



PR PŘÍRUČKA

NESEHNUTÍ

2025-2028



Tento strategický dokument vznikl v rámci projektu Posilování kapacit a profesionalizace NESEHNUTÍ (CZ.03.01.02/00/22_011/0000296), který je spolufinancován Evropskou unií.



Spolufinancováno
Evropskou unií

Tato PR příručka slouží jako praktický a dlouhodobě využitelný nástroj pro sjednocení a zkvalitnění komunikace organizace NESEHNUTÍ navenek i dovnitř týmu. Vznikla jako součást procesu posilování kapacit organizace a navazuje na strategické směřování, vizi, hodnoty a strategické cíle organizace v tříletém horizontu.

Základním účelem příručky je zachytit komunikační strategii organizace v srozumitelné, přehledné a snadno použitelné podobě a převést ji z úrovně „strategie“ do každodenní praxe. Příručka proto usnadňuje její aplikaci zaměstnaným a spolupracujícím osobám napříč organizací – poskytuje společný rámec, konkrétní vodítka a doporučené postupy, které podporují jednotné a konzistentní vystupování NESEHNUTÍ v různých situacích, kanálech a formátech.

Dokument shrnuje základní principy komunikace, klíčová sdělení, tón a styl vystupování organizace, práci s cílovými skupinami a rámce pro komunikaci témat, která jsou pro NESEHNUTÍ dlouhodobě klíčová. Současně obsahuje praktické návody pro plánování komunikačních aktivit, koordinaci komunikace v týmu a práci s médii i dalšími externími aktéry.

PR příručka byla vytvořena s cílem zvýšit srozumitelnost, konzistenci a profesionalitu komunikace organizace, podpořit kontinuitu práce i v podmínkách personálních změn a přispět k dlouhodobé udržitelnosti nastavených procesů. Je určena především pro interní využití týmem NESEHNUTÍ a spolupracujícími osobami, přičemž její vybrané části mohou sloužit také jako referenční rámec pro externí partnery.

Dokument je koncipován jako živý materiál, který může být v budoucnu dále rozvíjen a aktualizován v návaznosti na potřeby organizace, změny kontextu a strategické priority NESEHNUTÍ.



CO JE PR PŘÍRUČKA?

PR příručka je dokument, který se neustále vyvíjí. PR tým ho pravidelně aktualizuje a rozšiřuje v reakci na aktuální události a v souladu s právě platnou komunikační strategií a pravidly organizace.

Slouží jako první místo, kam byste měli**y* nahlédnout, než se obrátíte na PR tým s dotazem.

Měla by být také výchozím bodem při plánování jakékoli kampaně, tvorbě letáku nebo psaní textu například k události na Facebooku, zejména pokud si nejste jistí**é*, jakým způsobem NESEHNUTÍ komunikuje **nebo jakou strategii je vhodné zvolit.**

PROČ EXISTUJE PR PŘÍRUČKA?

Komunikace je jedním z klíčových pilířů, na nichž NESEHNUTÍ stojí. Abychom mohli* y efektivně předávat naše témata veřejnosti, dobrovolnictvu, partnerstvu i novinářstvu, potřebujeme mít jasně nastavený rámec. Veřejnost nejen informujeme o tom, co děláme, ale také prostřednictvím našich kampaní otevíráme nová témata a vyzýváme k akci. Vnější podpora je přitom pro naši práci zásadní.

Aby tato komunikace byla srozumitelná, promyšlená a jednotná, vznikla právě tato příručka. Slouží k vyjasnění základních principů, na kterých je naše komunikace postavena: kdo je naše cílové publikum, jak chceme působit navenek, čemu se vyhýbáme a jaké komunikační nástroje používáme nebo naopak nevyužíváme.

REVIZE 2025

Poslední rozsáhlejší aktualizace této příručky proběhla v roce 2025. V jejím rámci jsme znovu promysleli*ý smysl i obsah dokumentu. Zároveň jsme si společně ujasnili*ý, jaké “role” by měl naplňovat:

Ukotvení identity NESEHNUTÍ / Co o sobě chceme říkat navenek

Praktické návody pro tvorbu PR výstupů a prezentaci organizace v různých formách

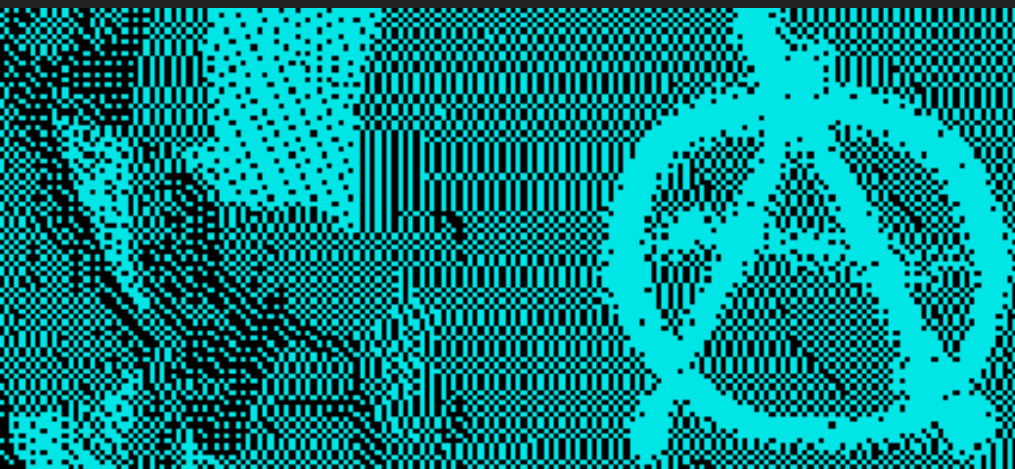
Užitečný průvodce pro nové kolegyně a kolegy, kteří chtějí lépe porozumět naší komunikaci

Živý dokument, který se vyvíjí v souladu s aktuálními diskuzemi uvnitř organizace

Vyjasnění rolí a spolupráce mezi programy a PR týmem

ZÁKLADNÍ PREZENTACE NESEHNUTÍ

Jsme organizace občanské společnosti, která se zaměřuje na lidskoprávní a enviromentální témata a funguje na nehierarchických principech. Cílem našich aktivit je z expertní pozice podporovat společenské změny vedoucí ke světu založenému na rovnosti a respektu pro všechny bytosti i prostředí, ve kterém společně žijeme. Propojujeme pestrou paletu témat, protože jsme si vědomi*y, že lidskoprávní i enviromentální otázky spolu úzce souvisí. Podporujeme růst solidární angažované občanské společnosti a opíráme se v tom o společné hodnoty a společnou vizi.



VIZE A MISE NESEHNUTÍ

Chceme svět který je nějak víc...

pomalý, vnímavý k hlasu a potřebám všech, důstojný pro všechny, respektující, solidární, udržitelný, svobodný s vědomím zodpovědnosti, nenásilný.

Jsme NESEHNUTÍ.

Cítíme zodpovědnost za dění kolem nás a usilujeme o změny vedoucí ke spravedlnosti a rovnosti.

Chceme otevřenou a angažovanou společnost schopnou dialogu, založenou na respektu k přírodě, lidem a zvířatům.

Aktivizujeme komunity a jednotlivce k jednání na základě ekologických a sociálních souvislostí.

Přijímáme zodpovědnost jako nedílnou součást svobody.

