

Manuál značky

Rytmus - od klienta k občanovi, z.ú.

Poslání	1
Vize	1
Hodnoty	1
Máme odvahu hledat nové cesty	1
Odlišnosti jsou pro nás výhoda	1
Zapojujeme lidi s postižením	1
Unikátní prodejní argument	2
Symbole značky	2
Logo	2
Slogan	2
Barva	2
Font (písmo)	2
Ilustrace/výtvarný styl	3
Infografika	3
Fotografie	4
Událost	4
Tonalita	4
Příklady použití	5
Pravidla psaní názvu organizace a služeb	6
Skloňování názvu	6
Quip/Poradna Quip	7
Názvy sociálních služeb	7

Poslání

Proč Rytmus existuje?

Podporujeme lidi s mentálním postižením žít běžný život. A rozvíjíme profesionály v přístupu a v poskytování sociálních služeb zaměřených na jedinečnost každého člověka.

Vize

Jak bude za 20 let vypadat svět, který Rytmus svou činností ovlivní?

Ve společnosti žijí lidé s postižením, jejichž osobní potenciál je využit pro společný prospěch. Žijí naplněný kvalitní život a jsou její platnou součástí. Žijí podle svých představ, umí se rozhodovat a aktivně zapojit. Profesionálové (sociální pracovníci, pracovníci v sociálních službách, asistenti pedagoga, učitelé, manažeři, pracovníci státní správy...) zároveň dostávají takovou podporu, která posiluje jejich otevřenost, rozvíjí inovativní postupy a metody s ohledem na jedinečnosti každého člověka.

Hodnoty

Bez čeho by Rytmus nebyl Rytmusem? Na jakých pilířích či hodnotách stojí?

1) Máme odvahu hledat nové cesty

S nadšením přijímáme výzvy, které doba přináší. Rádi hledáme nové cesty – ke kvalitnějším službám, metodám či přístupům podporující jedinečnost každého člověka. Inovace přinášíme do způsobů pozitivní podpory i předávání našich znalostí a dovedností dalším lidem.

2) Odlišnosti jsou pro nás výhodou

Věříme, že každý může něčím přispět a být platnou součástí, že každý člověk má pozitivní potenciál, který lze využít pro společný prospěch. Proto s úsměvem volíme přístup zaměřený na lidi, respektujeme jinakosti, máme mysl dokořán a zveme každého, aby o tom přemýšlel podobně.

3) Zapojujeme lidi s postižením

V naší práci dbáme na to, abychom do všech aktivit zapojovali lidi s postižením. Využíváme jejich jedinečného pohledu a společně se učíme.

Unikátní prodejní argument

Čím se Rytmus odlišuje od konkurence a přesvědčuje „zákazníka“? Argument je interní.

Pomáháme lidem s postižením najít a mít své místo ve společnosti.

Symboly značky

Symboly, díky kterým si lidé vybaví značku Rytmus.

Logo



Logo má několik variant a pravidel použití. Jak správně s logem pracovat je popsáno v [manuálu vizuální identity](#).

Na [tomto odkazu](#) (heslo: ukulele) si můžete loga stáhnout.

Slogan

Slogan by se měl objevovat ve většině materiálů (letáky, prezentace, newslettery, vizitky...).

Znění sloganu: **Pomáháme lidem s postižením žít běžný život.**

Barva

Rytmus spolu se základní bílou používá dvě barvy - žlutá ([#FFCD49](#)) a modrá ([#68A8E1](#)).

Jak barvy získat a jak je správně použít je popsáno v [manuálu vizuální identity](#).

Font (písmo)

Font je důležitý pro udržení konzistence a vede k rychlejšímu rozpoznání značky. Rytmus používá tři základní fonty:

- League Spartan pro nadpisy

- Open Sans bezpatkový font pro texty
- Libre Baskerville (doplňkový) patkový font pro texty

Správné použití písem je popsáno v [manuálu vizuální identity](#).

Na [tomto odkazu](#) (heslo: ukulele) si můžete písma stáhnout, vč. ukázky použití.

