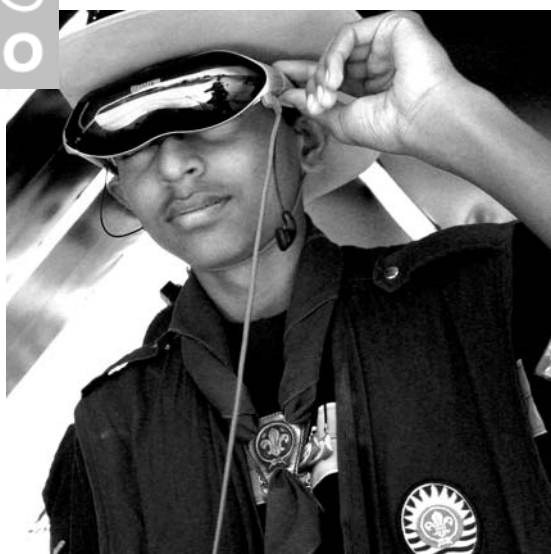


Skautské století



...příležitost MLUVIT o skautingu

Drobný průvodce světem médií a reklamy, pomůcka pro všechny, kteří chtějí přinášet zajímavé a veřejnosti srozumitelné sdělení skautingu.

Určeno primárně mediálním zpravodajům jednotek, statutárům, ale i vedoucím oddílů a jiným činovníkům, kteří chtějí pomáhat utvářet pravdivý a lákavý obraz skautingu na veřejnosti.

I. Co o sobě skauti sdělují?

Člověk se topí v moři informací. Ne desítky nebo stovky, rovnou tisíce různých údajů se na něj valí ze všech směrů. Neví, čeho se chytit. Neumí rozlišit, co je pravda a co se jen tak tváří. Důvěryhodné vypadá smyšleně a smyšlené důvěryhodně. S každou stou vlnou k němu připluje i informace o skautingu:

Mezinárodní hnutí pro děti a mladé lidi, hlásá novinový titulek.

Zaopatřovací ústav pro důchodce, domyslí si, když vidí stařečka s trojhranným kloboukem a lílkou na klopě.

Splašená parta bláznů! pomyslně křičí obrázek deseti roverů, kteří obracejí kameny a loví nějaké indicie. Všestranný rozvoj osobnosti, prohodí leták na školní nástěnce.

Uzlování a morseovka, nic smysluplného pro dnešek, kontruje náborová akce na náměstí.

Zmatený člověk se radši snaží informace ignorovat. Jsou příliš různorodé, než aby z nich šlo poskládat smysluplný celek. Nejen že si často protirečí slova a realita. Mnohdy si protirečí realita a realita – třeba proto, že skauting je opravdu hodně bohatý a vrstevnatý a kdo vidí oddíl jedno odpoledne, stejně neví, co je skauting. A často si protirečí slova a slova: jeden článek je o tom, že skauti se věnují mnoha zajímavým činnostem, druhý je uvozen titulkem „*Skauti zbavili řeku stříkaček i kondomů*“.

Jako skauti se v tom dokážeme zorientovat. Dojde nám, že pisatel přehání nebo zdůraznil jen jeden aspekt skautingu. Představme si ale neskauta, rodiče malých dětí, kterého chceme přesvědčit, že skauting je dobrý způsob, jak trávit volný čas. V záplavě tisíců informací těch skautských nikdy nebude dost. A jsou-li tak rozmanité, rozdílné a protichůdné, těžko si z nich někdo postaví hezký a smysluplný obraz. A tak v myslích různých lidí vypadáme různě. Např. jako parta:

- uklízečů („*Skauti zbavili řeku stříkaček i kondomů*.“)
- lidí, kteří se zabývají činnostmi, jež dnes nemají žádný praktický význam („*Morseovka nebo vázání uzlů je pro ně samozřejmostí. Zakladatel skautingu, Antonín Benjamin Svojsík, by měl z místních skautů určitě radost*.“)

- hlídačů pomníčků („*Čestnou stráž stáli u památníku skauti i požárníci*.“)

- staromilců, kteří se tváří, že vědí víc než ostatní („*Ten, kdo nepoznal život Foglarových hochů od Bobří řeky, neslyšel u táborového ohně šumějící řeku a píseň měsíce, neucítil vůni pryskyřice borovic a ani neviděl rozkvétat sedmikrásku, ten netuší, jak může být život krásný*.“)

- infantilních jedinců („*Tajná byla tato výprava z toho důvodu, že nikdo nevěděl, jaký bude cíl této cesty*.“)

...

(*Novinové texty z let 2005 a 2006.*)

Citacemi z tisku bychom se mohli bavit dlouho. Nejsou směšné nebo nepravdivé samy o sobě. Mají obvykle pouze jednu ze dvou vad:

- buď svým stylem neodpovídají tomu, kde jsou tištěny, tedy „nepatří do novin“, vypadají spíše jako texty z interních skautských časopisů nebo kronik („*Tajná byla tato výprava z toho důvodu, že nikdo nevěděl, jaký bude cíl této cesty*.“)
- a nebo zdůrazňují jeden aspekt skautingu na úkor všech ostatních a tvoří ve výsledku spíše nežádoucí obraz. Který rodič dá dítě do skauta proto, aby uklízelo kondomy? (Aby uzlíkovalo, aby stálo čestnou stráž, aby žilo jak Bobří hoch, aby chodilo na výpravy s neznámým cílem?)

Důvody, proč rodiče hledají dětem aktivity pro volný čas, jsou obvykle úplně jiné, mnohem prostší. Chtějí, aby se děti naučily spolupracovat. Postarat se o sebe. Aby měly kamarády. Získaly dovednosti, které se jim v životě hodí. Mluvme o nich. Nemluvme o tom, co taky tu a tam děláme (úklid, památničky), ale není to v naší činnosti to klíčové. Nemá cenu nadávat na lidi, že nepřijdou blíž a nesnaží se udělat si o nás pravdivější obrázek. Má cenu začít vlastním jednáním a vlastními slovy zjednodušovat orientaci lidí

v tom, co je skauting. Zvýrazňovat podstatné rysy, upozadovat ne důležitá, činit obrázek skautingu přehlednější a jasnější. Dokud se my sami budeme tolik lišit ve výpovědích o skautingu, bude se názor veřejnost naprosto lišit od toho, co chceme.

Pojďme se sjednotit. Pojďme se dohodnout, co je skauting a jak o něm budeme srozumitelně mluvit. Skauting má za sebou sto let a to je důvod se zastavit, začít si vážit minulosti a udělat něco pro budoucnost. Skautské století je příležitost být hrdí na skauting, mluvit o něm srozumitelně, pravdivě a lákavě, dostat zprávu o jeho smyslu k co nejvíce lidem a přivést do oddílů více dětí a mladých lidí. Nenechme tuhle příležitost ležet.



