňuje domácu starostlivosť, stejne by sme mali ešte požiadať o radu sociálneho pracovníka, aby sme mohli poskytnúť starostlivosť, ktorá najlepšie vyhovuje potrebám nášho staršieho člena rodiny.
- Domovy seniorov prevádzkované sociálnymi ústavmi poskytujú kvalitnú starostlivosť a istotu na konci staroby! – Ak to stav nášho staršieho príbuzného odôvodňuje, nech sa oňho postarajú profesionáli. Oni mu poskytnú najvhodnejšiu starostlivosť a ochránia ho pred zločincami, ktorí chcú zneužiť jeho stav.

### **Správy pre odborníkov pracujúcich v systéme sociálnej starostlivosti:**

- Výmena skúseností – Napriek tomu, že pracovníci dvoch partnerských inštitúcií pracujú v tej istej profesii, rozdielne právne prostredie oboch krajín, kultúrne a historické rozdiely, resp. sociálne rozdiely spôsobené charakterom veľkomesta a malomesta, tie všetky poskytujú cenné poznatky a skúsenosti, z ktorých sa obe strany môžu veľa naučiť a využiť pri svojej práci.
- Spoznávanie dobrej praxe – Každá inštitúcia, každý obec, každá krajina sa v oblasti sociálnej starostlivosti uberá inou cestou. Ak sa navzájom spoznáme s osvedčenými postupmi, môžeme nápady zdokonaľiť na základe zrejých

skúseností v našej vlastnej inštitúcii tak, že nás už nezaťažujú neistoty a ťažkosti spojené s inováciami, novinkami.

- Spoločné myslenie – Ako aj príslovie hovorí, „Viac očí viac vidí!“. Rôzni (profesionálni) ľudia pristupujú k danej situácii alebo problému inak, vďaka čomu v prípade viac diskutovanej problematiky si skôr všimneme niečo, čo by sme sami možná nevideli. Preto je pravdepodobnejšie, že problém dobre vyriešime, ak sa ním bude zaoberať z nás viac. Podľa vyššie uvedených je dôležité, aby partneri spolupracovali pri riešení výziev starnúcej spoločnosti.
- Spoločná zodpovednosť – Jedným zo základných kameňov medziodborovej spolupráce je ten postoj a myslenie, keď sa pokúsime pomôcť, a problém nahlásime príslušnému špecialistovi, aj keď nám „vec“ nepatrí. Šíreniu tohto postoja napomáha aj fungovanie podporných skupín, a bezprostrednejší osobný vzťah vďaka tam sa rozvíjajúcim osobným kontaktom.

## Kľúčové slová v komunikácii Spojenej zdravotnej a sociálnej inštitúcie

- Pripravme sa vedome na starobu – Zmena sociálnych postojov
- Zlepšenie kvality života v staršom veku
- Pomôžme starším!
- Staroba nie je hanba!
- Požiadajte o pomoc nie je hanba!
- Nečakajte do 24. hodín!
- Odvážte sa požiadať o pomoc!
- Prijmite pomoc!
- Starajte sa správne!
- Spoločná zodpovednosť

## Predstavenie cieľov Domova seniorov Ambrózia

Pri stanovovaní cieľov krátke trvanie projektu – ktorá je len 4 mesiace – zásadne ovplyvnilo aj slovenskú partnerskú inštitúciu projektu. Síce ide o susedné krajiny, vzhľadom na zákony a iné zvyklosti funguje slovenský systém starostlivosti o niečo inak ako maďarský, av dôsledku toho sa obe strany môžu veľa naučiť z porovnávania sociálnych služieb a výmeny skúseností. Navyše v prípade Domova seniorov Ambrózia, ide o prvý medzinárodný projekt, preto si medzi ciele stanovili dosiahnuť aj také výsledky, ktoré maďarský partner už predtým dosiahol. Mesto a jej inštitucionálny systém zápasí aj so situáciou, že kvôli blízkosti hlavného mesta Bratislavy, a tamojšiemu obrovskému dopytu po pracovnej sile, sa do mesta sťahuje veľa ľudí z východných regiónov, kde zápasia s nezamestnanosťou. Rozširujúca sa populácia v dôsledku domácej migrácie okrem iných ťažkostí priniesla so sebou aj to, že pre sociálnych pracovníkov je ťažšie vybudovať si vzťah dôvery s „cudzincami“, ktorí sa sem prisťahujú. Tlak na sociálny sektor ešte zvyšuje aj fakt, že práca v zahraničí sa stala trendom aj medzi miestnymi mladými ľuďmi, pričom starnúci rodičia nechávajú osamotení, ktorí tak spadajú do systému samosprávnej starostlivosti v neprítomnosti blízkeho príbuzného.