Ilustrace/výtvarný styl

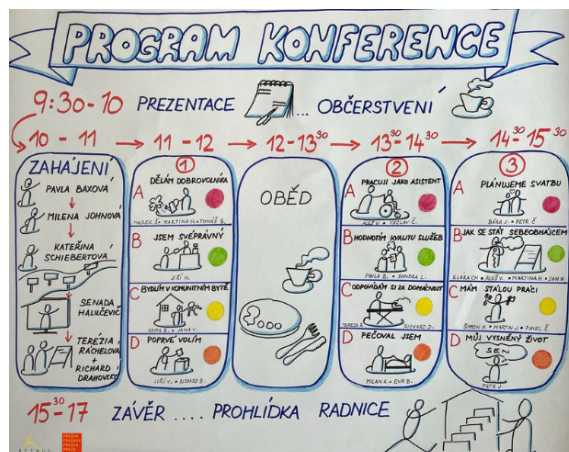
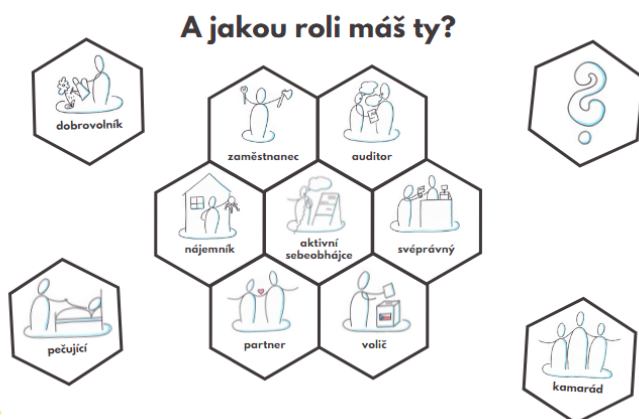
Zejména pro dokumenty ve snadném čtení (ETR) používá Rytmus jednotný ilustrační styl. Všechny nově vznikající ETR dokumenty by tento styl měly obsahovat. Ilustrátorem je Tom Pekárek. Podklady k tvorbě dokumentů jsou na sdíleném Google Disku.



Pozn. styl ilustrace by měl projít aktualizací, tak aby působil více "komiksově" a přívětivěji. Tato sekce tak projde ještě úpravou a doplněním.

Infografika

Pro různé situace Rytmus využívá i jednoduchých ikonek, usnadňujících orientaci a přehled v daném materiálu. Ikonky a grafika vycházejí z principů grafické facilitace.



Fotografie

Jaké parametry by fotka měla splňovat?

Obsah

- Je důležité, aby byl člověk zachycen přirozeně, v relevantním prostředí. Např. při práci/jiné akci, společná fotka mezi dalšími lidmi, apod.
- **Nechceme** fotky člověka stojícího u stěny, aby byl na fotce zadkem/zády či na ní nebyl téměř vůbec vidět.



Technická kvalita

- Každá fotka by měla mít alespoň minimální kvalitu, tak aby na ní nebylo patrné rozmazání nebo rozostření.
- **Ideálně fotte vždy na šířku** (pouze pro Instagram je výhodnější formát na výšku). Koho zajímá, tak [více informací zde](#).
- Fotky je lepší předávat mailem nebo nahrávat na Google Disk, Messenger, Whatsapp a další podobné aplikace výrazně snižují kvalitu fotky.

Událost

Rytmus pravidelně pořádá tři typy událostí:

- **Stejná šance - zaměstnavatel roku** - oceňujeme zaměstnavatele a firmy, které zaměstnávají lidi s postižením na běžném trhu práce. Akce je určena pro širokou veřejnost, která může nominovat firmy zaměstnávající lidi s postižením. Probíhá jednou za dva roky.
- **Odborné konference** - např. konference PSB nebo konference Pro změnu. Události, které slouží k výměně zkušeností a dobré praxe. Cílovou skupinou jsou poskytovatelé sociálních služeb.
- **Týden pro inkluzi** - cílem akce je šířit a podporovat myšlenku inkluzivního vzdělávání. Připojit se může jakákoliv škola, organizace, spolek, veřejná instituce i jednotlivec v konkrétně určeném termínu daného ročníku.