II. Co je skauting?

Popisů a definic je mnoho, ale to situaci vůbec neulehčuje. Ono běžně užívané „životní styl“ může být pravdivá, přesto ale nevhodná informace pro rodiče potenciálních nováčků. Nejsou-li ze skautských rodin, v lepším případě nebudou vědět, co si představit, v horším případě je to rovnou vyděsí. Důvody, proč hledat volnočasovou aktivitu pro dítě, mohou být různé: aby si odpočalo od školy, získalo praktické dovednosti, komunikační dovednosti, kamarády, aby se neflákalo po ulicích... Kolik rodičů však řekne, že chtějí, aby jejich dítě našlo svůj životní styl? Zní to tvrdě, ale ocitli jsme se na trhu – na jednom z nejsurovějších trhů vůbec – na poli zábavy. Nekonkurují nám tolik Pionýři nebo Tomíci. Mnohem víc nám konkurují počítače, filmy, televize, hudební vydavatelství, nakladatelé knih... Před sto lety byl skauting skoro jedinou možností, jak trávit volný čas. Dnes je jednou z tisíců možností.

Podobně neúčinné jako „životní styl“ jsou sousloví typu „skauting je hra“ nebo „skauting je výchova“. Určitě jsou pravdivá... ale zároveň jsou hrozně nicneřikající. První vlastně znamená jen tolik, že skauting je zábavný formou. O co se hraje, kdo hraje a s kým, co je smyslem hry – to všechno zůstane příjemci sdělení utajeno. U výchovy platí podobně – kdo, koho, jak a k čemu vychovává – tedy stěžejní věci zůstávají skryté.

Na skautingu jsou podstatné dvě věci:

1. že je promyšleným systémem výchovy a sebevýchovy
2. k sdíleným hodnotám lidství (mezilidské vztahy, fér jednání, pomoc druhým, práce na sobě, pokora vůči tomu, co nás přesahuje)

To je skauting v nejstručnější a nejtříživější definici. Nezní to jako reklamní slogan. Hodí se asi do akademických prací, hodí se do vůdcovského zápisníku, ale nehodí se jako sdělení pro lidi, kteří o skautingu nic nevědí. Na rozdíl od nás, kteří známe skauting „zevnitř“, veřejnost si přitom nevybaví spoustu legrace a zábavy při hrách, pevné kamarádké vazby v družině, věrný vzdor skautů v těžkých historických obdobích ani slova slibu... Chybí emoce, osobní vztah. Přesto by každý skautský činovník měl být schopen vyspat tuhle nebo podobnou definici z rukávu. Jen když budeme přesně vědět, co skauting skutečně je, můžeme o něm něco smysluplného a srozumitelného sdělit. K našemu sdělení potom už snadno přihodíme něco zábavného, přitažlivého, osobního, citového. Opačně to nefunguje. Kdybychom sdělovali jen city a pocity, řekneme o skautingu strašně málo.

III. Jak mluvit o skautingu?

Dokud se neshodneme na tom, jak jednoduše mluvit o skautingu na veřejnosti, dokud při každé příležitosti nezazní stejná klíčová sdělení, nebudeme v komunikaci o skautingu úspěšní. Vedoucí na schůzce rodičů, mediální zpravodaj kraje, vůdce střediska při otvírání skautské výstavy, ale i děti, když budou vyprávět o skautingu spolužákům – ti všichni by měli, třebaže jinými slovy, sdělovat totéž. Také všechny články, výroční zprávy, fotografie nebo filmy – všechno, co od nás „jde ven“ – má-li to skautingu pomáhat – mělo by odrazet stále totéž klíčové sdělení.



Co vypovídá o skautingu tato fotka?

Parta a příležitost jako klíčové sdělení

„SKAUTING – PARTA A PŘÍLEŽITOST“

Nejjednodušší vyjádření toho, co je skauting. Umožňuje leccos si představit, zahrnuje nejružnější aspekty skautské činnosti, ale zdůrazňuje dvě nejdůležitější:

Skauting = přátelé, kamarádi, společenství.

Skauting = příležitost žít naplno: zábavně, zajímavě a užitečně.

Příležitost:

- být rád na světě
- pomáhat věcem kolem sebe k rozvoji
- hledat své uplatnění ve světě
- vzít svůj život do vlastních rukou

Navržené klíčové sdělení je jednoduché, snadno pochopitelné, dobře zní a je snadno rozřikatelné do podrobnější podoby. Výhodou je, že je srozumitelné a svým obsahem přitažlivé pro dospělé, i pro děti:

Sdělení pro děti:

- **parta** kamarádů
- **příležitost** dobře se bavit, nenudit se
- **příležitost** prožívat nevšední zážitky, příležitost se pochlubit
- **příležitost** uplatnit se – záleží na tobě, na tom, co si myslíš, co děláš, co chceš
- **příležitost** být v celosvětovém společenství
- atd.

Sdělení pro rodiče:

- **parta** kamarádů, společenství lidí, mezilidské vztahy
- **příležitost** bavit se smysluplně
- **příležitost** získat důležité sociální dovednosti
- **příležitost** získat praktické dovednosti do života
- **příležitost** být součástí celosvětové organizace
- atd.

Parta a příležitost. Dobrá parta a dobrá příležitost. Dvě slova, která by měla okamžitě vyskočit, máme-li – kdokoli z nás – mluvit o skautingu. Měli bychom je opakovat, kdykoli máme příležitost něco nějak sdělit veřejnosti, ať už píšeme popisky pod fotky na nástěnky nebo mluvíme do rozhlasového mikrofonu. Parta a příležitost. Budeme-li mít v hlavě tuhle dvojici, dokážeme o skautingu smysluplně hovořit 20 sekund i 20 minut.

Pamatujte, že ono Parta a příležitost není slogan. Je to spíš osnova, kterou máme mít v hlavě, kdykoli plánujeme jakýmkoli kanálem něco sdělovat na veřejnost. Sám o sobě je příliš krátký. V obou slovech je jisté napětí, které je příslibem něčeho dalšího a zajímavého. Osnova si sama říká o nějaké rozvedení – a to už je na vás a záleží na tom, co se událo, co bylo příležitostí komunikovat se světem o skautingu.

Mějme sousloví Parta a příležitost v hlavě. Je to spíš návod, jak přemýšlet a hovořit, když něco veřejně sdělujeme, než reklamní slogan. Pomůže nám ignorovat nedůležité, běžné známé věci (hrajeme hry, táboříme) či negativní stereotypy (úklid, pomníčky) a zdůrazňovat věci na skautingu podstatné.