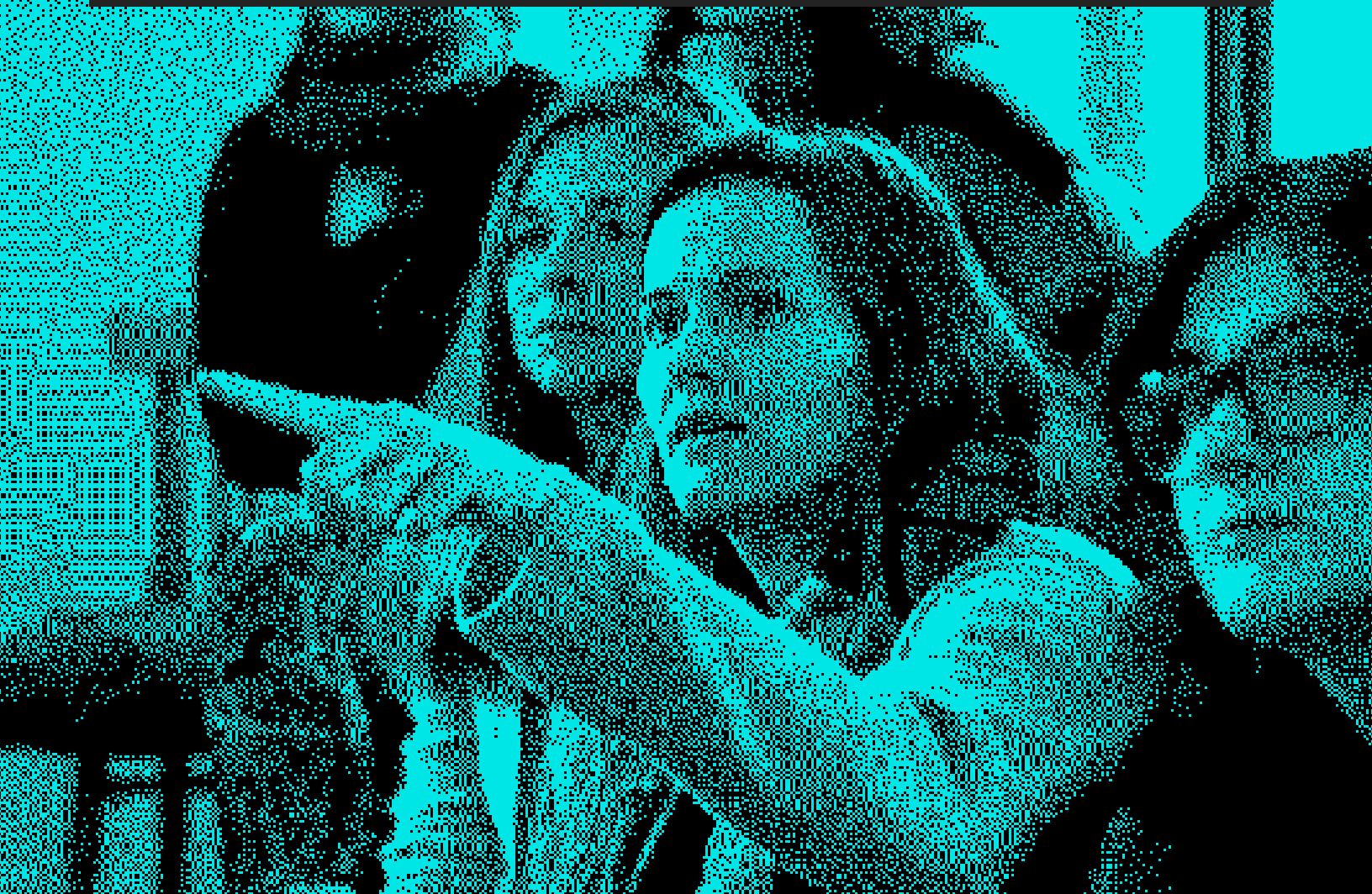
We are NESEHNUTÍ.

We feel a responsibility for what's happening around us and strive for changes that lead to justice and equality.

We envision an open and engaged society capable of dialogue, built on respect for nature, people, and animals.

We empower communities and individuals to take action based on ecological and social connections.

We see responsibility as an inseparable part of freedom.



VIZE A MISE PROGRAMŮ

PR tým doporučuje v rámci strategických plánování nad vizí uvažovat, revidovat a programům, které ji nemají, doplnit a pracovat s ní.



Jakmile si kterýkoliv z programů či iniciativních skupin vytvoří novou vizi, pošlete ji prosím ihned PR týmu, aby ji mohl v tomto dokumentu aktualizovat.

Kromě strategických plánování programů je další platformou, kde je možné s vizí programu a na vizi programu pracovat, setkání ke komunikačním kuchařkám. PR tým ocení, když budete u vytváření komunikačních kuchařek pracovat jak se strategickým plánem a vizí organizace, tak s vašimi dílčími programovými vizemi.

CESTA INICIATIVY



Dlouhodobý cíl programu a mise

Podporovat rozvoj občanských iniciativ a jejich aktivit směřujících k ochraně lidských práv, životního prostředí a práv zvířat. Posilovat nezávislá média a watch-dogové aktivity ve vybraných regionech. Výměnou zkušeností přispívat k tvorbě občanské společnosti, posilovat její práva a napomáhat společenským změnám.

Cílem programu je podpora a posilování těch, kteří aktivně vystupují proti diktaturám, autoritativním tendencím a omezování občanských práv a svobod a kteří zároveň prosazují demokratické směřování společnosti. Program se zaměřuje na podporu osob a občanských iniciativ, které posilují participaci občanů na veřejném dění, rozšiřují práva a svobody občanů, nevládních organizací i nezávislých médií.

