

KOORDINOVANÝ MODEL PÉČE O NOVODOBÉ VÁLEČNÉ VETERÁNY V ČESKÉ REPUBLICE

Průběžná verze návrhu komunikační strategie
na podporu aktivit pro válečné veterány

TQ01000146

Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem
Fakulta sociálně ekonomická



OBSAH PREZENTACE

- Čeho chceme dosáhnout
- Definice cílových skupin
- Poznatky z rozhovorů
- Návrh komunikačního směru
- Stanovení obsahových pilířů komunikace
- Návrh nového vizuálního stylu

HLAVNÍ CÍLE KOMUNIKACE

1.

Zvýšit
informovanost
válečných
veteránů
o dostupné
podpoře,
benefitech,
službách.

2.

Zbourat bariéry
studu, hrdosti
a pocitu vyčlenění
z běžné společnosti,
které válečným
veteránům brání
vyhledat pomoc.

3.

Zapojit rodiny
a blízké,
kteří mohou
napomoci
rozpoznat
potřeby
válečného
veterána.

4.

Zvýšit
důvěru
v systém
a budovat
komunitní
oporu.

5.

Získat nové
podporovatele
a dárce
pro
Vojenský fond
solidarity.

6.

Zvyšovat
informovanost
veřejnosti
o novodobých
válečných
veteránech
České republiky.

CÍLOVÉ SKUPINY

PRIMÁRNÍ CS

VÁLEČNÍ VETERÁNI A JEJICH RODINY

V komunikaci se primárně zaměřujeme na samotné válečné veterány všech věkových kategorií i jejich nejbližší okolí, tj. partnery, děti, rodiče. Jsou to ti, kterých se dopady služby v misi dotýkají přímo. Jejich důvěra, orientace v systému a ochota vyhledat pomoc jsou klíčové pro efektivitu všech nástrojů podpory.

SEKUNDÁRNÍ CS

ŠIROKÁ VEŘEJNOST A PODPOROVATELÉ

Nezapomínáme ani na veřejnost, zákonodárce, komunitní aktéry nebo zaměstnavatele, kteří mohou válečné veterány i jejich rodiny podpořit. Jejich postoj utváří společenské klima a míru uznání, které váleční veteráni v civilu zažívají. Pozitivní příklady, společenská diskuse i zapojení veřejnosti pomáhají měnit narativ i současnou reálnou praxi.

POZNATKY Z ROZHovorů

ROZHOVORY S VÁLEČNÝMI VETERÁNY

TO NEJDŮLEŽITĚJŠÍ, NA ČEM LZE STAVĚT KOMUNIKACI

VZTAH S ARMÁDOU NEKONČÍ S KONCEM SLUŽBY ČI MISE.

Pro mnohé válečné veterány je armáda celoživotní identita, ne jen pracovní etapa. Po skončení mise a odchodu ze služby očekávají, že armáda zůstane jejich oporou. Minimálně symbolickou, ideálně i praktickou. Klíčová je kontinuita, kontakt, uznání, možnost dál přispívat svými zkušenostmi. Vztah by neměl skončit dnem ukončení mise či služby, ale přirozeně se transformovat. Pomáhá i pocit, že „nebyli zapomenuti“.

PSYCHICKÁ POHODA A INTEGRACE DO CIVILU JE KLÍČOVÁ.

Návrat do civilního života občas bývá těžší než samotná mise. Vojáci ztrácí jasnou strukturu, roli, respekt i každodenní režim. Bez podpory často vznikají psychické obtíže, frustrace nebo odcizení. Důležitá je dostupná psychologická pomoc, možnost mluvit s někým, kdo rozumí vojenské zkušenosti. Nestačí jen informovat, ale je potřeba i aktivně doprovázet.

RODINA A UZNÁNÍ SPOLEČNOSTI JSOU ZÁŠADNÍMI PILÍŘI NÁVRATU.

Rodina je často největší oporou, ale zároveň i spolunosičem zátěže. Mnoho krizí po misi se odehrává právě ve vztazích. Důležité je pracovat i s rodinnými příslušníky, informovat je, zapojit a podpořit. Společnost by měla dát najevo, že si služby válečných veteránů váží. Nejen slovy, ale i konkrétními kroky. Uznání a respekt pomáhají zacelit vnitřní i vnější rány.

ROZHOVORY S RODINAMI VÁLEČNÝCH VETERÁNŮ

TO NEJDŮLEŽITĚJŠÍ, NA ČEM LZE STAVĚT KOMUNIKACI

MISE ZASAHUJE CELOU RODINU, NEJEN VOJÁKA.

Mise znamená dlouhé odloučení, nejistotu, stres i organizační náročnost pro rodinu. Partnerky zůstávají samy na každodenní provoz domácnosti, děti často postrádají rodičovskou oporu. Psychická zátěž je trvalá, od strachu o bezpečí až po emocionální vzdálení. Přesto se o rodinách mluví jen málo. Podpora by měla začínat už během přípravy na misi, ne až po ní.

NÁVRAT JE KRIZOVÝ MOMENT, KTERÝ SI ŽÁDÁ PODPORU.

Po návratu z mise se mění dynamika celé domácnosti. Voják i rodina musí znovu najít rovnováhu, často pod tlakem nevyřčených emocí nebo traumat. Mnohé rodiny procházejí krizí či testem, někdy i rozpadem. Proto je zásadní nabídnout psychologickou a vztahovou podporu celému systému, nejen jednotlivci.

RODINY POTŘEBUJÍ UZNÁNÍ, PÉČI I ZAPOJENÍ. POUTO POKRAČUJE DÁL.

Rodiny jsou tichými hrdiny každé mise. Nesou důsledky, ale ne vždy dostanou poděkování. Chtějí být slyšeny, zapojeny a brány vážně. Mnohé by ocenily možnost sdílení zkušeností s jinými rodinami, informační servis či praktickou pomoc. Uznání ze strany státu nebo armády pomáhá udržet pocit smyslu. I pro ně platí, že armádní pouto nekončí návratem domů z mise.