Koncept „Parta a příležitost“ v praxi

Není snadné mluvit o skautingu. Je vrstevnatý, bohatý, nepřehledný. Je zároveň systémem hodnot i způsobem, jak k nim vychovávat. Je zároveň tradiční i moderní. Je pro malé děti, pro adolescenty i pro dospělé. Je celosvětově rozšířen a přitom v každé oblasti jiný. Je těžko uchopitelný, těžko popsatelný. A pro lidi zvenčí těžko pochopitelný, protože popisujeme pokaždé jiný aspekt. Je čas se sjednotit, shodnout aspoň na základní výpovědi. Koncept Parta a příležitost je možnost začít skauting komunikovat účinněji a užitečněji. Příklad:

Skauting, to jsou dvě základní věci – dobrá parta a dobrá příležitost. Jednak skupina lidí, přátel, kamarádů – jednak příležitost žít život dynamicky, zaujatě a smysluplně. Skauting je celosvětově největší výchovné hnutí pro děti a mladé lidi. Umožňuje jim žít a dělat věci společně a staví před ně příležitosti, které jsou zároveň zábavou, hrou – a zároveň způsobem, jak poznávat nové věci.

Skauting dává do života řadu sociálních dovedností – schopnost mluvit před lidmi a schopnost naslouchat, schopnost být otevřený vůči druhým, schopnost spolupracovat, schopnost rozhodovat se – i brát v úvahu zájmy svého okolí. Skauting učí umět se o sebe postarat, brát život do vlastních rukou, převzít odpovědnost za to, co se se mnou a s mým životem děje. Ve skautingu se lidé učí hledat smysluplnost toho, co dělají – kam nasměrovat svůj život a proč. Skauting je příležitost vstoupit do dospělosti jako člověk, který ví o svých kvalitách i o tom, proč nebýt sám, proč být součástí týmu. Člověk, který ví, co chce, a aktivně za tím jde. Člověk, který může být pilířem společnosti.

Ve skautingu si člověk sáhne na GPSku i foťák, učí se dělat reportáže, slaňovat skály, vařit i sjíždět vodu na raftech. Ale to není důležité. Důležité je, co se člověk učí mimochodem přitom – že má cenu se o něco snažit. Že má cenu se zapojit. Že má cenu spolupracovat. Že má cenu být součástí věci, ne pozorovatelem... Na skautingu je důležité to, že nejste sám, a to, že nejste pasivní – příležitost a parta, parta a příležitost.

Praktický příklad

Níže jsou uvedeny dva různé způsoby zpracování téhož tématu pro místní tisk. Co sděluje o skautingu první text? A co druhý? Který pomáhá utvářet lépe obrázek o skautingu?

NOČNÍ DOBRODRUŽSTVÍ SKAUTSKÉ STOPY

Úplně novou zkušenost získal o víkendu šestiletý skaut Ladislav Jindra. Poprvé v životě spal v přírodě – přímo pod



A jak skauting představuje tato? Která z obou fotografií na této dvoustraně přináší rodičům lepší sdělení?

hvězdami – a navíc daleko od rodičů. Zkusil si, jaké to je, starat se jeden den sám o sebe a spoléhat jen na partu vrstevníků. Akci Dobrodružství nočního lesa uspořádali pro malé skauty zkušení vedoucí oddílu Stopa Jiříkov.

V sobotu večer si děti v lese nachystaly přístřešky pro případ deště. Společně si uvařily večeri a když se setmělo, začaly poznávat noční les. Pak se společně vypravily do lhotského ZOO koutku, kde byla jen pro ně připravená noční prohlídka.

„Ve skautu jde především o to, aby člověk uměl být členem týmu a kamarádem ostatním. Proto pro děti v oddílech připravujeme nejrůznější zážitky, při kterých se učí spolupracovat s ostatními a ocenit hodnotu mezilidských vazeb,“ říká vedoucí oddílu Stopa Jiříkov Aneta Langová.

Noční skautské akce se zúčastnilo 25 jiříkovských dětí. Dověděly se, jak se o sebe postarat, když jsou rodiče daleko, a prožily zajímavý víkend v partě kamarádů.

SKAUTSKÝ ODDÍL STOPA USPOŘÁDAL VÍKENDOVOU AKCI

Skauti strávili noc v lese. Na louku uprostřed jirkovského obecního lesa přišly ještě za světla. Než se setmělo, postavily si přístřešky a uvařily večeři. Bramborový guláš všem moc chutnal. Potom se děti rozeběhly do lesa. Byla pro ně připravena spousta her a soutěží. Nakonec se šlo do lhotského ZOO koutku prohlédnout si zvířata.

„Prohlídku ZOO koutku jsme naplánovali proto, že je to něco skutečně netradičního. Všem dětem se tam moc líbilo, nejvíc sympatií získala divoká kočka,“ říká vedoucí oddílu Stopa Jiříkov Aneta Langová.

Akce Dobrodružství nočního lesa se zúčastnilo 25 dětí. Nejmladším účastníkem byl šestiletý Ladislav Jindra.



Co sděluje o skautingu první text? A co druhý? Který pomáhá utvářet lépe obrázek o skautingu?

V Chartě českého skautingu na počátku 21. století uvádíme, že:

- **chceme**, aby rodiče vnímali Junáka jako kompetentní organizaci s jasným výchovným posláním, která

jim nabízí pomoc při výchově jejich dětí a zábavným způsobem připravuje mladé lidi na smysluplné prozažení ve společnosti;

- **chceme**, aby děti viděly skauting jako místo, kde budou přijaty skupinou svých vrstevníků, kde najdou opravdové kamarády, a skauting se pro ně stal přitažlivým dobrodružstvím se špetkou tajemství a výlučnosti, do něhož se budou chtít zapojit i ho sami aktivně utvářet.

Měli bychom tedy rodičům (bavíme se o novinách a děti moc noviny nečtou) o sobě sdělovat, že:

- máme vyškolené a zkušené vedoucí
- skautský oddíl je bezpečné prostředí, děti jsou v dobrých rukou
- vychováváme – víme, k čemu chceme vychovávat a jak to dělat
- děti se v oddílech dobře baví
- děti získají dovednosti, které dobře uplatní v dnešním světě
- děti se učí žít v skupině lidí, získávají sociální dovednosti

Objevují se tato sdělení ve vašich mediálních výstupech? Nemusí tam být výslovně uvedeny, ale měly by vyplývat z textu, obrázku, fotky, promluvy.

První text zmiňuje zkušené vedoucí, zajištění bezpečí dětí, dále zmiňuje smysl skautské výchovy – o co v ní jde (v citaci vedoucí). Z textu také vyplývá, že víkend byl pro děti zajímavý a zřejmě zábavný, dovíme se i něco o tom, co si děti odnesly za dovednosti, které jim mohou být dále užitečné.