Při našich aktivitách klademe důraz na prosazování hodnoty lidských práv, ochrany životního prostředí, práv zvířat, tolerantní společnosti a snažíme se umenšovat vliv xenofobních, militaristických či nesnášenlivých ideologií i jejich nositelů.

Operativně reagujeme na změny politické a společenské situace a na aktuální potřeby cílových skupin.

F*ÉRA



Usilujeme o svět, ve kterém gender nehraje roli v distribuci moci a není vnímán jako binární; o svět, kde převládá rovnost a vzájemný respekt a na jehož utváření mají všichni možnost participovat; o svět, který se raduje z rozmanitosti a proměnlivosti všech entit a který je vnímavý, citlivý a empatický k jejich různým kontextům.



Konkrétně naši vizi a poslání přenášíme do praxe prostřednictvím lektorování workshopů pro různé cílové skupiny a na různá témata (s uplatněním genderové perspektivy); přinášení témat k aktivní veřejnosti; interagování s veřejným prostorem a širokou veřejností; síťování se s podobně smýšlejícími uskupeními či jednotlivkyněmi*jednotlivci; a v neposlední řadě prostřednictvím proaktivní i reaktivní advocacy práce, která zahrnuje jak kritické vymezování se, tak i spoluvytváření prostoru pro sdílení perspektiv a potřeb a hledání příležitostí pro jejich zohlednění v rozhodování.

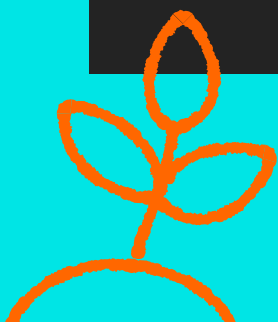


OBČANSKÉ OKO



Občanské oko prosazuje ochranu přírody a krajiny, usiluje o zdravé životní prostředí a aktivní občanskou společnost nejen v Brně.

Vizí Občanského oka je: kolaborativní, solidární, nehierarchicky spravované, sociálně a ekonomicky spravedlivé společenství, které vzkvétá v souladu s kapacitami planety s ohledem na potřeby a možnosti všech lidí, zvířat, rostlin a dalších entit a buduje klimaticky neutrální a odolná sídla. Ta využívají lokální energetické a potravinové zdroje a nepotřebují individuální automobilovou dopravu



SPOLEČNĚ K ROZMANITOSTI



Usilujeme o respektující a inkluzivní společnost, založenou na základních hodnotách, jako jsou svoboda, rovnost a solidarita, kde se lidé z různých kultur cítí bezpečně a vítáni a mají rovné příležitosti k osobnímu rozvoji.

Podporujeme příchozí na jejich cestě stát se součástí místní komunity.



Vytváříme prostor, který je inkluzivní, bezpečný a zábavný.

Budujeme komunitu, kde se propojujeme, učíme se od sebe navzájem, sdílíme a vzájemně se podporujeme.

Naše zkušenosti, hodnoty a principy šíříme dál do veřejného prostoru pomocí různých nástrojů – vzdělávání, osvěta, kultura.

ZA PRÁVA ZVÍŘAT



Chceme svět, ve kterém jsou zvířata vnímána jako plnohodnotné bytosti a kde jsou respektovány jejich přirozené potřeby.



Zastáváme přechod od průmyslového živočišného zemědělství k udržitelnému, převážně rostlinnému zemědělství, které zcela upustí od chovu zvířat ve velkochovech.

Průmyslové zemědělství v čele s velkochovy je jednou z hlavních příčin klimatických změn a mezi jeho průvodní negativní jevy patří kromě utrpení zvířat také ničení přírody a ohrožení lidského zdraví.



Podporujeme systémové změny, které zlepší životní podmínky hospodářských zvířat a povedou ke zvýšení podílu rostlinné stravy na úkor produkce z velkochovů.



PŘEDSTAVUJÍCÍ ODSTAVEC

Jsme organizace občanské společnosti, která se zaměřuje na lidskoprávní a environmentální témata a funguje na nehierarchických principech. Cílem našich aktivit je z expertní pozice podporovat společenské změny vedoucí ke světu založenému na rovnosti a respektu pro všechny bytosti i prostředí, ve kterém společně žijeme. Propojujeme pestrou paletu témat, protože jsme si vědomi*y, že lidskoprávní i environmentální otázky spolu úzce souvisí. Podporujeme růst solidární angažované občanské společnosti a opíráme se v tom o společné hodnoty a společnou vizi.