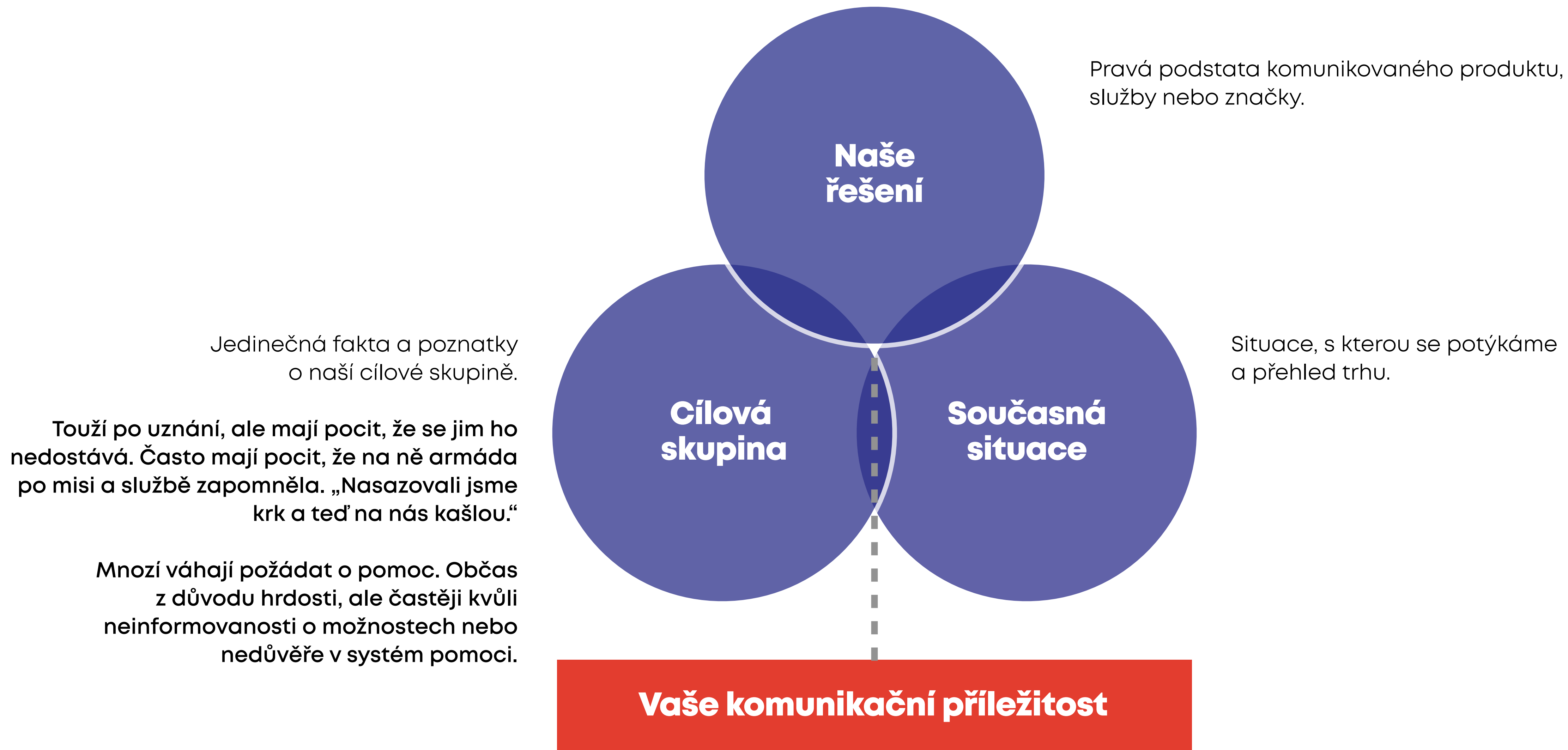
KOMUNIKAČNÍ PŘÍLEŽITOST



UNIKÁTNÍ KOMUNIKAČNÍ PŘÍLEŽITOST



UNIKÁTNÍ KOMUNIKAČNÍ PŘÍLEŽITOST



UNIKÁTNÍ KOMUNIKAČNÍ PŘÍLEŽITOST

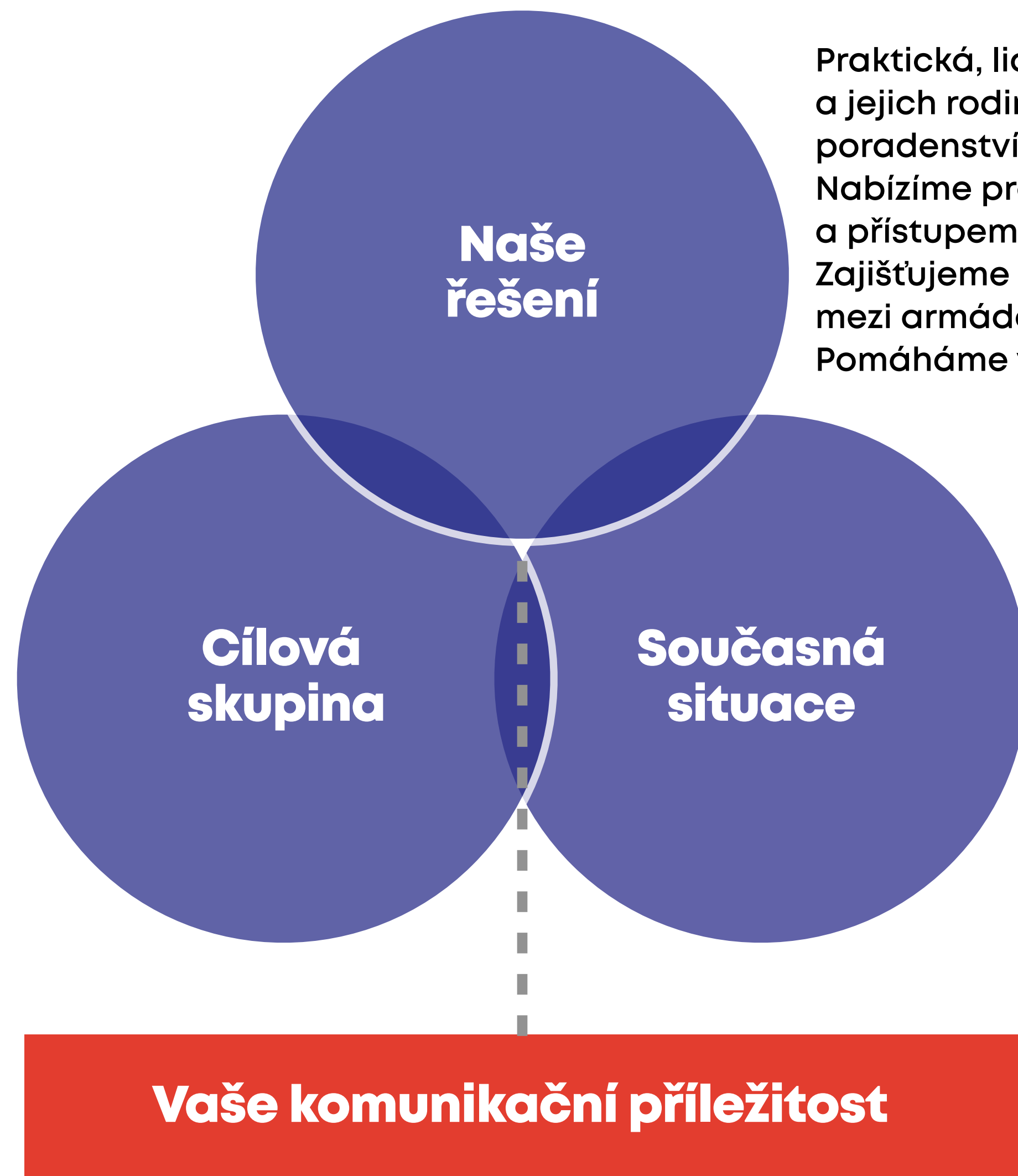


UNIKÁTNÍ KOMUNIKAČNÍ PŘÍLEŽITOST

Jedinečná fakta a poznatky
o naší cílové skupině.