Tonalita

Jak Rytmus mluví, píše a působí na lidi. Nejedná se o obsah informací, ale o jejich formu.

- Přátelská
- Optimistická
- Upřímná
- Energická

- Inkluzivní
- Přesvědčivá

Příklady použití

- **Tykání/vykání:** Rytmus téměř ve veškeré komunikaci vyká. Výjimkou jsou inzeráty pro nábor asistentů a případné poptávky po mladých lidech v rámci projektů apod.
- **Označení sebe sama.** Jakým způsobem o sobě Rytmus hovoří? Rytmus používá variantu: „My v Rytmusu...“.

Např. Se Soňou jsme začali spolupracovat..., Ze zkušeností víme...

Pozn. v médiích třetí strany to bude vypadat: Rytmus se Soňou spolupracuje..., Ze zkušeností organizace Rytmus...

- **Jak mluvíme o lidech ve službách (klientech):** V komunikaci nepoužíváme slovo klienti ani uživatelé, ale volíme např.
 - lidé, se kterými spolupracujeme;
 - lidé, které podporujeme;
 - lidé, využívající naši službu...



Je-li adresátem MPSV, kraj apod., tak používáme označení klient/uživatel služby.

Pokud je to možné, používáme křestní jméno člověka a vynecháváme titul pan/paní. Pokud člověk souhlasí, může být použito i příjmení (to se zpravidla použije pouze jednou v úvodu a dál se používá křestní jméno).

Plní si sen. Přátelům naděluje vlastní knížku o cestování

Novopečený spisovatel Filip Schiller si nejvíce užil práci na Ruzyňi. Z hlavy dodnes odvypráví, co, kdy a kam letí.



Filip Schiller METRO

Na cedulce připevněné na košili, kterou nosí při práci v kavárně na Andělu, má nápis „FILIP – cestovatel :-)“. Za blondatými kudrnami a úsměvem od ucha k uchu se totiž skrývá asi vůbec největší milovník letadel a létání v Praze. Filip Schiller je při práci i v životě o něco pomalejší a využívá proto služeb poradců, kteří mu pomáhají začlenit se do běžného života. Před Vánocemi si splnil sen – vydal si pro radost a na vlastní náklady pár desítek knih o cestování po významných letištních městech.

„Kdykoliv mám chvíli volna, skočím do autobusu a vyrazím směr letiště. Bydlím v Braníku, takže to mám docela kousek. Díky tomu dám pak dohromady většinu spojů, kdy a kam letí. Věděl jste, že se teď přes zimu moc nelétá do Lucemburska?“ vypráví o své lásce k létání Filip. Letadla a letiště mají u Schillerů v krvi. Filipova sestřenic

pětadvacet let letuškou, babiččin bratr byl zaměstnán jako letecký mechanik. „V naší rodině se traduje, že ho po válce Češi zapomněli v anglické nemocnici. Když se chtěl vrátit, nechtěli ho pustit zpět. Leda by prý v Československu dělal zvěda. Tak radši zůstal natrvalo v Nottinghamu,“ vypráví se zápallem Filip. Velmi si užíval práci na Letišti Václava Havla, kde s pomocí asistentky vypomáhal v kanceláři. Bohužel zde však pro něj nebyl dostatek práce a musel odtud před pár měsíci odejít. „Říkali mi, že pracuju dobře, ale zkrátka pro mě neměli stoprocentní vytížení,“ dodává Filip.

Svou novou knížku Filip před pár dny slavnostně pokřtil – kde jinde než na pražském letišti. Svou prvotinu nazval Významná letištní a jiná města bývalé NDR a neotřele se na jejich stránkách pouští nejen do popisu samot

ných letišť, ale také do cestopisného povídání o jednotlivých městech. Při nich chvílemi romanticky líčí genia loci, jindy se nebojí podat informace trochu techničtěji. „Pokud jste cestovali do Berlína letadlem, přistání jste pravděpodobně v západní části, na letišti Berlín Tegel Otto Lilienthal. První, co nejspíš uvidíte, když vystoupíte z letištního autobusu, bude nádraží a restaurace McDonald's,“ píše v kapitole o Berlíně Filip.

