



## Desatero pravidel vnější komunikace projektu RUR

### 1. Jednota hlasu projektu

Projekt je dovnitř i navenek prezentován jako celek s jednotným narativem. Komunikace proto musí být v souladu s hlavními cíli projektu a pravidly publicity projektu. Dílčí aktivity mohou mít vlastní témata a akcenty, nikoli však vlastní „proti-narativ“ a styl.

### 2. Projekt je odrazem univerzity a každého z nás

Komunikace se řídí Komunikační strategií a Etickým kodexem UJEP. Konstruktivní diskuse i věcná kritika jsou cenné. Mají-li mít efekt, je potřeba začít s nimi transparentně a ve vnitřním prostředí. Nešíříme neověřená tvrzení, domněnky ani zkratky o projektu či lidech.

### 3. Jasně role a odpovědnosti v komunikaci

Projekt má nastavenou řídicí strukturu, která zodpovídá za jeho řešení a komunikaci. Správní rada projektu zodpovídá za strategickou rovinu, klíčová sdělení a prezentaci projektu jako celku. Tisková mluvčí a Oddělení marketingu a propagace zodpovídají za operativní komunikaci, mediální výstupy a jednotný styl. Garanti klíčových aktivit zodpovídají za obsahovou správnost komunikace svých aktivit. Ti všichni tím pomáhají pracovníkům projektu, aby se mohli soustředit na věcné plnění projektu.

### 4. Autonomie dílčích aktivit má svá pravidla

Aktivity, které potřebují relativně samostatnou komunikaci, mohou být komunikovány samostatně pouze v předem schváleném rámci a po schválení Správní radou projektu, zapojeno Oddělení marketingu a propagace. Autonomie neznámá nezávislost na celku.

### 5. Technická a personální sdělení se běžně nesdělují

Technická nebo potenciálně citlivá sdělení (např. rozpočty, interní procesy, personální otázky) podléhají pravidlům GDPR a interním mechanismům univerzity a komunikována jsou výhradně prostřednictvím nebo s vědomím Správní rady projektu.

### 6. Pozitivní a konstruktivní rámování

Vnější komunikace projektu je vedena věcně srozumitelně, sebevědomě, nikoli defenzivně. Interní pochybnosti nebo konflikty nepatří do veřejného prostoru. Kritická témata jsou komunikována tehdy, pokud mají jasný kontext, řešení a přínos pro porozumění projektu.

### 7. Respekt k vnějšímu prostředí a citlivost ke kontextu

Komunikace projektu musí brát v úvahu regionální kontext, institucionální prostředí univerzity, citlivost tématu veřejného financování. Vyhýbáme se triumfalismu, srovnávání s jinými pracovišti a výroky, které by mohly posilovat dojem elitářství nebo poníženosti.

### 8. Transparentnost bez zbytečné otevřenosti

Projekt komunikuje transparentně, nikoli však naivně. Sdílí smysl, přínosy, výsledky a dopady, nikoli vnitřní spory, osobní názory jednotlivců či neověřená tvrzení. Transparentnost slouží důvěryhodnosti, ne sebe prezentaci.

### 9. Osobní vystoupení není oficiálním stanoviskem projektu

Každý zaměstnanec projektu má právo na osobní názor, avšak osobní vystoupení nesmí být zaměňováno za oficiální stanovisko projektu. Při veřejném vystupování je nutné oddělit osobní perspektivu od role v projektu. Nejste si jisti? Garanti klíčových aktivit Vám poradí.

### 10. Ochrana dobrého jména projektu a univerzity

Základním principem veškeré komunikace je ochrana dobrého jména projektu, zapojených osob, univerzity jako instituce. Každý, kdo komunikuje navenek, nese odpovědnost nejen za obsah sdělení, ale i za jeho možné interpretace. Tato zásada platí i pro interní a neformální komunikaci.