Touží po uznání, ale mají pocit, že se jim ho
nedostává. Často mají pocit, že na ně armáda
po misi a službě zapomněla. „Nasazovali jsme
krk a teď na nás kašlou.“

Mnozí váhají požádat o pomoc. Občas
z důvodu hrdosti, ale častěji kvůli
neinformovanosti o možnostech nebo
nedůvěře v systém pomoci.



Vaše komunikační příležitost

Pravá podstata komunikovaného produktu, služby nebo značky.

Praktická, lidská a dostupná pomoc válečným veteránům
a jejich rodinám, ať už jde o psychickou podporu, sociální
poradenství nebo komunitní kontakt.
Nabízíme propojení systémové pomoci s osobní zkušeností
a přístupem, který buduje důvěru.
Zajišťujeme porozumění, podporu i smysluplné udržení pouta
mezi armádou a těmi, kteří v ní sloužili.
Pomáháme vrátet do života důstojnost, stabilitu a sounáležitost.

Situace, s kterou se potýkáme
a přehled trhu.

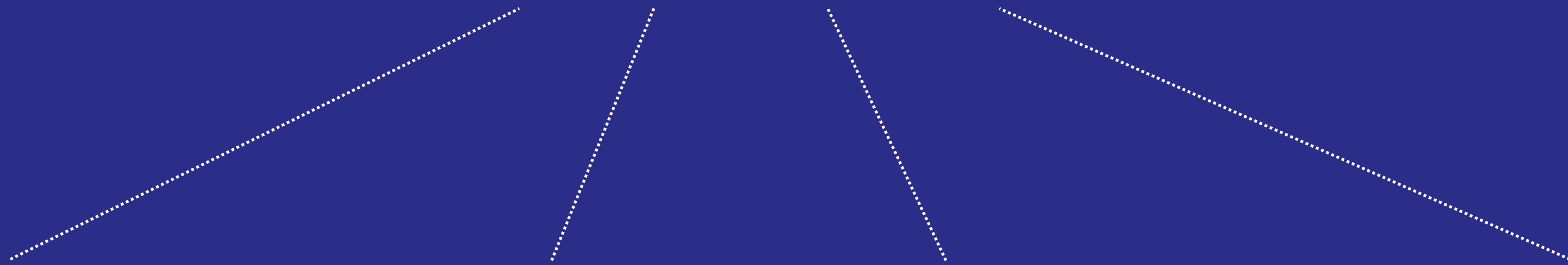
Podpora válečných veteránů je legislativně
zakotvena, ale v praxi roztržštěná a málo
známá.
Konce mise či služby je často doprovázen
psychickým napětím, ztrátou role
a nejistotou.
Rodiny čelí opakovaným krizím, přitom
nejsou systémově zahrnuty do podpory.
Společenské uznání je slabé – potřebujeme
změnit nejen systém, ale i vnímání válečného
veteránství jako celoživotní hodnoty.

HLAVNÍ KOMUNIKAČNÍ LINKA

**VOJENSKÉ POUTO
SE NIKDY NEPŘETRHNĚ**

HLAVNÍ KOMUNIKAČNÍ LINKA

VOJENSKÉ POUTO SE NIKDY NEPŘETRHNĚ



Funguje a rezonuje
u všech CS

Vzbuzuje hrdost
a sounáležitost

Péče o válečné
veterány i po misi

Vizitka armády
a státu

EXPLIKACE

Na válečné misi každý člen jednotky v jakoukoliv chvíli musí mít stoprocentní jistotu, že mu ostatní členové jednotky kryjí záda. Neexistuje prostor pro kompromisy. Neexistuje prostor nepředat absolutní důvěru. Neexistuje prostor nemít víru, že nezůstanou ve štychu.

Ostatním členům jednotky totiž svěřují to nejcennější co mají. A nejen oni, ale i jejich rodiny a blízcí. Svěřují jim totiž své životy.

A to samé, akorát trochu jiným způsobem, platí i po skončení mise. Jistota a naprostá důvěra, že za sebou mám někoho, kdo mi pomůže, když se dostanu do nesnází, platí i dál. V Armádě stále mám své členy jednotky, kteří mě nikdy nenechají v situaci, kde si nevím rady a nebo by pro mě byla nebezpečná. Toto pouto se totiž nikdy nepřetrhne.

ALTERNATIVNÍ VERZE

ALTERNATIVNÍ VERZE HLAVNÍ KOMUNIKAČNÍ LINKY

Hlavní komunikační linku případně lze různě alternovat podle toho jaké tematické sdělení tvoříme a kdo je primární cílová skupina naší komunikace.

Hlavní myšlenka založená na slovech **POUTO** a **NEPŘETRHNE** však ve všech případech zůstává zanechána. Alternujeme akorát zda mluvíme **o Armádě, vojácích či jednotce** nebo zda mluvíme **obecně o službě nebo o konkrétní misi**.

Vždy ale máme na mysli, kdo je **příjemce našeho sdělení** a konkrétní texty a formulace pak utváříme podle toho co předpokládáme, že u nich má **největší pravděpodobnost, aby zarezervovalo a přitáhlo pozornost**.

HLAVNÍ KOMUNIKAČNÍ LINKA - ALTERNATIVA

**VOJENSKÉ POUTO
SE PO SLUŽBĚ NEPŘETRHNĚ**

HLAVNÍ KOMUNIKAČNÍ LINKA - ALTERNATIVA

**VOJENSKÉ POUTO
SE NEPŘETRHNĚ**

HLAVNÍ KOMUNIKAČNÍ LINKA - ALTERNATIVA

**VOJENSKÉ POUTO
SE JEN TAK NEPŘETRHNE**

HLAVNÍ KOMUNIKAČNÍ LINKA - ALTERNATIVA

**VOJENSKÉ POUTO
NELZE PŘETRHNOUT**

HLAVNÍ KOMUNIKAČNÍ LINKA - ALTERNATIVA

**VOJENSKÉ POUTO
SE PO MISI NEPŘETRHNĚ**

HLAVNÍ KOMUNIKAČNÍ LINKA - ALTERNATIVA

**POUTO JEDNOTKY
SE PO MISI NEPŘETRHNĚ**

OBSAHOVÉ PILÍŘE KOMUNIKACE

OBSAHOVÉ PILÍŘE

VOJENSKÉ POUTO SE NIKDY NEPŘETRHNĚ

1. „Válečné
veteránství“
jako hodnota:
důstojnost,
uznání, péče

35 %

2. Autentické
příběhy pomoci:
mluví ti, kteří už
konkrétní
pomoc dostali

20 %

3. Komunita
a sounáležitost:
veteránské
pouto žije dál
(+ Merch)

20 %

4. Kvalita života
po ukončení
mise a aktivní
služby

15 %

5. Rodina jako
klíčový faktor:
občas
opomíjená, ale
zásadní opora

10 %

1. VÁLEČNÉ VETERÁNSTVÍ JAKO HODNOTA: DŮSTOJNOST, UZNÁNÍ, PÉČE

Ukazujeme, že **uznání služby je součástí moderní společnosti**. Důstojnost, péče a podpora jsou klíčem k loajalitě i důvěře.