Významným problémom v osade je nárast prípadov demencie u starých ľudí, respektive to, že demencia je v mnohých rodinách ešte stále tabu. Príbuzní sa často hanbia, keď má starší člen rodiny demenciu, takže často ani nepožiadajú o pomoc so starostlivosťou. Existujú aj také prípady, keď odborníci síce diagnostikujú demenciu u príbuzného, ale rodina kvôli stereotypom chorobu člena rodiny radšej odmieta a neakceptuje. Preto je veľmi dôležité využiť každú príležitosť na to, aby si ľudia v rámci spoločenského povedomia uvedomili, že demencia je choroba, nie stav, za ktorý sa treba hanbiť, a že pre lepšiu kvalitu života pacientov je dôležité hľadať pomoc odborníkov.

Zostavenie **zbierky základných odborných pojmov** je prioritou aj pre partnera zo Šamorína, pretože v prípravnej fáze projektu sa partneri opakovane stretávali s prekážkou, že niektoré gramaticky identické odborné výrazy znamenajú v oboch krajinách niečo iné.

Výrazným cieľom projektu je aj **vytváranie podporných skupín**. Takáto skupina však predtým v Šamoríne formálne nepôsobila, preto chce slovenský partner tento cieľ dosiahnuť využitím skúseností z Győru, avšak prispôbeným vlastným možnostiam. Takouto črtou je malomestský charakter sídla, ktorý sa vyvinul počas života 1 generácie z dedičstva veľkej dediny. Vďaka tomu, že sa ľudia väčšinou poznajú osobne, neformálny vzťah stále existoval, aj keď medzi inštitúciami a organizáciami nebola žiadna formálna spolupráca. Organizácie zapojené do podpornej skupiny v Šamoríne:

- Domov seniorov Ambrózia
- sociálny odbor obecného úradu
- polícia
- úrad práce
- všeobecné lekári
- plánuje sa aj zapojenie Červeného kríža

Okrem toho, zapojené organizácie majú dobré vzťahy s miestnymi klubmi dôchodcov a cirkvami, ktorých úloha pri starostlivosti o seniorov, venovaní pozornosti nie je zanedbateľná.

Tretím cieľom projektu je vytvorenie **zbiery „Dobrej praxe“**. Slovenský partner od tohto projektového prvku tiež očakáva, že sa obaja partneri budú môcť učiť z prichádzajúcich materiálov, dozvedieť sa viac o inde už dobre fungujúcich službách, a vďaka projektu adaptovať z nich čo najviac.

Ako štvrtý cieľ je dosiahnutie výsledkov súvisiace s **verejnou komunikáciou**, čo chce Domov seniorov Ambrózia uskutočniť okrem vypracovania komunikačnej stratégie aj natočením krátko film. Tento film by predstavoval fungovanie, význam a úlohu založenej podpornej skupiny a jeho hlavným cieľom je upozorniť obyvateľov na problémy staroby a dôležitosť súvisiacej pomoci. Hotový film sa bude okrem iného premietiť v miestnych ambulanciách, lekárňach, kluboch dôchodcov, takže všade, kde sa môže objaviť cieľová skupina seniorov. Okrem toho sa plánuje premietanie krátko film aj na stredných školách, aby sa veková skupina dostala k téme.