Druhý text takhle úspěšný v komunikaci důležitých sdělení o skautingu není. Zmiňuje – ale celkem vágně – nějakou zábavu, nějaké dovednosti a netradiční zážitky. Text není špatný, ale není taky zvlášť dobrý.

Koncept Parta a příležitost umožňuje mluvčímu (pisařovi) lépe si vybastit, o co ve skautingu jde a co je důležité sdělovat. Slova Parta a příležitost se v textu nebo promluvě objevit vůbec nemusí. Jsou ale dobrou osnovou toho, o čem je dobré se zmínit – skauting nám dává přátele a tedy důležité sociální vazby a dovednosti + je příležitostí zábavně poznávat svět kolem sebe a učit se v něm pohybovat. První text k budování takového obrazu skautingu přispívá, stejně jako fotografie na této straně.

IV. Média – naši kamarádi

Století skautingu – budeme-li trochu šikovní – přinese zvýšený zájem o skauting ze strany médií. Tuto příležitost bychom měli maximálně využít.

Skauti v regionálních a místních médiích

O skautingu měsíčně vyjde v médiích kolem 230 zmínek. Naprostá většina v místním a regionálním tisku, kde skauti – pokud o to stojí – dostávají značný prostor. Je škoda tenhle prostor využívat neproduktivně nebo dokonce kontraproduktivně. 80 % těchto článků není dobrých. Nejsou obvykle negativní svým obsahem, ale spíše formou (viz kap. I Co o sobě skauti sdělují). Výsledný obrázek o skautingu v hlavách lidí spíš zamlžují.

Století skautingu s sebou nese příležitost začít dělat věci lépe. Když už nám regionální média nabízejí tak velký prostor, naučme se ho využívat maximálně ve svůj prospěch.

Jak deníky (Právo, MFD), tak elektronická média (Český rozhlas, Česká televize) mají své regionální redakce. Skrze ně se vaše zpráva – je-li dostatečně zajímavá – může snadno dostat i do celostátního vydání nebo vysílání. Ale co hlavně – i když vyjde jenom v místním nebo regionálním deníku, pro vaše středisko nebo váš oddíl je to výsledek velmi cenný. Říká něco podstatného o vás přímo v místě, kde je to pro vás důležité – tvoříte svůj obraz v očích těch, kteří jsou pro vás klíčoví – a to jsou rodiče, děti a další obyvatelé vašeho města.

Na co myslet při tvorbě námětů pro regionální a místní média

- skauting patří mladým lidem – o nich mluvíme, je foťme, je nechme promluvit
- skauting je parta a příležitost...
- adresátem sdělení jsou primárně rodiče (děti noviny nečtou) – co by se o skautingu (našem oddíle, středisku) měli dovědět?
- vyvarovat se stereotypů (viz kap. I.)
- odpustit si skautský žargon
- uvažovat o tom, kde se prezentujeme, přizpůsobovat formu, naučit se komunikovat odpovídajícím způsobem (nepsat do novin jako do kroniky, rozlišovat fotky prezentační a zajímavé pouze interně)

S čím mohou skauti novináře oslovit?

Pořádáme spoustu skvělých akcí, na které se novináři rádi přijedou podívat. Jen je nesmíme zapomenout pozvat a dát jim vědět, proč si myslíme, že by je akce mohla zajímat.

Co novináře pravděpodobně bude zajímat:

- všechny pozvánky
- akce pro veřejnost na zajímavý námět (*Indiánské léto spíš než Hry pro veřejnost*)
- větší setkání
- obrazově zajímavé věci (*Město strašidel, Pohádkový les*)
- sociální dosah (*pomoc Dětskému domovu, romskému komunitnímu centru*)
- velká hra s dobrodružným námětem (*HELP 98, hra po městě*)
- možnost si něco zkusit (*experimentální archeologie, adrenalinové sporty*)
- mimořádně zajímavý den tábora, večerní hra po městě, cokoliv s účastí veřejnosti

Soutěže, závody typu Svojsíkův závod nebo Zpívající šestka příliš poutavé samy o sobě nejsou, můžeme je ale o něco obohatit (místní osobnosti, zdolávání rekordu, pozvat na nějakou část veřejnost).

Jak na spolupráci s médii

1. MÍSTNÍ MÉDIA

Rozhlédněte se po médiích přímo ve vaší obci. Většinou objevíte obecní věstník, obecní kabelovou televizi, okresní Deník (dříve Bohemia/Moravia deníky, vydává Vltava-Labe-Press, a. s.), radniční časopis, webové zpravodajství města nebo webový časopis a podobné. V mnoha obcích vychází také inzertní časopis, který přináší i zprávy a fotky z místních událostí. Jejich redaktoři pravděpodobně uvítají občasně zprávy o zajímavých skautských událostech, ale po domluvě vám možná i vyhradí prostor, rubriku, kterou budete spravovat úplně sami.



... skauting pro život

Tisková zpráva
2. října 2006

Dobráč 2006: Nejen hra v ulicích Náchoda...

Opět po roce se téměř osmdesát skautů z celé ČR ve věku 15 - 25 let sjede o víkendů 6. - 8. října do Náchoda. Místní skauti pro ně připravili již pátý ročník hry Dobráč, která se tradičně koná na československém opevnění z roku 1938 a připomíná události druhé světové války.

„Letos se hra koná pod názvem „1945 – Osvobození Náchoda“. I letos si tedy formou hry připomínáme události druhé světové války na Náchodsku. Hlavním smyslem akce je setkávání s lidmi z různých koutů ČR. Chceme společně něco prožít a strávit zábavný a zajímavý víkend“ říká za pořadatele Pavel Král z Náchoda.

Účastníci přijedou v pátek ve večerních hodinách. Budou rozděleni do dvou skupin, které dorazí dvě hodiny po sobě. Večer proběhne seznamovací hra a noční bojová hra. Během sobotního dopoledne se dvě skupiny účastníků utkají v ulicích Náchoda při velké úkolové hře „Vyzvědači“.

V sobotu odpoledne bude následovat jeden z vrcholů víkendů – pluti na raftech proti proudu Metuji a přesun na louky k Dobrošovu, kde celá akce vyvrcholí bojovou hrou a následnou netradiční prohlídkou podzemí pevnosti Dobrošov při svíčkách.

Příležitosti k rozhovorům, focení:

- Hra ve městě – centrální štáb hry bude během dopoledne v klubovně na faře na náměstí TGM (8.00-11.30).
- Rafty na řece Metuji – 12.15 – 14.00 – klubovna Junáka Náchod - Hamry

Kontakt na pořadatele: Pavel Král GSM 777 xxx xxx

Junák - svaz skautů a skanek ČR
Senořátné nám. 24, 116 47 Praha 1
http://www.skaut.cz

Pavel Král
Pavel.Kral@junak.cz
GSM: 777 xxx xxx



Tisková zpráva o setkání Dobráč 2006

Jak na ně?