SLOGAN

**RESPEKT - SVOBODA - ZODPOVĚDNOST -
ANGAŽOVANOST - DŮVĚRA - UDRŽITELNOST
DÁVÁME ODVAHU MĚNIT SVĚT!**

NÁZEV

Náš originální a oficiální název zní **NESEHNUTÍ**.

To je název, pod kterým je organizace registrována, pod kterým figuruje u ministerstev nebo ČSÚ.

Dalšími používanými a akceptovanými názvy jsou:

Nezávislé sociálně ekologické hnutí - NESEHNUTÍ

nebo **NEzávislé Sociálně Ekologické HNUTÍ**.

Nejčastěji je však používám název NESEHNUTÍ, který neskloňujeme jako přídavné jméno, ale jako podstatné jméno a píšeme vždy velkými písmeny.

Termíny jako "Nese" nebo "NESE" jsou v komunikaci ven nepřípustné.

BARVY

LOGO

FONTY

Naše **logo** se snažíme nezapomínat přidat na jakýkoliv výstup, který jde směrem z NESEHNUTÍ ven. Logo prezentujeme maximální možné míře nejen například na tiskových materiálech, ale také na různých veřejných akcích.

Logo NESEHNUTÍ má před logy programů vždy přednost. Kde je logo programu, musí být i logo organizace.

Logo má definovanou základní paletu, založenou na výrazných odstínech. Klíčový je ale kontrast, nikoliv konkrétní odstín. Účelem je, aby byl nápis vždy čitelný a aplikace výrazná. Přípustná je jakákoli další kontrastní barva.

Celý brandmanuál si můžete stáhnout zde.

NESEHNUTÍ



V současnosti používáme přizpůsobený Google Font s otevřenou licencí s názvem NESE, doplňkové písmo NESE rukou a další písmo určeno výhradně pro výrobu piket, šablon bannerů a dalších improvizovaných materiálů nebo brandingu v prostoru.

1 písmo.
3 řezy,
3 řezy pro kurzívu.
Funkční pro většinu situací.



NESE Regular
NESE Medium
NESE Semibold

NESE Italic

NESE Medium Italic

NESE Semibold Italic

NESE RUKOU

Široká jazyková podpora: NESE podporuje širokou škálu jazyků z různých abeced včetně východoevropských, cyrilice nebo hebrejštiny. Díky tomu je vhodný pro globální použití napříč mnoha zeměmi a kulturami.

V současnosti používáme v různých kombinacích tyto barvy:

Simply White: #FFFBF8

Black: #232323

Green: #00ff0c

Orange: #FF6700

Yellow: #FFFF00

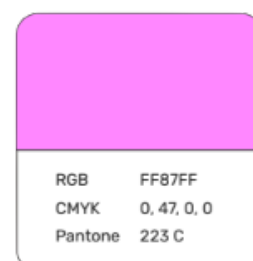
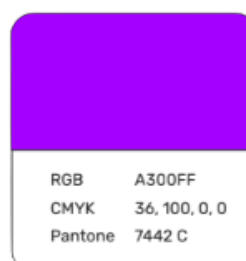
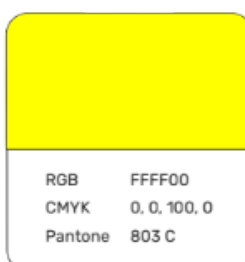
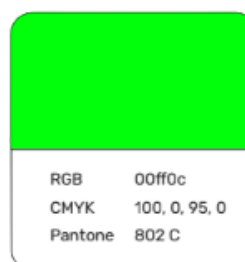
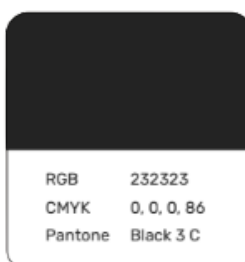
Red: #FF0000