## Komunikačné správy použité Domovom senioirov Ambrózia

### Správy pre starých ľudí a ich príbuzných, ktoré sa o nich starajú:

- Pripravme sa vedome na starobu! – V rámci prípravy na starobu je potrebné zvýšiť sociálne povedomie. V mnohých prípadoch je problém v tom, že nevieme, kam sa so svojím problémom obrátiť. Pozrime sa na to včas, zistíme si to vopred, čím môžeme aj jednoduchšie a rýchlejšie požiadať o pomoc.
- Pomoc existuje, nie sme sami! – Či už sme v situácii ako starší človek alebo ako príbuzný, keď musíme požiadať o pomoc k dosiahnutiu správnej starostlivosti, musíme vedieť, že existuje pomoc. Môžeme sa obrátiť na vyškolených a kvalifikovaných sociálnych pracovníkov, ktorí sa snažia poskytnúť čo najvhodnejšiu pomoc pre staršieho človeka.
- Nečakajme do 24. hodin! – Poradíme sa včas s odborníkom, nečakajme, kým sa situácia stane neudržateľnou. Pre starší člen rodiny, a pre rodinu samotnú je lepšie, ak sa do starostlivosti a ošetrovania včas zapojí odborník, veď ako externý, objektívny, pripravený odborník ponúkne najlepšiu možnú sociálnu službu dostupnú v danom obci.
- Požiadať o pomoc nie je hanba! – Staroba a s ňou spojené ťažkosti a problémy nie sú hanbou, ako nie je hanbou ani to, ak naša rodina žije v inej časti krajiny alebo sveta. Požiadať o pomoc profesionálov neznamená, že by sa rodina nechcela postarať o staršieho príbuzného, veď v dnešnom typickom modeli rodiny pracujú najčastejšie obaja rodičia, deti často skúšajú šťastie v odľahlej časti krajiny či sveta, a tak veľakrát chýba člen rodiny, ktorý by sa mohol zodpovedne a nepretržite starať o staršieho príbuzného odkázaného na pomoc. Preto sú k dispozícii rôzne služby systému sociálnej starostlivosti, ktoré nám pomáhajú zabezpečiť hodnotnú starobu pre našich blízkych.
- Prijmeme pomoc! – Ak sme už urobili prvý a často najťažší krok a obrátili sme sa na odborníka, na odbornú inštitúciu, prijmeme aj možnosti, ktoré nám ponúkajú. Dôverujme im!
- Starajme sa správne o svojho staršieho príbuzného! – Ak stav nášho staršieho blízkeho stále umožňuje domácu starostlivosť, stejně by sme mali ešte požiadať o radu sociálneho pracovníka, aby sme mohli poskytnúť starostlivosť, ktorá najlepšie vyhovuje potrebám nášho staršieho člena rodiny.



- Domov seniorov nie je hanba! – Ak to stav nášho staršieho príbuzného odôvodňuje, nech sa oňho postarajú profesionáli. Moderné opatrovateľské domy dnes pripomínajú skôr penzión, ktorý poskytuje aj zdravotnú a ošetrovateľskú starostlivosť, než nemocnicu, ošetrovňu, ako to žije v stereotypoch.

### **Správy pre odborníkov pracujúcich v systéme sociálnej starostlivosti:**

- Výmena skúseností – Napriek tomu, že pracovníci dvoch partnerských inštitúcií pracujú v tej istej profesii, rozdielne právne prostredie oboch krajín, kultúrne a historické rozdiely, ďalej sociálne rozdiely spôsobené charakterom veľkomesta a malomesta, tie všetky poskytujú cenné poznatky a skúsenosti, z ktorých sa obe strany môžu veľa naučiť a využiť pri svojej práci
- Spoznávanie dobrej praxe – Každá inštitúcia, každý obec, každá krajina sa v oblasti sociálnej starostlivosti uberá inou cestou. Ak sa navzájom spoznáme s osvedčenými postupmi, môžeme nápady zdokonaľiť na základe zrelých skúseností v našej vlastnej inštitúcii tak, že nás už nezaťažujú neistoty a ťažkosti spojené s inováciami, novinkami.
- Spoločné myslenie – Ako aj príslovie hovorí, „Viac očí viac vidí!“. Rôzni (profesionálni) ľudia pristupujú k danej situácii alebo problému inak, vďaka čomu v prípade viac diskutovanej problematiky si skôr všimneme niečo, čo by sme sami možná nevideli. Preto je pravdepodobnejšie, že problém dobre vyriešime, ak sa ním bude zaoberať z nás viac. Podľa vyššie uvedených je dôležité, aby partneri spolupracovali pri riešení výziev starnúcej spoločnosti.
- Spoločná zodpovednosť – Jedným zo základných kameňov medziodborovej spolupráce je ten postoj a myslenie, keď sa pokúsime pomôcť, a problém nahlásime príslušnému špecialistovi, aj keď nám „vec“ nepatrí. Šíreniu tohto postoja napomáha aj fungovanie podporných skupín, resp. bezprostrednejší osobný vzťah vďaka tam sa rozvíjajúcim osobným kontaktom.

### **Kľúčové slová v komunikácii Domova seniorov Ambrózia**

- Vedomá staroba – Zmena sociálnych postojov
- Staroba nie je hanba!
- Požiadajte o pomoc nie je hanba!
- Domov seniorov nie je hanba!
- Nie sme sami!
- Nečakajte do 24. hodín!
- Prijmite pomoc!
- Starajte sa správne!
- Spoločná zodpovednosť

# Komunikačná činnosť

## Situácia na mediálnom trhu v dotknutých mestách

V mestách podielajúcich sa na projekte sú v súčasnosti prítomní títo kľúčoví mediálni subjekti. V našom zozname popisujeme iba tie lokálne mediálni subjekti s čitateľmi/divákmi/poslucháčmi dostatočnej veľkosti na oslovenie cieľových skupína na nákup médií, s neustále sa objavujúcim/aktualizovaným obsahom.