Určitě jim pošlete (s adekvátním předstihem, u deníku tak 5 pracovních dní):

- Všechny pozvánky pro veřejnost
- Tiskové zprávy o akci, která se chystá
- Článek po akci s hezkou fotkou

Máte-li kapacitu na víc, napište e-mail, zatelefonujte, domluvte si schůzku s odpovědnou osobou a vysvětlíte jí:

- Kolik skautů je ve vaší obci a co všechno dělají
- Co se bude dít u příležitosti 100letí skautingu
- Jaké zajímavé dlouhodobější materiály jim můžete dodávat

Místní média vám pravděpodobně poskytnou prostor velkého rozsahu a budou vděčná, když jim materiály (texty, fotky) dodáte na klíč – tedy když půjde o průměrný novinový text, který nikdo v redakci nebude muset výrazněji zpracovávat. Na druhou stranu – zajímavých událostí není v okrese nikdy dost, takže se neďte, když za vámi novinář Deníku Bohemia vyrazí do terénu. Aby to mohl udělat, musí o vás vědět – pošlete mu včas pozvánku e-mailem nebo zatelefonujte – a určitě si schovejte všechny kontakty. Člověk, který za vámi přijel na akci, bude v místním médiu vašim nejlepším styčným důstojníkem.

2. KRAJSKÉ TISKOVINY

Máte-li hotovou tiskovou zprávu, rozešlete ji zároveň i krajským redakčním deníkům. Krajské přílohy mají z hlavních deníků Mladá fronta Dnes a Právo, Lidové noviny mají zvláštní redakci pro Prahu a Brno, ve velkých městech bývají metropolitní noviny zdarma. Když vám na zájmu novinářů o akci záleží, zavolejte do redakce, řekněte jim, že máte zpravodajský námět a nastiňte, o co půjde. Je-li co fotit, určitě na to upozorněte. Zajímavých fotek nebývá nikdy dost.

3. KRAJSKÁ VYSÍLÁNÍ

Krajské redakce České televize jsou sdruženy na víkendy do dvojic, které se střídají (např. Pardubice a Hradec Králové). Pozvánky na víkendové akce raději pošlete do obou redakcí a nebo ověřte telefonicky, která redakce bude o víkendu sloužit.

Na internetu (www.rozhlas.cz a www.ceskatelevize.cz) najdete kontakty na regionální redakce. Většinou najdete přímo redakční e-mail – z toho se vaše zpráva obvykle rozešle okruhu redaktorů.

E-mailovou pozvánku, stojí-li za to, můžete zase podpořit telefonicky. Kontaktujte redakce s dostatečným předstihem (7–5 dnů). V redakcích vám nikdy hned neslíbí, že na akci sto procentně zajedou – pravděpodobně se ozvou den, dva předem, pokud je věc zaujme, a domluví se na podrobnostech.

4. UKÁZKY

Téměř každá dobrá skautská akce může pozornost médií přitáhnout. Pro inspiraci pár příkladů:

- Zimní závod Prahou plnou strašidel,
- Prolézačky, které pro děti z dětských domovů stavějí brněnští skauti
- Hra s dřevěnými zbraněmi Válka o Cintru
- Polní bojová hra Help 98

Dobrym prikladem prace s mistnimi a krajskymi medii je akce nachodskych roveru Dobrac.

Nejprve napsali a rozeslali tiskovou zpravu (obr. str. 8), zprava o akci vyšla v Nachodském zpravodaji, reportaz z akce v Nachodském deniku, zpravu vysílala také Nachodská televize a reportaz přijela udelat redaktorka Českého rozhlasu Hradec Králové (ke stažení na www.rsnachod.wz.cz).

Tisková zprava by se měla vejít na jednu stranu A4, nesnažte se do ní vepcat všechny informace. Ujistěte se, že je jasné KDO, CO, KDY a KDE se děje a vypište velmi konkrétně pár věcí, které budou k vidění nebo zajímavé k fotografování.

Nezapomeňte uvést jednoznačný kontakt, ideálně mobilní telefon. Člověk na uvedeném čísle by měl být nejlépe informovaný o celé akci, schopný komunikovat o skautingu způsobem srozumitelným neskautům, měl by pamatovat na to, že nejde o popularitu jedné akce, ale o celkový obraz skautingu v regionu. Je bezpodmínečně nutné, aby telefony zvedal a obratem požadavky novinářů vyřizoval. Jen tak se buduje důvěra a zájem obou stran na další spolupráci.

Další možnosti

Jako skauti pořádáme mnoho akcí pro veřejnost, ale někdy nám pro samý pořadatelský shon nezbude čas a síla přemýšlet, jak to udělat, abychom vzbudili o akci dostatečný zájem mezi veřejností a médii. Osvědčeným způsobem, jak z drobné skautské akce udělat opravdu veřejnou záležitost, je přitáhnout ke spolupráci firmy a instituce. Například:

SPOLUPRÁCE S KNIHOVNOU

Zájmem knihoven je naučit děti (lidí) chodit do knihovny. Proto knihovny obvykle rády spolupracují se skauty na různých akcích pro děti. Navrhněte společnou akci nebo svou akci v prostorách knihovny.

SPOLUPRÁCE S HASIČI, POLICIÍ, ZÁCHRANKOU

Záchranné složky jsou velmi atraktivní, přitáhnou řadu lidí. Pozor, aby se v záplavě uniforem neztratili skauti a poselství o skautingu.

DOPRAVNÍ PODNIK

Pražský a brněnský dopravní podnik vypravuje u příležitosti Betlémského světla speciální historickou tramvaj.



... skauting pro život

Tisková zpráva
6. září 2006

Prázdniny ještě nekončí...

Že je začátek září? Nevadí, „Prázdniny ještě nekončí!“

7. září 2006 od 11 do 17 hodin mohou děti i rodiče zavzpomínat na letní tábory, táborové hry a ukázat, co se naučili na táboře. Nákupní centrum EDEN ve Vršovicích ožije na celý den. Skauti z Prahy 10 před jeho vchodem postaví indiánské tee-pee a připraví zajímavé aktivity, které si budou moci návštěvníci vyzkoušet. V rámci zábavného odpoledne si děti i rodiče budou moci zahrát „celodennovou“ táborovou hru, otestovat si své dovednosti a znalosti, vyzkoušet si svoji zručnost a přiučit se i něčemu novému. Těšit se můžeme na lasování, twister, origami, výtvarné činnosti a mnohé další.

V přízemí a 1. patře NC EDEN budou připravena stanoviště – dovednostní koutky – kde děti i rodiče budou plnit úkoly, ve 2. patře bude umístěná hlavní pódium s bohatým programem, zábavnými atrakcemi, se spoustou soutěží a také odměn. Děti si také budou moci vlastnoručně vyrobit předmět (upletě náramek, navléknout korálky), který si pak odnesou domů jako upomínku na akci.