Turquoise: #00E5E5

Glowing Blue: #0061ff

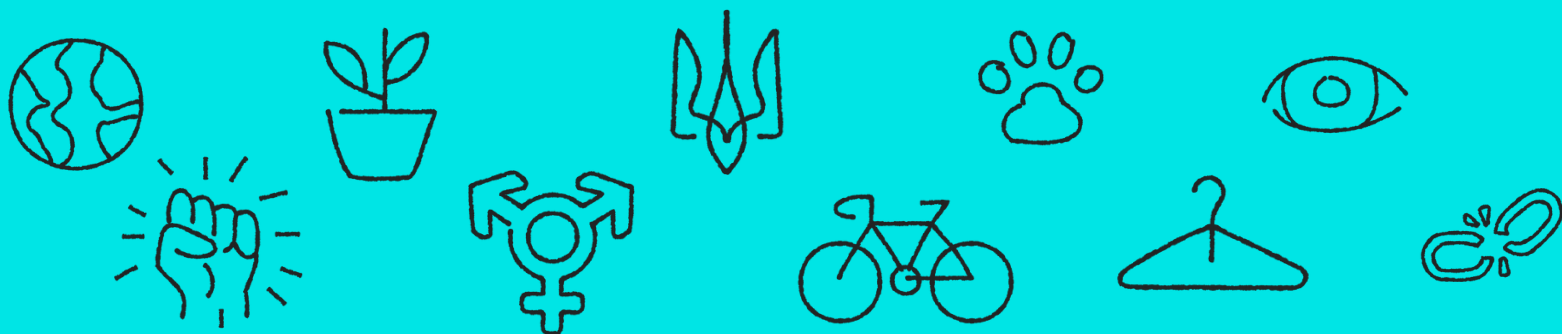
Purple: #A300FF

Pink: #FF87FF



ILUSTRACE

V NESEHNUTÍ máme vytvořených přes 100 ilustrací, které jsou použitelné jak pro programy, tak pro využití celoorganizačních materiálů. Ilustrace jsou nahrané jak na serveru a Google disku organizace, tak ve značce NESEHNUTÍ v Canvě.



Pro sjednocení vzhledu je v Canvě organizace vytvořená značka NESEHNUTÍ, kde jsou nahraný používaný font, barvy, loga, pásky, ilustrace a další grafické materiály.

Jedním ze sjednocujících prvků jsou kromě loga pásky. Tímto způsobem si kampaně či aktivity organizace mohou ponechat stávající vzhled, ale přidají jednotící prvek – pásku.



PRÁCE V CANVĚ

Ve sdílené Canvě využíváme pro aplikaci vizuální identity značku NESEHNUTÍ, kde jsou zmíněné fonty, barevná paleta, loga, ilustrace a grafické prvky

Součástí značky jsou také přednastavené vizitky, prezentace a rámečky na profilové fotky

A business card template for NESEHNUTÍ. The card has a yellow background. A purple diagonal banner across the top right contains the word "NESEHNUTÍ" in bold white letters. On the right side, there is a purple line-art logo of a heart with horizontal lines. The card contains several white rectangular input fields for contact information.

Jméno a příjmení

Pozice

Emailová adresa

Tel. číslo

nesehnuti.cz

Při práci s grafickým materiálem se snažíme o čitelnost a viditelnost. Jak může vypadat například post na sociální sítě, jak kombinovat barvy a další užitečné tipy, zjistíte v tomto [manuálu](#).



SOS

Pro úpravu fotografií lze využít Adobe photoshop (viz [brandmanuál](#)), nebo bezplatně [BDFM](#), kde používáme metodu FLOYD-STEINBERG

VYDÁVÁNÍ PUBLIKACÍ

Jakoukoliv publikaci, leták a plakát archivujeme v počtu 5 kusů v PR archivu.

Abychom předcházeli* y plýtvání, je dobré před vytištěním pečlivě zvážit, zda je publikaci třeba tisknout, případně jaké množství zvolit.

Pokud není uvedení sídla vydavatele povinné (publikace s ISBN, výroční zprávy) neuvádíme fyzickou adresu organizace ale pouze odkaz na webové stránky.

- Loga NESEHNUTÍ: [LOGO](#)
- [Hlavičkové papíry](#)
- Grafické materiály: [Nová vizuální identita 2025](#)
- Základní texty o NESEHNUTÍ: [TEXTY](#)
- Pravidla vydávání publikací: [PRAVIDLA](#)
- [Tištěné materiály desatero](#) a [ISBN](#)
- [GDPR](#)

PRÁCE S MÉDII

Pro komunikaci s médii musíme mít jasný **cíl komunikace**, tedy co chceme sdělit, proč je to teď důležité a jaký má být výsledek (podpora, účast, povědomí...).

Když volá novinář*ka

Poděkuj a zjisti zadání:

Jaké téma, formát (rozhovor, citace...), deadline.

Potvrd', že odpovíte i když potřebujete čas.

Dohodněte se na postupu s PR týmem.

Přidejte novináře*ku do [seznamu novinářstva](#).