### Győr

- **tlačové médiá**
  - Kisalföld<sup>3</sup> – župný denník, vychádza v ~34.000 výtlačkoch
  - Győr+ Hetilap<sup>4</sup> – týždenník mesta, vychádza v 60.500 výtlačkoch (bezplatný)
- **online médiá**
  - [www.kisalfold.hu](http://www.kisalfold.hu) – župný spravodajský portál
  - [www.gyorplusz.hu](http://www.gyorplusz.hu) – mestský spravodajský portál
  - [www.o2hir.hu](http://www.o2hir.hu) – regionálny spravodajský portál
- **televízia**
  - Győr+ Televízió – lokálna televízia so správami z Győru, dostupná u všetkých káblových prevádzkovateľov
  - Oxygen TV – regionálna televízia s regionálnymi správami, dostupná u všetkých káblových prevádzkovateľov
- **rádio**
  - Győr+ Rádió – miestny rozhlas s miestnymi programami a správami
  - Rádió1 – komerčné rádio s národným centrálnym programovým obsahom a miestnymi správami

### Somorja

- **tlačové médiá**
  - Somorja és Vidéke<sup>5</sup> – mestský mesačník s miestnymi správami, vychádza v 3.000 výtlačkoch
  - Új Szó<sup>6</sup> – regionálny denník, vychádza v 26.000 výtlačkoch
- **online médiá**
  - [www.parameter.sk](http://www.parameter.sk) – regionálny spravodajský portál
  - [ujso.com](http://ujso.com) – regionálny spravodajský portál
- **rádio**
  - Pátria Rádió – verejnoprávny rozhlas pre národnostné menšiny

<sup>3</sup>Názov po slovensky: Malá dunajská kotlina

<sup>4</sup>Názov po slovensky: Týždenník Győr+

<sup>5</sup>Názov po slovensky: Šamorín a okolie

<sup>6</sup>Názov po slovensky: Nové slovo

## Komunikačná činnosť Spojenej zdravotnej a sociálnej inštitúcie

Názov komunikačného prostriedku	Časový harmonogram činnosti	Počet	Parametre komunikačného prostriedku
Vypracovanie komunikačnej stratégie	marec 2022	1 ks	Vypracovanie komunikačnej stratégie pre 2 partnerov podielajúca sa na projekte, v maďarskom a slovenskom jazyke, v rozsahu minimálne 60.000 znakov.
Poskytovanie mediálneho platformu	marec-apríl 2022	12 ks	Poskytovanie mediálneho platformu potrebných na zverejnenie hotových komunikačných materiálov v Győri. Z 12 výskytu 4 v miestnych časopisoch, 4 na online plochách, 2 v miestnom rozhlase, 2 v miestnom televízii
Organizovanie otváracieho podujatia	február 2022	1 ks	Organizovanie verejného otváracieho podujatia v Győri s cieľom informovať verejnosť a odborných partnerov.
Podstránka projektu	február 2022	1 ks	Vytvorenie podstránky projektu na existujúcej webovej stránke príjemcu.
Tlačové správy	február 2022 a apríl 2022	2 ks	Zverejnenie tlačovej správy v súlade s požiadavkami príručky transparentnosti projektu.
Darčkový balíček	apríl 2022	50 ks	Darčkový balíček pre profesionálov zapojených do projektu v súlade s požiadavkami na imidž.
Projektová doska	február 2022	1 ks	Príprava a umiestnenie projektovej dosky veľkosti A2 v súlade s požiadavkami na imidž.