Jan Zátek
Mediační zpravodaj Jmáka Praha 10
Tel.: 777 xxxx xxxx
www.skaut.cz
www.skauting.cz/praha10
E-mail: keekstudio@gmail.com



WORLD ORGANIZATION OF THE SCOUT MOVEMENT / WORLD ASSOCIATION OF GIRL GUIDES AND GIRL SCOUTS / INTERNATIONAL SCOUT AND GUIDE FELLOWSHIP

Tisková zpráva skautů a skautek z Prahy 10

I dopravní podniky pracují na své image a snaží se ukázat přívětivou tvář a zájem o cestující. Přemýšlejte, jak byste mohli spolupracovat ve vašem městě.

ZOO

ZOO potřebuje a přitahuje děti a jejich rodiny. Má vlastní podobnou cílovou skupinu jako skauti. Zkuste se dohodnout na spolupráci, pořádání dětských dnů. Ustečtí skauti například uspořádali akci Babí léto mezi skauty v ZOO.

OBCHODNÍ CENTRA

Skauti z Prahy 10 uspořádali v září ve spolupráci s nákupním centrem EDEN ve Vršovicích akci Prázdniny ještě nekončí. Obchodák našel šikovné pořadatele, skauti prostor prezentovat svoji činnost (tisková zpráva nahoře).



Připraven
na velké věci

Nechte své dítě vyrůst ve skautu
a uvidíte, že dokáže velké věci.
Nemá se někdo ve světě a není
společnou další dobrou věcí.



www.skaut.cz

V. Reklamní kampaň *Nechte své dítě vyrůst ve skautu*

Být první. Překonat sám sebe. Udělat něco velkého. Vyniknout. Postavit se na vlastní nohy. Žít naplno. Pomáhat. Zachránit život. Poznat svět. Umět si poradit. Být sám sebou.

Touhy a sny nás provázejí dětstvím a vedou k dospělosti. Jako děti cítíme, že v nás „něco je“ – jen vědět co a jak to využít.

Co budeme za deset let, záleží na našich dnešních snech. Ony nás táhnou dál a výš, ony nám dávají sílu. Skauting nás učí naše sny rozpoznávat a hledat cesty k jejich naplnění. Učí nás objevovat vlastní možnosti, zhodnotit své dovednosti, znalosti, uplatnit svůj potenciál v souladu se sny, které jsou hluboko v nás.

Jít za svým snem je příležitost žít vlastní život smysluplně – a skauting lidem pomáhá nenechat tuhle příležitost ležet. Nejde o to, aby ze skautů rostli cestovatelé, politici, záchranáři nebo zdravotní sestry... Ve skautských oddílech jde o jinou věc: aby v nich rostli lidé, kteří vědí o svých kvalitách, znají své sny a rozhodli se učinit je skutečností.

Přesně toto poselství o skautingu se snaží tlumočit reklamní kampaň připravená ke stému výročí. Setkat se s ní můžete v omezené míře již od srpna tohoto roku a v širším nasazení v roce příštím. Navíc s doplněným tex-

tem upozorňujícím na oslavy. Reklamní kampaň pod sloganem „připraven na velké věci“ oslovuje rodiče a nabízí jim skauting jako místo, kde se jejich děti mohou připravit k uskutečnění svých životních snů a zároveň získají užitečné dovednosti.

Ty jsou ovšem spíše doplňkem k hlavnímu cíli, kterým je právě osobní růst. Konkrétní zobrazené dovednosti jako je řízení jachty, orientace v terénu, záchrana tonoucího či oprava automobilu jsou tedy pouze symbolem pro lidský sen. Stejným jako bývá v dobrodružných knihách plavčík, záchranář či astronaut.

Kampaň připravila pro Junáka zdarma reklamní agentura *Saatchi & Saatchi*. Zdarma také fotil přední reklamní fotograf Standa Merhout a produkčně vše zajišťovala agentura 4D a TDC. Focení by se také neobešlo bez pomoci mnoha skautů a jejich dětí, kteří v reklamě účinkují či zapůjčili své vybavení. Všem patří velký dík.

Tiskovou verzi kampaně naleznete na CD 100 let skautingu, které šlo na všechna střediska v prosinci 2006. Je určena k použití ve vašem místním a regionálním tisku. Zároveň jsou k dispozici plakáty s motivem lesa a jachty, které obsahují volné místo na dopisování kontaktů na váš oddíl, středisko či na vaši akci. K objednáni na

www.skaut.cz/obchod.

VI. Komuni kační příležitost 100letí skautingu

U příležitosti století skautingu se koná řada akcí na celo-světové, celostátní i místní úrovni. Většina z nich má potenciál sdělit veřejnosti něco o smyslu skautingu. Podrobnosti o akcích najdete na www.skaut.cz/100.

Slavnost skautských šáteků

V sobotu 21. dubna 2007 se v Praze sejdou stovky skautů z celé republiky. Po oddílech budou reprezentovat jednotlivé skautské země a společně skládat největší skautský šátek světa. Přihlaste se s družinou, oddílem nebo střediskem k některé ze dvou set skautských zemí, přijedte do Prahy, poznejte rozmanitost a rozsah skautského hnutí. Dejte o sobě vědět – vaše účast na akci bude zajímavá pro vaše místní média. Čím víc skautů se v Praze 21. dubna objeví, tím zajímavější bude „Slavnost skautských šáteků“ i pro celostátní média. Pomozte ukázat ostatním, že skauting je silné a velké hnutí.

Upozorněte novináře předem, že se do Prahy chystáte. Po akci poskytněte zajímavé a kvalitní fotky. Pošlete jim univerzální tiskovou zprávu, kterou obdržíte od tiskového mluvčího Junáka, obohacenou o vaše konkrétní údaje (kolik lidí měla výprava z vašeho města, jakou zemi jste adoptovali a proč a podobně).

Šátkový svatý Jiří

24. dubna vyrazí všichni skauti ČR do ulic, do školy a do práce se skautským šátkem kolem krku. To bude velká příležitost mnoho o sobě sdělit. Akci ještě vylepšíte, když samotné „nošení“ šátku obohatíte něčím dalším – prezentace pro veřejnost, společná procházka městem, otevření výstavy o činnosti skautů ve vašem městě.

Upozorněte novináře na akci Šátkový sv. Jiří předem. Upozorněte je, kdy a kde budete mít zvláštní sraz, kde by bylo možné si něco natočit a nafotit. Vyfoťte šátkované skauty v zajímavém útvaru a pošlete fotky z akce do redakcí.

Předem rozešlete tiskovou zprávu s údaji o sv. Jiří a o světovém skautingu.