Zvyšujeme povědomí o tom, že **válečné veteránství** není minulost, ale **trvalá identita**.

Válečný veterán není klient systému, ale **nositel zkušeností a důstojnosti, kterému stát projevuje respekt**.

Jak pracovat s obsahem?

- Edukační články a blogy: historické souvislosti, tradice, význam válečného veteránství a projev uznání.
- Infografiky: statistiky (kolik válečných veteránů je v ČR, jaké mise absolvovali, co vše to obnášelo, ale i jaké služby jim poskytujeme apod.)
- Public affairs: komunikace o legislativních i společenských krocích, které posilují uznání válečných veteránů.

Techniky: storytelling zaměřený na hodnoty, hrdost a uznání za jejich službu.

Zdroje: archiv z misí, rozhovory s válečnými veterány, eventuelně podklady od Armády ČR, MO či Vojenského fondu solidarity.

Formy & kanály:

- **Web/content hub**: sekce věnovaná válečným veteránům obsahující články, fakta, legislativa apod.
- **Facebook/Instagram**: vizuálně silné posty s krátkým sdělením + call-to-action.
- **LinkedIn**: posty vyzdvihující hodnotu válečných veteránů v návaznosti na služby, které jim poskytujeme (např. při zaměstnávání, s úřady apod.).
- **YouTube**: krátká vysvětlující videa („Co dnes znamená být válečným veteránem?“, „Za co válečným veteránům vděčíme a jaký je jejich význam?“).
- **Newsletter**: highlight příběhů, informací o službách, které poskytujeme a možnostech podpory.

2. AUTENTICKÉ PŘÍBĚHY POMOCI: MLUVÍ TI, KTEŘÍ UŽ KONKRÉTNÍ POMOC DOSTALI

Silné, reálné výpovědi válečných veteránů a jejich rodin jsou nejsilnějším nástrojem, jak prolomit nedůvěru, hrdost i pasivitu.

Příběhy ukazují, že **pomoc existuje, funguje a má smysl**. Přinášejí naději, inspiraci i konkrétní návody.

Zároveň **posilují komunitu** a propojují ty, kteří si mohou pomoci navzájem.

Jak pracovat s obsahem?

- Video rozhovory s válečnými veterány a rodinami: lidský příběh jako inspirace.
- Podcasty: diskuse o překážkách a cestách k pomoci. Jaká problémy během mise a po návratu nejvíc řešili a jaká byla cesta k jejich překonání.
- Psané case studies: konkrétní kroky jak probíhala pomoc, co pomohlo, čeho si na tom nejvíc cení, apod.

Techniky: autenticita (žádné herecké výkony), emoční storytelling, peer-to-peer doporučení.

Zdroje: přímé rozhovory s válečnými veterány a jejich rodinami, spolupráce s komunitními centry, záběry/příběhy ze setkání.

Formy & kanály:

- **Web/content hub**: speciální sekce webu „Příběhy válečných veteránů“ pro snadnou dohledatelnost.
- **Facebook/Instagram**: krátké citace + vizuál s odkazy na celý příběh. Shorts verze video rozhovorů.
- **LinkedIn**: příběhy v kontextu best practice (např. „Jak pomoc funguje v praxi“, „Co jsou nejčastějšími problémy po návratu z mise a jak je efektivně řešit“).
- **YouTube**: kratší dokumentární mini videa + playlisty se všemi kompletními verzemi rozhovorů.
- **Newsletter**: jeden konkrétní příběh v každém vydání a odkaz na více obsahu na webu či YouTube.

3. KOMUNITA A SOUNÁLEŽITOST: VETERÁNSKÉ POUTO ŽIJE DÁL (+ MERCH)

Posilujeme **komunitní rozměr** válečného veteránství, sdílení zkušeností, podpora mezi sebou, setkávání.

Komunikace **vytváří prostor pro sounáležitost, posiluje identitu** a přispívá k psychickému klidu a zdraví. Vytváříme prostor, kde **váleční veteráni nejsou sami**.

Akcent klademe na jejich **jednotku, rotu nasazenou na misi a obecně komunitu válečných veteránů**.

Jak pracovat s obsahem?

- Témata: setkávání, komunitní akce, sdílení zkušeností a z nich tvořený obsah.
- User-generated content: váleční veteráni sami sdílí své momenty a příběhy ze setkání.
- Merch: symbol identity a sounáležitosti (ne primárně komerce).

Techniky: opětovné „vytvoření“ jednotky a pouta, které v ní panovalo. Jednou jednotka, navždy jednotka.

Zdroje: fotky a příběhy z akcí, podpora veteránských klubů, soutěže o merch.

Formy & kanály:

- **Web/content hub**: kalendář akcí, blogy z komunitních setkání, e-shop s merchem.
- **Facebook**: skupiny/události, fotogalerie, livestreamy z akcí.
- **Instagram**: vizuální storytelling (momenty s komunitou, propagace merche), behind-the-scenes obsah.
- **LinkedIn**: prezentace komunitních projektů jako příklad dobrého CSR a případného navázání partnerství.
- **YouTube**: reportáže z akcí a setkávání.
- **Newsletter**: pozvánky na akce a zvýraznění a odkazy na obsah z komunitních akcí a setkání.

3. KOMUNITA A SOUNÁLEŽITOST: VETERÁNSKÉ POUTO ŽIJE DÁL (+ MERCH)

Exkluzivní merch pro válečné veterány

Vytvoříme exkluzivní merch, který **bude dostupný pouze válečným veteránům**, tj. nebude volně k prodeji.

Merch bude obsahovat i **označení mise, které se válečný veterán zúčastnil** a vytvářet pocit sounáležitosti k jednotce a ostatním válečným veteránům.

Prodejní edice na podporu válečných veteránů

K tomu vznikne i prodejní merch a část (nebo celý) výtěžek z prodeje půjde na podporu válečných veteránů např. skrz Vojenský fond solidarity.

Tato prodejní edice bude v jiném designu, bez označení jednotky, případně s typy nadpisů:

Hrdá manželka válečného veterána

Hrdý syn válečného veterána

Hrdá matka válečného veterána

Hrdý kamarád válečného veterána

Hrdý podporovatel válečných veteránů

Hrdý zaměstnavatel válečných veteránů

4. KVALITA ŽIVOTA PO UKONČENÍ MISE A AKTIVNÍ SLUŽBY

Normalizujeme téma psychické pohody jako klíčové součásti návratu z mise.

Odstraňujeme obavy spojené s vyhledáním pomoci, ukazujeme, že je to **znak síly, ne slabosti**.

Zvýrazňujeme roli **prevence, dostupnosti služeb a podpory** pro všechny bez rozdílu.

Jak pracovat s obsahem?

- Návody a praktické tipy: finance, zdraví, práce, psychická pohoda. Odstraňujeme obavy a posilujeme prevenci.
- Edukační články a videa: „Jak požádat o XY“, „Na koho se obrátit když...“.
- Videonávody a obsah: jak funguje systém podpory, jaké služby a možnosti existují a jak o ně požádat.