Když oslovujeme média

Krátký, jasný e-mail – max. 5 vět + příloha ([tisková zpráva](#), fotky).

Předmět: stručný a zajímavý.

Personalizace: napište konkrétnímu novináři*ce, ne hromadně nebo ve skryté kopii.

Obsah sdělení

- 1 hlavní myšlenka
- Lidský příběh nebo případ
- Relevantní čísla/statistiky
- Citace mluvčí*ho



Zlatá pravidla

- Být rychlý*á, média pracují na hodiny, ne na dny.
- Mluvit srozumitelně, žádný složitý žargon.
- Kontrolovat fakta, nikdy neposílat neověřené údaje.
- Být vstřícný*á, dobrý vztah s novinářstvem je investice.
- Nikdy neusilujeme záměrně o pozornost pro nás kontroverzních medií jako je Aeronet, Parlamentní listy nebo Sputnik.
- Nepoužíváme citylight.
- Volbu komunikačního kanálu je nutné přizpůsobit typu cílové skupiny, kterou si předem
- dobře definujeme. Například z hlediska sociálních sítí je zcela jiné publikum na Instagramu než třeba na LinkedIn.
- Používáme vždy [genderově citlivý jazyk](#).

KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE A PLATFORMY

Rozesílky – jedna ze zásadních platforem pro komunikaci se sledujícími a podporovatelstvem. Důležitá je správná segmentace.

Sociální média – používáme Facebook, Instagram, LinkedIn, Threads a YouTube. Po kontroverzích jsme odešli* z X. Na sociální sítě dáváme důležitý i zajímavý obsah přizpůsobený platformám.

Tradiční média – komunikace s novinářstvem za pomoci tiskových zpráv (každý program má svůj medialist s kontakty na novinářstvo zabývající se daným tématem), nabízení rozhovorů nebo posílání již hotových rozhovorů, zvaní na happeningy.



Webové stránky - na webové stránky NESEHNUTÍ dáváme všechny aktuality, důležité dokumenty, brožury ke stažení, tiskové zprávy, pozvánky, inzeráty, nabídky dobrovolnictví, stáží apod. Zároveň máme kampaňové stránky s informacemi o kampani či výzvě.

Médium.cz - platforma od Seznamu, kam přidáváme upravené tiskové zprávy, články a rozhovory. Je zde nutné k fotkám přiřadit autorstvo a nelze používat * při psaní inkuzivního jazyka.



Z ČEHO VYCHÁZÍME?

Při revizi komunikační strategie jsme teoreticky vycházeli* y z průzkumu vnímání značky. V roce 2023 jsme mapovali* y, jak NESEHNUTÍ vnímají jednotlivé skupiny, jako například dárcovstvo, novinářstvo, dobrovolnictvo nebo mladí lidé. S tímto průzkumem vnímání značky nám pomohla organizace [Pábení](#).

Vycházíme také ze strategických plánů organizace, PR a jednotlivých týmů.



VÝZKUM ZNAČKY

Výzkum byl zaměřen na níže uvedené cílové skupiny. Jeho cílem bylo přispět k vytvoření srozumitelnější a účinnější PR komunikace. Jedná se o dlouhodobý proces, na kterém musíme společně neustále pracovat.

MLADÍ LIDÉ

DOBROVOLNICTVO

NOVINÁŘSTVO

CO SE ZJISTILO?

- Lidé napříč cílovými skupinami oceňují, že se NESEHNUTÍ zabývá různorodými tématy, která neřeší nikdo jiný.
- Že jsme aktivisti*ky a nebojíme se přímých akcí.
- Že jsme profesionální a máme know-how.
- Že jsme zaměřeni*é na Brno.
- Že jsme inkluzivní lidskoprávní organizace, která je ale zaměřená i na ekologii a práva zvířat.
- Že nám nechybí odvaha, pevné zásady a shodné hodnoty.
- Že se řešenými tématy snažíme být neustále aktuální.



ALE TAKÉ ŽE:

- Jsme moc „punkový“ a působíme radikálně.
- Máme zastaralé a nepřehledné webové stránky.
- Na setkávání nabízíme čočkovou pomazánku.
- Není dost přehledné, co vlastně děláme.
- Vizuál je nejednotný, logo špatně čitelné a není jasné, co symbolizuje.