Počas činnosti Poskytovanie mediálneho platformuvyskytovanie sú naplánované podľa nižšie uvedeného harmonogramu:

Plánovaný dátum výskytu	Druh média	Názov média	Plánovaná téma výskytu
marec 2022– 12.týždeň	tlačové médiá	Győr+ Hetilap	Informovanie verejnosti o všeobecných cieľoch projektu
marec 2022 – 12. týždeň	online	Győr+ Online	Informovanie verejnosti o všeobecných cieľoch projektu
marec 2022 – 12. týždeň	televízia	Győr+ Televízió	Informovanie verejnosti o všeobecných cieľoch projektu
marec 2022 – 12. týždeň	rádio	Győr+ Rádió	Informovanie verejnosti o všeobecných cieľoch projektu
apríl 2022 – 14. týždeň	tlačové médiá	Győr+ Hetilap	Ako sa vedome pripraviť na starobu? – formovanie postojov verejnosti
apríl 2022 – 14. týždeň	online	Győr+ Online	Ako sa vedome pripraviť na starobu? – formovanie postojov verejnosti

marec 2022 – 16. týždeň	tlačové médiá	Kisalföld	Formovanie postojov verejnosti prostredníctvom propagácie existujúcej „dobrej praxe“
marec 2022 – 16. týždeň	online	Kisalföld Online	Formovanie postojov verejnosti prostredníctvom propagácie existujúcej „dobrej praxe“
marec 2022 – 16. týždeň	tlačové médiá	Győr+ Hetilap	Formovanie postojov verejnosti prostredníctvom propagácie existujúcej „dobrej praxe“
marec 2022 – 16. týždeň	online	Győr+ Online	Formovanie postojov verejnosti prostredníctvom propagácie existujúcej „dobrej praxe“
marec 2022 – 16. týždeň	televízia	Győr+ Televízió	Formovanie postojov verejnosti prostredníctvom propagácie existujúcej „dobrej praxe“
marec 2022 – 16. týždeň	rádio	Győr+ Rádió	Formovanie postojov verejnosti prostredníctvom propagácie existujúcej „dobrej praxe“

## Komunikačná činnosť Domova seniorov Ambrózia

Názov komunikačného prostriedku	Časový harmonogram činnosti	Počet	Parametre komunikačného prostriedku
PR film	apríl 2022	2 ks	Natočenie filmu pre verejnosť o činnosti podpornej skupiny a dosiahnutých odborných výsledkoch v trvaní 90-120 sekúnd v slovenskom a maďarskom jazyku.
Organizovanie záverečného podujatia	apríl 2022	1 ks	Organizovanie verejného záverečného podujatia v Šamoríne s cieľom informovať verejnosť a odborných partnerov.
Podstránka projektu	február 2022	1 ks	Vytvorenie podstránky projektu na existujúcej webovej stránke príjemcu.
Projektová doska	február 2022	1 ks	Príprava a umiestnenie projektovej dosky veľkosti A2 v súlade s požiadavkami na imidž.

## Imidž projektu

---

Pri komunikačnej činnosti je potrebné venovať veľkú pozornosť dodržiavaniu imidžových požiadaviek Fondu malých projektov programu Interreg, pretože v opačnom prípade môže to mať za následok zníženie výšky podpory.

Príručka Fondu malých projektov „**Viditeľnosť projektu**“ podrobne stanovuje úlohy a požiadavky na informovanie verejnosti. Treba dávať pozor na to, že tieto špecifikácie nie sú nevyhnutne rovnaké pre každý komunikačný prostriedok, preto si v každom prípade skontrolujemesúvisiace predpisy vopred.

Príručka poskytuje návod i na prípady, v ktorých by mali byť návrhy materiálov zaslané vopred Európskemu územnému združeniu spoločnosti s ručením obmedzeným Rába-Dunaj-Váh počas komunikačnej činnosti.

## Poriadok vyhlásení

---

S cieľom zabezpečiť jednotnú a uvedomelú komunikáciu projektu Starajme sa spolu, 2 partnerské inštitúcie participujúce na projekte zadefinovali poriadok vyhlásení. Účelom poriadku je, aby každá inštitúcia primerane zastupovala záujmy projektu a inštitúcie prostredníctvom svojich vyhlásení v súlade s cieľmi stanovenými v komunikačnej stratégii.

### **Osoby určené na vyhlásenie Spojenej zdravotnej a sociálnej inštitúcie:**

1. Róbert Kányai, riaditeľ
2. Zsuzsanna Várallyai Turcsikné, referentka koordinácie projektov, sociálna špecialistka

### **Osoby určené na vyhlásenie Domova seniorov Ambrózia:**

1. Anna Bodóová, riaditeľka
2. Lea Fasangová, spravodajkyňa výberového konania

## Impressum

---

Komunikačnú stratégiu pripravila spoločnosť Reinger Kft. v mene Spojenej zdravotnej a sociálnej inštitúcie, v rámci projektu *Starajme sa spolu* v Programu spolupráce Interreg V-A Slovensko-Maďarsko.

**„Obsah tohto prospektu nemusí nevyhnutne odrážať oficiálný názor Európskej únie.“**