Techniky: how-to formáty, FAQ, infografiky, checklisty.

Zdroje: spolupráce s odborníky, např. psychology, poradnami, finančními experty, atd.

Formy & kanály:

- **Web/content hub**: dedikovaná sekce „Praktické rady“ (strukturovaný obsah dle témat).
- **Facebook/Instagram**: krátká videa s „tipy týdne“, carousely s graficky zpracovanými návody.
- **LinkedIn**: odbornější obsah např. zaměřený na to jak propojit válečné veterány s trhem práce.
- **YouTube**: vysvětlující videa s praktickými radami popsanými srozumitelně a krok za krokem.
- **Newsletter**: praktické tipy každý měsíc (např. nové služby, možnosti podpory, legislativní změny, příspěvky, tematický obsah viz výše apod.).

5. RODINA JAKO KLÍČOVÝ FAKTOR: OBČAS OPOMÍJENÁ, ALE ZÁSADNÍ OPORA

Zaměřujeme se na **roli rodiny**, která často nese **důsledky odchodu na misi i návratu z ní**, bez jasné a dostatečně vnímané systémové podpory.

Rodiny jsou **preventivním faktorem i stabilizačním prvkem**, ale zároveň i zranitelnou skupinou.

Komunikace podporuje jejich **zapojení, podporu a posílení**.

Jak pracovat s obsahem?

- Real life: sdílení příběhů rodinných příslušníků.
- Edukace: jak rodina a blízké okolí mohou podpořit válečného veterána a kde sami může najít podporu.
- Sdílení zkušeností: programy a akce pro partnery, děti, blízké okolí, pozůstalé.

Techniky: rodinný storytelling, empatické kampaně, vizuály pojaté jako „my spolu“.

Zdroje: rozhovory s manželkami/manžely, dětmi, rodiči, experty na rodinnou terapii a vztahy.

Formy & kanály:

- **Web/content hub**: dedikovaná sekce „Rodina a podpora“, ve které uživatelé najdou konkrétní materiály, kontakty či návody, jak v určitých situacích postupovat.
- **Facebook/Instagram**: komunikace a kampaně zaměřené na rodiny a blízké okolí s hlavním sdělením „Jsme v tom spolu“.
- **LinkedIn**: obsah zaměřený na partnery a zaměstnavatele (případné benefity pro rodiny válečných veteránů).
- **YouTube**: příběhy rodin a blízkého okolí a krátké edukační či dokumentární klipy.
- **Newsletter**: tipy pro rodiny, příběhy a podpůrné programy s odkazy na více informací o daném tématu.

SHRNUTÍ

Každý pilíř má jasně stanovený obsahový potenciál

hodnoty → respekt
příběhy → autenticita
komunita → sounáležitost
návody → praktická pomoc
rodina → zázemí a stabilita

Při plánování komunikace je klíčem kombinace dlouhého hubového obsahu na webu a jeho fragmentace do formátů pro jednotlivé kanály.

DOPORUČENÍ K PLÁNOVÁNÍ A PUBLIKACI



web

**sociální
sítě**

direct

**HLAVNÍ HUB
VEŠKERÉHO OBSAHU**
DLOUHÉ TEXTY, NÁVODY,
DATABÁZE ZDROJŮ A CÍL
TRAFFICU – ODKAZY Z
OSTATNÍCH KANÁLŮ.

**DISTRIBUCE V LEHČÍCH
FORMÁTECH (1-3× TÝDNĚ)**
FB: KOMUNITA A AKCE
IG: VIZUÁLNÍ STORYTELLING
LI: ODBORNÁ A POLICY ROVINA
YT: DOKUMENTÁRNÍ + EDUKAČNÍ
VIDEO

**NEWSLETTERY S JASNĚ
DEFINOVANÝMI TÉMATY**
PRAVIDELNÁ, CÍLENÁ
A PERSONIFIKOVANÁ
KOMUNIKACE (1× MĚSÍČNĚ)
MIX PŘÍBĚHŮ, ČLÁNKŮ,
NÁVODŮ A AKCÍ S ODKAZY NA
ROZPRACOVANĚJŠÍ OBSAH.

SOUČASNÝ STAV KOMUNIKACE

ANALÝZA SOUČASNÉ KOMUNIKACE



Konzistentní značka napříč platformami

Firemní identita profilů je sjednocená, popisky uvádějí, že jde o oficiální profil veteránského odboru MO ČR, což pomáhá s důvěryhodností a rozpoznatelností.

Více formátů obsahu

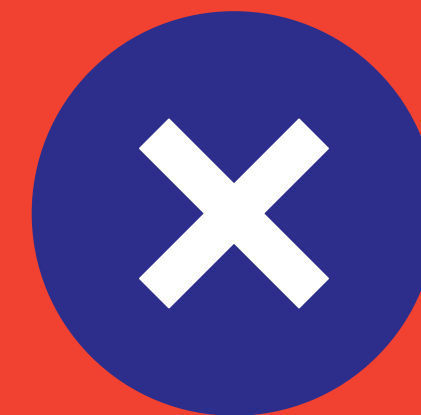
Využití textových příspěvků, infografiky a video formáty (na FB se např. objevují Reels / videa, apod.).

Tematické seriály / aktuální události

Pravidelné tematické příspěvky Svědectí hrdinů či Nikdy nezapomeneme promíchané s aktuálním děním ukazují, že profil má tematickou strategii a logiku a zároveň reaguje na relevantní události a angažuje komunitu.

Platformová diverzita

Přítomnost na Facebooku i Instagramu (na X účet, ale neaktivní) umožňuje oslovit různé demografické skupiny a reagovat na jejich zvyklosti.



Chybějící vizuální kontinuita a branding

Nejednoznačný a nedostatečně silný vizuální styl (barvy, šablony, grafika), který by posílil rozpoznatelnost značky napříč příspěvky, tématy či platformami.

Omezená tematická rozmanitost

Obsah je primárně orientovaný na pietní a informační akce, události nebo legislativní změny. Chybí více „lidský“ obsah, příběhy veteránů, behind the scenes“, rozhovory, historické zajímavosti atd., které by mohly zvýšit emocionální vazbu s publikem.

Nízké využití potenciálu interakce a engagementu

Malé množství interaktivních formátů (ankety, Q&A, stories, reposty od komunity), což omezuje dosah a budování aktivní komunity.

Slabší viditelnost na Instagramu

Profil na IG sice má několik set příspěvků, počet followerů je ale relativně nízký (2.150 vs. 5.100 na FB), což naznačuje, že IG má nevyužitý potenciál pro růst publika.

DOPORUČENÍ NA Q1 20

1.

Pokračovat v pravidelné publikaci příspěvků, ale obsah vždy přizpůsobovat dané platformě (např. obrázky na IG ne ve stejném formátu jako na FB, apod.)

2.

Ukotvení jednotné vizuální identity obsahu a kvalitnější fotky.
Vytvoření šablon pro grafiky dle témat, sjednocení barev, typografie, stylu fotek, log, apod..

3.