Šátky skautských osobností

Od jara budou probíhat dražby šátků skautských osobností. I to může být příležitost sdělit ostatním něco o skautingu. Veřejnost nejspíš překvapí, kolik známých osobností z různých oborů bylo nebo je skauty. Místním novinářům můžete ovšem také nabídnout zajímavé skauty vlastní, místní – už to, že někdo dělá s dětmi, je dost dobrý důvod, aby se o něm napsalo.

Úsvit druhého století

Spíše interní záležitost, veřejnost se na ní účastnit nebude, ale můžeme pozvat jednoho dva místní novináře, pokud si myslíme, že to, co na kopcích proběhne, může někomu vně skautingu něco pozitivního o nás sdělit.

Jamboree

Ústředí zajistí mediální pozornost jamboree centrálně, ale objeví-li se mezi účastníky někdo od vás, určitě novináře upozorněte. Je to dobrá příležitost, aby o skautingu mluvili ti, kterých se bezprostředně týká – mladí lidé z našich oddílů. Chystá-li váš kraj, okres, středisko vlastní výpravu, rozešlete tiskovou zprávu o tom, že pojedete na jamboree, co to pro vás znamená a jak se na něj připravujete. Další zprávu rozešlete před odjezdem. Můžete také přímo zajít do redakce a říct jim, kam se chystáte, vysvětlit, že půjde o narozeninovou párty století pro 40 tisíc mladých lidí a právě vy budete u toho! Nejspíš najdete redaktora, kterého informace zaujme a který se stane vaší kontaktní osobou. Posílejte mu zprávy a fotky i v průběhu jamboree a kontaktujte ho po návratu. Redakce pravděpodobně uvítá vaši reportáž (buď přímo z místa nebo těsně po návratu – nenechtejte to „až se mi bude chtít“ – „za týden“ už je pro deník pozdě), nabídněte rozhovor s někým z mladších účastníků. Nezapomeňte, aby povídání o jamboree vypovídalo to důležité o skautingu – jde o partu lidí, přátel a o jedinečné příležitosti – jamboree je přímo ukáz-

ková „jedinečná příležitost“ – obrovský karneval, slavnost mladých lidí celého světa, poznávání lidí nejrůznějších kultur, činnosti, které si jinde jen tak nevyzkoušíte...

100 podob dobrodružství

Celostátní náborová akce plánovaná na září 2007. Měla by proběhnout ve většině skautských měst a obcí republiky – pokud se to podaří, jistě nebude o zájem médií nouze. Praktická realizace je jako vždy na pořadatelích, ústředí dodá náměty a propagační materiály. Přesto ale můžete přemýšlet o tom, jak akci obohatit, aby bylo co fotit či natáčet – zkuste vymyslet nějaké hodně atraktivní a netradiční aktivity a podělte se o ně s ostatními pořadateli.

V týdnu před akcí rozešlete tiskové zprávy, pár novinářů můžete pozvat navíc telefonem. Univerzální tiskovka vám přijde z ústředí, obohaťte ji o konkrétní informace a kontaktní údaje z vašeho místa.

Dbejte na to, aby sama akce vypovídala o tom, že skauting jsou přátelské vazby a příležitost dělat smysluplné, zábavné a zajímavé věci (tj. chce to přátelské, příjemné prostředí, zajímavé činnosti, které zábavným způsobem rozvíjejí osobnost člověka...)



Výstava Sto let skautingu

Přihlaste se mezi pořadatele výstavy o sto letech skautingu. Domluvte prostor, kam jsou lidi zvyklí chodit nebo kam potřebují zajít: budova radnice, nákupní centrum, foyer divadla jsou obvykle lepší místa než skautská klubovna.

Uspořádejte vernisáž, pozvěte veřejnost a VIP svého města. Pošlete program vernisáže novinářům, kromě infor-

mace o občerstvení jim také sdělte, že si budou moct povídat s přímými účastníky skautských oslav století nebo s pamětníky na historický skauting (účastníci jamboree nebo Slavnosti šátků).

Narozeninová party

Záleží na tom, jak velkolepě party pojmete a koho všeho pozvete. Každopádně i narozeninová oslava skautingu bude pro média zajímavá, zvláště když to nebude jen sezení u dortů, ale nějaká netradiční zábava, dílny ručních prací, informace o zahraničním skautingu atd.

Programy o cestách za obzor a zahraničním skautingu

Týden předem rozešlete podrobnější pozvánku s informací, kdo bude mluvit a o čem, co na jeho vyprávění bude zajímavé, co ještě přichází dostanou/uvidí/uslyší. Ideální je, když se novinář na program přímo dostaví. Když ne, napište kratší zprávu o tom, jak akce vypadala, a pošlete ji do redakce.

Sto let skautingu

Samotný fakt, že se skauting dožívá svého století a má své členy ve vaší obci, je zajímavý námět. Napište tiskovou zprávu o tom, že skauting slaví v roce 2007 sto let své existence a přidejte pár údajů o svém středisku. Krátký přehled, jak skauting u vás vypadá. Nemusí to být nutně historická věc, odrazte se od faktu, že skauting existuje sto let, z toho osmdesát i ve vašem městě, ale dále pište (mluvte) spíše o přítomnosti – co dělají děti v oddílech, co děláte pro město, jaké úspěšné projekty máte za sebou.

Novinář možná vezme vaši zprávu jako celek a přetiskne ji nebo vám zavolá a vyptá se na podrobnosti – to je dobrá příležitost pozvat ho na nějakou další akci nebo mu nabídnout rozhovor přímo s vůdcem jednotky nebo některého dobrého oddílu.

Pro články o století skautingu využijte profilové materiály, které přišly na CD 100 let na střediska (balíček pro střediska, prosinec 2006) a které jsou umístěné také na www.skaut.cz/propagace, dále využijte zpráv webů: www.skaut.cz, www.skaut.cz/100, www.scout.org a stoletého webu pro veřejnost (www.skaut.cz/sto).

VII. Podpora komunikace skautingu

Zde se dočtete o dalších možnostech, jak zkvalitnit svou práci s médii a veřejností.

Komunikační oddělení Junáka

Tiskový mluvčí a komunikační oddělení Junáka pracuje na plánu komunikace stoletých projektů a podpoře mediální práce v regionech. Pro dobrou práci potřebujeme vaši součinnost – především zajímavé informace z vašeho působení. Pomůžeme vám s psaním tiskových zpráv, sehnáním kontaktů na krajské novináře a u větších projektů se postaráme o komunikaci prostřednictvím celostátních médií.

Uvítáme veškeré nápady a podněty k zlepšení propagačního dosahu stoletých projektů a jsme připraveni nabídnout vám pomoc a podporu při vaší práci s médii. Pište na propagace@skaut.cz.