ZÁVĚRY



MLADÍ LIDÉ

NESEHNUTÍ je mladá komunita; mladí hodnotově souzní a dělají instinktivně to, co je pro ně dobré. Hlavně komunikace na sítích – inkluzivní, pozitivní, věcná a srozumitelná; ukazovat každodennost a jít přes příběhy lidí! Klíčová témata NESEHNUTÍ znají.

DOBROVOLNICTVO

Dobrovolnictví vnímáno pozitivně, ale chybí PÉČE – vedení, zpětná vazba, kontextualizace. Klíčová témata NESEHNUTÍ znají. Komunikace: peer to peer, ale také mailing, Sledují SoMe.



Mají zájem o oboustrannou spolupráci (proaktivní i reaktivní), nejlépe relevantní exkluzivní témata, ale i kontakt na lidi, s nimiž NNO pracují; příběhy táhnou! Nutné dobře znát své novinářstvo: nejen typ média, ale i osobnost novináře*ky: relevantní téma a relevantní příběh pro novináře*ku.

Časově náročné budovat Media Relations, otázkou je dopad, protože mladí média nekonzumují, spíš tedy osvěta pro širší veřejnost.

NESEHNUTÍ přináší témata, která konzervativní posluchačstvo a čtenářstvo médií úplně nepřijímá.

NOVINÁŘSTVO

NESEHNUTÍ

DALŠÍ ZDROJE



NAŠE HODNOTY

Klíčové hodnoty/Principy, na kterých stavíme

Respekt

Angažovanost

Solidarita

Svoboda

Rovnost

Udržitelnost



SEHA

POSLÁNÍ



Posláním NESEHNUTÍ je pomáhat posouvat společnost směrem k rovnosti, respektu a udržitelnosti, ke světu, ve kterém není žádná skupina umlčená ani nadřazená, kde jsou důstojnost, bezpečí, péče a odpovědnost k planetě a všem ostatním živým bytostem prioritou.

Tuto společenskou změnu, která propojuje ochranu lidských práv, environmentální spravedlnost a ochranu práv zvířat, podporujeme zdola i shora, navenek i dovnitř. Pracujeme s lidmi a komunitami, jejichž hlas bývá přeslechnut či umlčen, nasloucháme jejich potřebám, pomáháme zviditelnit témata, která se jich týkají, provázíme je na jejich vlastní cestě změny a dáváme jim nástroje, aby mohli* y mluvit sami za sebe. Zároveň vstupujeme do institucí a rozhodovacích struktur, vyjednáváme a usilujeme o odpovědné a spravedlivé změny pravidel i praxe.

Tyto role naplňujeme prostřednictvím pestré palety konkrétních činností: realizujeme například vzdělávání ve formálním i neformálním prostředí; vedeme občanské kampaně; aktivně vstupujeme do veřejné debaty a komunikujeme s médii; vydáváme publikace a odborné či osvětové materiály; poskytujeme přímou podporu a materiální pomoc lidem v oblastech zasažených ruskou agresí...

Chápeme změnu jako dlouhodobý a udržitelný proces založený na více strategiích zároveň: otevíráme trhliny v nespravedlivém nastavení, stavíme a ukazujeme fungující alternativy, propojujeme lidi ke spolupráci a vyvíjíme cílený tlak tam, kde je potřeba věci posunout. Součástí naší práce je také vytváření prostoru pro dialog napříč rozdíly a depolarizaci veřejné debaty; usilujeme o vztahy postavené na důstojnosti, respektu a péči, nikoli na mocenské nadřazenosti.

DŮLEŽITÉ ODKAZY



- [PR PRAVIDLA](#)
- [Živý dokument pravidel](#)
- PR Rozcestník: [ROZCESTNÍK](#)
- [MULTIMÉDIA](#) - obrazové materiály, videa
- [FOTOBANKA](#)
- [Monitoring](#) - monitoring výstupů v médiích všech programů i organizace
- Manuály k infostánkům: [MANUÁL](#), [STRATEGIE](#)
- Organizace veřejných akcí: [MANUÁL](#)
- [Manuál na Mediaboard](#)
- [Manuál na psaní tiskových zpráv](#)
- [Genderově citlivý jazyk](#)
- [Monitoring médií](#)
- Prezenční listiny: [ČEŠTINA](#), [ANGLIČTINA](#), [RUŠTINA](#)
- [Na co si dát pozor, než pošlu podklady PR+IF týmu? PR+IF CHECKLIST](#)
- [Přístupy](#) (YouTube, Médium, Mediaboard...)
- [Jak používat značku a šablony v Canvě](#)