Rozšíření témat, větší lidskost a storytelling.
Rozšíření stávajících tematických sérií (např. videa „Příběh veterána“, „Za oponou“, „Mýtus vs. fakta“) k navýšení emocionální vazbu a růstu organického sdílení.

4.

Větší využití videoformátů a Stories.
Pravidelné video seriály a obsah k zvýšení dosahu (algoritmy), engagementu a lidskosti.

5.

Propojení všech kanálů + aktivní správa komunity.
Cross promo mezi jednotlivými kanály a profily posílí loajalitu a přirozený růst.

NÁVRH NOVÉHO VIZUÁLNÍHO STYLU

JEDNOTNÝ A SNADNO ROZPOZNATELNÝ VIZUÁLNÍ STYL

AKTUALITY

**CESTOVÁNÍ V MHD
MLADÁ BOLESLAV PRO
VÁLEČNÉ VETERÁNY
ZDARMA**



OD ŘÍJNA 2025

NATIONAL VETERANENTAG



BERLIN 15. 6. 2025

**NIKDY
NEZAPOMENEME!**



Státní poručík I.m.
Jaroslav Leiskovan
† 14. 7. 2014 Praha (ÚVN)



1945
2025

SVĚDCTVÍ HRDINŮ #32

**DÍVKA,
KTERÁ SE
STALA SPOJKOU
PARTYZÁNŮ**



LUCIE KOUTNÁ (FRANCOVÁ)
8. 11. 1931 OLOMOUC

**NIKDY
NEZAPOMENEME!**



poručík I.m.
Adrian Werner
† 9. 10. 2011 Olomouc (VN)

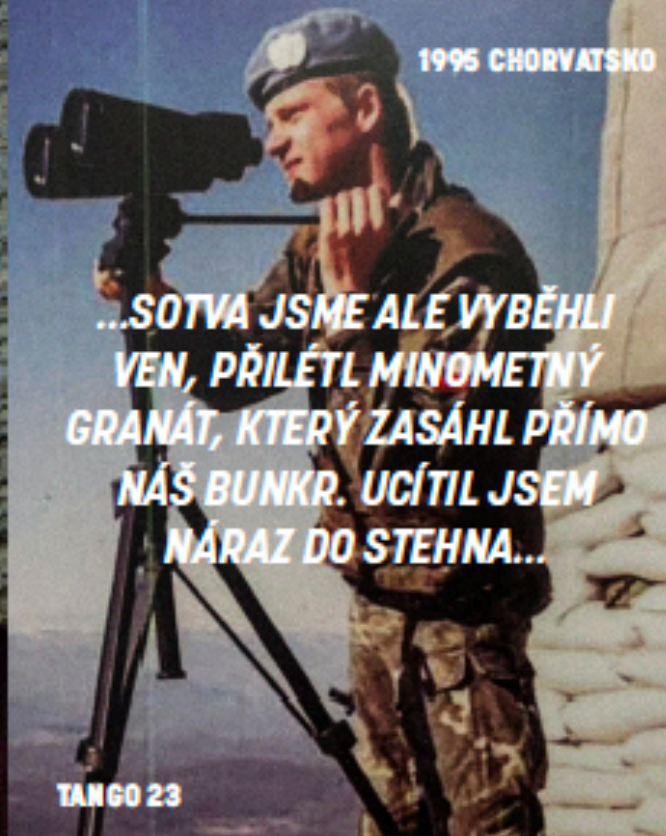
1945
2025

SVĚDCTVÍ HRDINŮ #32



LUCIE KOUTNÁ (FRANCOVÁ)
8. 11. 1931 OLOMOUC

1995 CHORVATSKO



...SOTVA JSME ALE VYBĚHLI
VEN, PŘILÉTL MINOMETNÝ
GRANÁT, KTERÝ ZASÁHL PŘÍMO
NÁŠ BUNKR. UCÍTIL JSEM
NÁRAZ DO STEHNA...

TANGO 23

1945
2025

SVĚDCTVÍ HRDINŮ #27



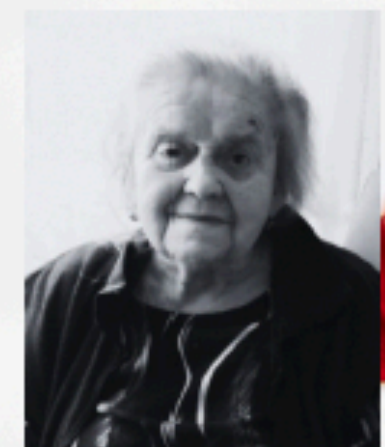
MIROSLAV MASOPUST
26. 9. 1924 ČESKÝ STRAKLOV

UNPROFOR



VLČÍ MÁK ÚVN STŘELNICE
DEN PRO
THE TAP TAP
4. ZÁŘÍ 2025 9.30

**NIKDY
NEZAPOMENEME!**



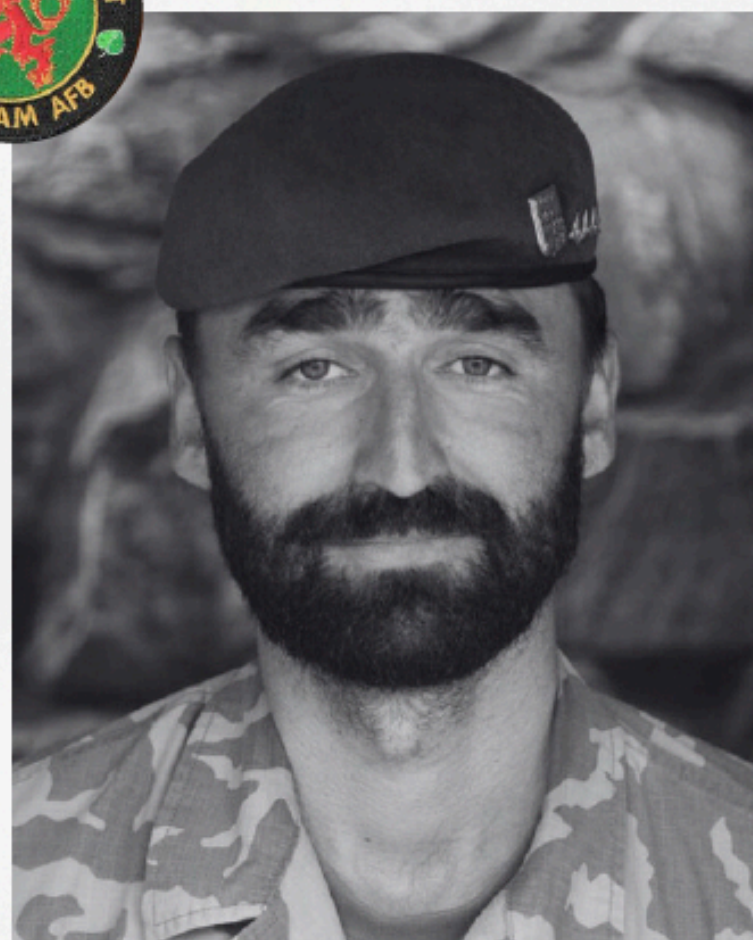
válečná veteránka
Jaroslava Obůrková
† 6. 9. 2025 Třebíč