Mediální zpravodajové

V současné době se rozjíždí projekt Regionální komunikace, jejímž smyslem je najít v každém kraji a každé další organizační jednotce mediální zpravodaje. Ti budou vzájemně informačně propojeni a dokáží srozumitelně sdělovat skauting prostřednictvím médií.

Skauting potřebuje v regionech lidi, kteří budou myslet na to, aby byl vidět. Úlohou mediálního zpravodaje je zlepšovat obraz skautingu na veřejnosti. Mezi jeho hlavní úkoly patří:

- mít přehled o akcích a událostech v kraji, aktivně vyhledávat mediálně využitelné příležitosti
- poskytovat mediální podporu pořadatelům akcí
- pravidelně informovat média, nabízet jim naše zprávy v atraktivním balení
- komunikovat s novináři, vycházet jim vstříc, když něco potřebují

- spravovat databázi krajských (okresních, střediskových) kontaktů do médií
- spolupracovat s komunikačním oddělením Junáka, podílet se na celostátních projektech, informovat o regionálních akcích a mediálních příležitostech, poskytovat zpětnou vazbu
- vyhledávat, vzdělávat a podporovat mediální zpravodaje na nižších organizačních jednotkách, poskytovat zpětnou vazbu na jejich práci

Kontaktujte mediálního zpravodaje svého kraje (www.skaut.cz/propagace) nebo okresu a domluvte se s ním na spolupráci a podpoře vašich akcí. Nemají-li vaše vyšší organizační jednotky dosud své mediální zpravodaje, pomozte je najít. Fungující síť mediálních zpravodajů bude pro zdárnou propagaci stoletých projektů klíčová. Kontaktujte komunikační oddělení Junáka propagace@skaut.cz.

Další podpora

PROFILOVÉ MATERIÁLY O SKAUTINGU

Na www.skaut.cz/propagace a na informačním CD distribuovaném v prosinci 2006 na střediska najdete profilové materiály a podklady k propagaci sto let skautingu (Životopis B-P, historie skautingu, vývoj skautingu, počty členů atd.)

BRÁNA MEDIÁLNÍCH ZPRAVODAJŮ

Tak se jmenuje manuál pro mediální zpravodaje středisek a VOJ, který najdete na www.skaut.cz/propagace. Jsou zde návody na to, jak psát tiskovou zprávu, jak ji udělat dostatečně atraktivní, kam a kdy ji rozesílat a další.



Oslavy skautského 100letí – šance na druhou stovku

Máme za sebou 16 let činnosti od obnovy v roce 1990. Dlouhá a v mnohém úspěšná cesta. Představte si skauting za stejných 16 let před námi. Budou-li nám ubývat lidé v oddílech stejnou rychlostí jako v posledních letech, opustí skauting za 16 let poslední děti. Zbudou dospělí vedoucí, oldskauti, lidé, kterým se skauting zapsal kdysi v dětství pod kůži... zbudou vzpomínky nás všech a bohatá historie, ale NEBUDOU ŽÁDNÍ MLADÍ SKAUTI, nikdo, kdo by káru táhl dál a mohl ji předat následujícím generacím. Bolestné?

16 let je dlouhá doba a stoleté oslavy jsou velká šance. Máme příležitost vývoj zvrátit, změnit. Záleží na každém oddílákoví, každém rádcí, všech dospělých ve skautingu, jestli se nám to podaří nebo ne. Jde o kvalitu programu, o vztahy mezi lidmi, o naše vystupování na veřejnosti i o naši schopnost vydobýt si místo na slunci. Na mnohém z toho už pracujeme, snažíme se pružně přizpůsobovat rychle se rozvíjejícímu světu okolo. Na něčem je čas začít pracovat právě teď, když se slaví úspěšných sto let, které má skauting za sebou, a napjatě se očekává sto let, které teprve leží před ním.

Exkluzivní nabídka TDC k oslavám století



KALENDÁŘ 100 LET

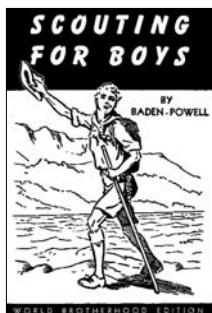
Obsahuje přehled všech významných akcí příštího roku a každý měsíc připomíná jeden dobrý důvod, proč má skauting smysl - a proč ho bude mít i v následujícím století. Kalendář dostal každý oddílový vůdce.

Zakoupit jej můžete již nyní na www.skaut.cz/obchod.

Pořídte jej jako dárek rodičům a přátelům střediska!

CESTOU K PRAMENŮM

Kreslená historie 100 let skautingu, vhodné nejen pro skauty a skautky, ale také pro rovery jako příprava na čekatelskou zkoušku.



SCOUTING FOR BOYS

Speciální česko-anglické vydání nejznámější a nejstarší publikace o skautingu. V prodeji bude na jaře 2007 na www.skaut.cz/obchod.

ŠÁTKY

Barevné šátky s logem oslav, v prodeji budou na skautských akcích a na www.skaut.cz/obchod od února 2007



POŠTOVNÍ ZNÁMKA

Příležitostní skautská poštovní známka vychází 9. 5. 2007 v počtu 336 000 ks a hodnotě 10 Kč.

Skautské století – příležitost mluvit o skautingu

autorka publikace: Věra Voňavková

autoři fotografií: Jan Šibík, Miroslav Martinovský, Martin Holub, Tomáš Řehák, archiv TDC

grafická úprava a pre-press: Marek Bárta

vydalo TDC v roce 2006

ŠÁTKOVÉ SKAUTSKÉ STOLETÍ

JEDINEČNÉ ŠÁTKY KE STOLETÍ SKAUTINGU



Střelím vám originální šátek! Noste ho ráno, v poledne, večer, na výpravy, na schůzky, na akce... Šátky století pro vás!

www.skaut.cz/obchod
nebo na velkých
skautských akcích



PRAHA – ŠÁTKOVÁ METROPOLE 21. – 22. 4. 2007

Hurá na velké skautské setkání v Praze!

Adoptujeme skautské země světa
- poskládáme největší skautský šátek
- budeme se celý víkend dobře bavit
- čekají nás divadla, koncerty, kina, památky, sport!

Adoptujte si svoji skautskou zemi na www.skaut.cz/100.



ŠÁTKY NA KRK! 24. 4. 2007

Den sv. Jiří – šátkový den českých skautů. Oblečme si skautský šátek – pro radost z toho, že jsme skauti, že skauting existuje 100 let, že máme svátek.



SLAVÍME CELÝ ROK

Zúčastněte se i ostatních akcí v rámci stoletých oslav, např.:

- prezentační a náborová akce „100 podob dobrodružství“
- narozeninová párty století
- úsvit nového století skautingu



více informací na
www.skaut.cz/100
kontakt: 100@skaut.cz