Jednou z několika vyvolených, ke kterým se knížka dostane v tištěné podobě, je Filipova maminka. Ta žije dlouhodobě v Liberci a Filip za ni jezdí, jak jen je to možné. Protože knih mohl vytisknout jen několik desítek, není si jist, jak se knížka nakoupí. Filip je proto nechá do Vánoc umístit v elektronické podobě na web rytmus.org. Jde o stránky organizace, která pomáhá převážně lidem s mentálním

postížením, aby se mohli aktivně začlenit do běžného života. Ať už je to ve škole, v místě bydliště, nebo, jako je tomu ve Filipově případě, v práci.

„Jsem u nich už čtrnáct let a asistentka za mnou do zaměstnání chodí dvakrát týdně. Pracuju jen tři a půl hodiny denně, protože mi bývá někdy blbě. Vycházejí mi tu však vstříc, takže si můžu vydělat nějakou tu korunu navíc,“ vysvětluje Filip. Příští kniha, kterou Filip začíná připravovat, bude o cestování po městech kolem řeky Sáry. Ta protéká Německem a Francií. „Snad se mi podaří najít někoho, kdo by mi s jejím vydáním finančně vypomohl. Vydávat si knihu sám totiž není, jak jsem zjistil, právě nejlevnější,“ doplňuje.



FILIP JAROŠEVSKÝ
filip.jarosovsky@metro.cz

- **Oslovování:** tam, kde to dává smysl (např. komunikace na sociálních sítích, newslettery, někdy i email) oslovujeme lidi („potencionální zákazníci“) křestním jménem. Např. Dobrý den, Markéto...
- **Pravopis:** respektujeme pravidla českého pravopisu a všechny texty by měly být bez chyb. Záměrně nepoužíváme anglická slova ani slang („pézetko“). Texty se snažíme psát co možná nejméně jednoduše (volíme krátké věty, bodové odrážky...).
- **Netextová komunikace:** Především na sociálních sítích používáme emotikony (smajlíky), a to v takovém množství, ve kterém příspěvek doplní a ideálně pomohou k vizuálnímu dělení textu nebo k jeho zvýraznění. Určitě neplatí, že by v každém příspěvku musel být povinně emotikon.

Občas se setkáme i s hastagy. To jsou klíčová slova, která propojují v rámci dané soc. sítě stejně označené příspěvky a tím zvyšují dosah. Používáme je primárně na Instagramu. Na FB spíše výjimečně, nejčastěji v rámci projektů.

Pravidla psaní názvu organizace a služeb

Oficiální úplný název organizace zní: „Rytmus - od klienta k občanovi, z.ú.“

Ten používáme zejména v oficiální komunikaci.

V běžné komunikaci lze používat zkrácený název „Rytmus“. Zkrácený název nijak nedoplňujeme ani nerozšiřujeme. Ukázky **špatného** použití názvu:

- o.s. Rytmus
- Rytmus z.ú.
-



Snídaně neziskovek

Rytmus, z. s. Vás srdečně zve na **SNÍDANI NEZISKOVEK**. Prostor pro podporu, setkání, sdílení a v neposlední řadě na dobrou kávu. Snídaně proběhne v **budově A zámečku v areálu Centra Kociánka ve čtvrtek 26. 5. 2022 v 8:30 hod.**

Skloňování názvu

Při skloňování názvu organizace **používáme:**

Rytmus - Rytmusu - Rytmusem

Chybné použití:

Rytmus - Rytmu - Rytmem

Quip/Poradna Quid

Neříkáme a nepíšeme „v Quidu“, ale „v Poradně Quid“, případně zkráceně „v poradně“.

Názvy sociálních služeb

Všechny názvy sociálních služeb píšeme s velkým počátečním písmenem:

- Adam v Rytmsu využívá službu Podporované zaměstnávání.
- V rámci Tranzitního programu jsme...
- Ve službě Podpora samostatného bydlení...
- Co se děje v Poradně Quid?

Všechny veřejné výstupy, týkající se publicity, by před zveřejněním měl vidět Lukáš (lukas.hurka@rytmus.org, 733 185 689). Toho zároveň můžete kontaktovat ohledně dotazů a problémů.

ver. květen 2022