SERIÁL SVĚDECTVÍ HRDINŮ



SERIÁL NIKDY NEZAPOMENEME

**NIKDY
NEZAPOMENEME!**



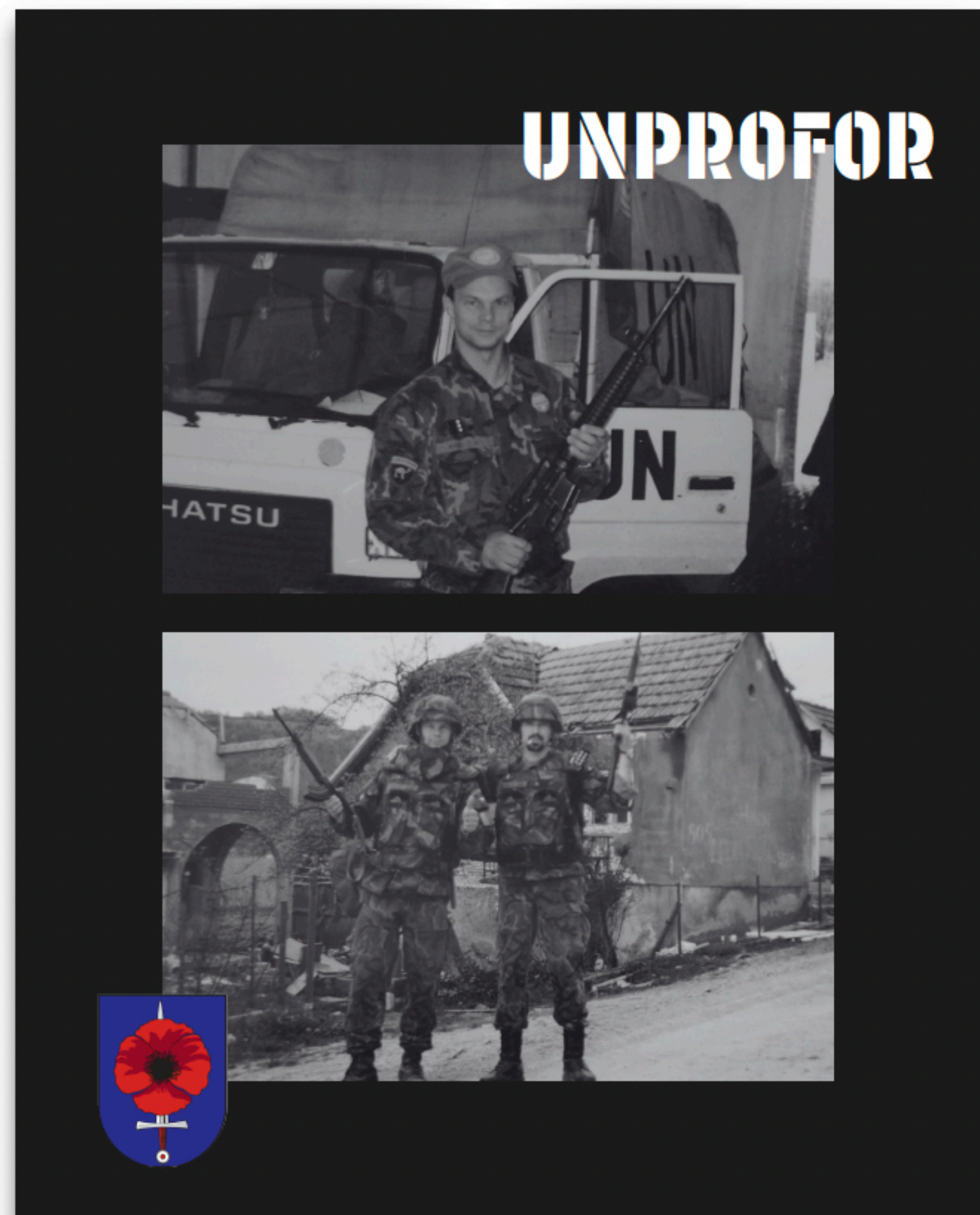
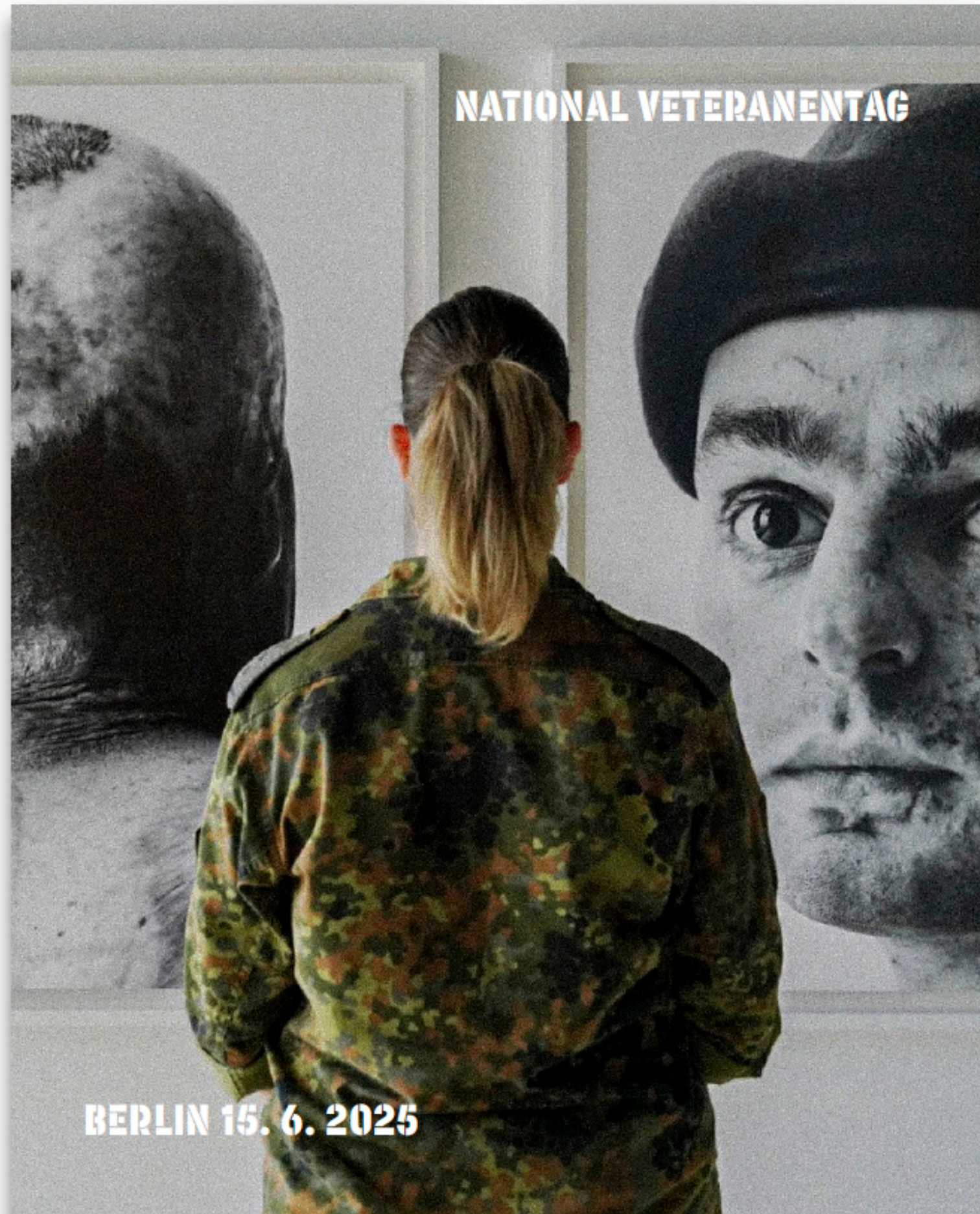
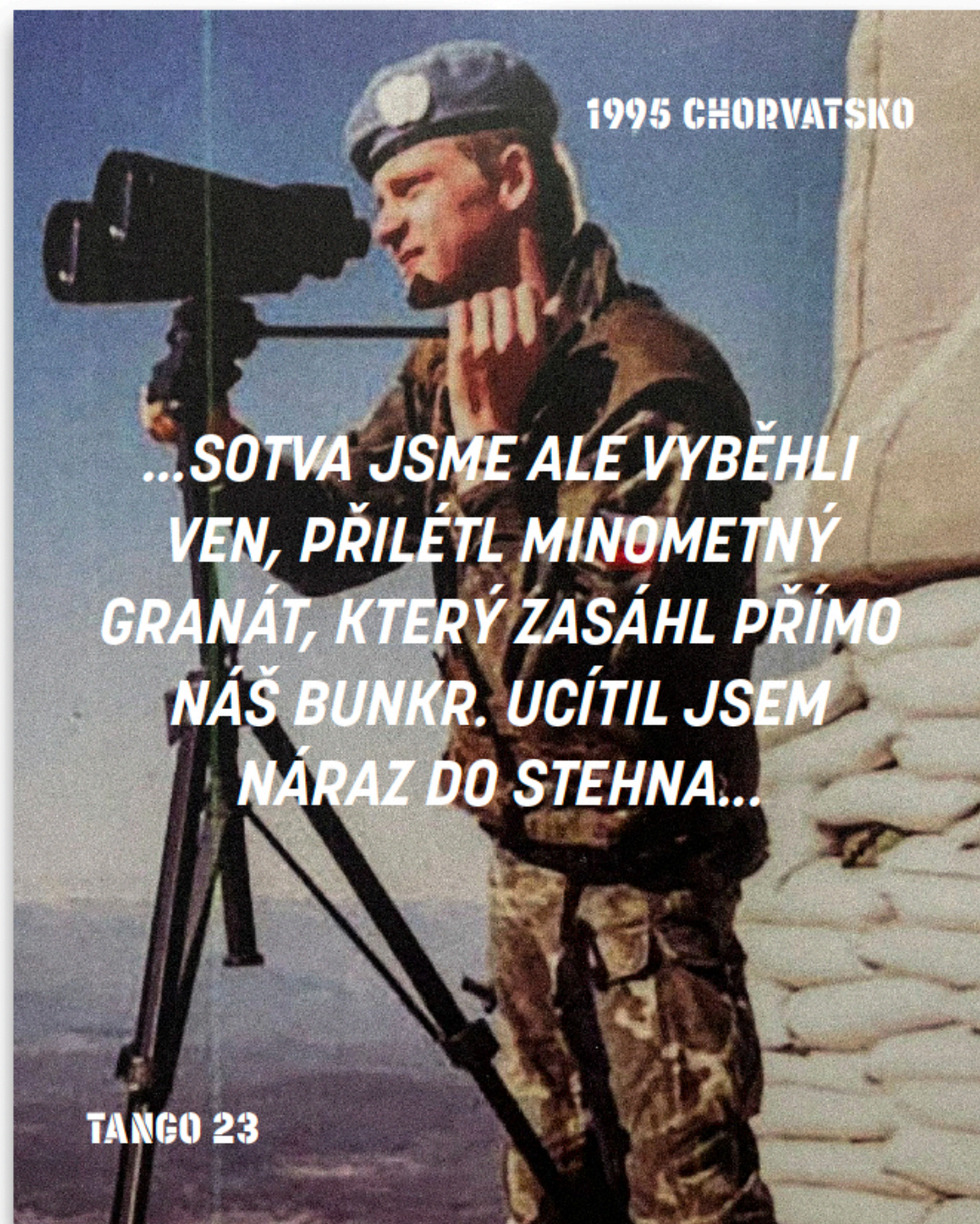
štábní praporčík i.m.
Jaroslav Leiskovan
† 14. 7. 2014 Praha (ÚVN)

**NIKDY
NEZAPOMENEME!**



válečná veteránka
Jaroslava Obůrková
† 6. 9. 2025 Třebíč

FOTKA S TEXTEM



AKTUALITY

AKTUALITY

***OD ŘÍJNA 2025
JE CESTOVÁNÍ V MHD
MLADÁ BOLESLAV PRO
VÁLEČNÉ VETERÁNY
ZDARMA***



AKTUALITY

***CESTOVÁNÍ V MHD
MLADÁ BOLESLAV PRO
VÁLEČNÉ VETERÁNY
ZDARMA***



OD ŘÍJNA 2025

APLIKACE NA SOUČASNÉ KOMUNIKACI

FB POST 17. ZÁŘÍ

AKTUALITY

**CESTOVÁNÍ V MHD
MLADÁ BOLESLAV PRO
VÁLEČNÉ VETERÁNY
ZDARMA**





OD ŘÍJNA 2025

**Váleční veteráni - Ministerstvo
obraný ČR**
17. září v 13:01 · 🌐

🏆 Na Mladoboleslavsku žijí desítky válečných veteránů. Během srpna proběhla jednání pana primátora Mladé Boleslavi **Jiří Bouška** se zástupci Agentury pro podporu válečných veteránů (Váleční veteráni - Ministerstvo obrany ČR), na kterých se probírala naše činnost a podpora pro veterány. 🌸

Skvělou zprávou je, že se Mladá Boleslav připojí od 1. 10. k bezplatnému jízdnému pro válečné veterány v rámci tamní MHD. 🚌

Nejedná se přitom o první oblast, která tento benefit veteránům nabízí. ➡ V minulosti tuto podporu zavedli už v **Kraj Vysočina, Moravskoslezský kraj, v Město Jihlava, Město Chrudim - oficiální stránka**. Zlevněné jízdné poté ve **Středočeský kraj - oficiální stránka, Plzeňský kraj** či v **České Budějovice**. Zvýhodněnou cenu inKarty nabízí válečným veteránům také **České dráhy**.

Děkujeme a těšíme se na další kraje a města, které se k nabídce tohoto benefitu přidají. 🙏

<https://www.mb-net.cz/valecni-veterani.../d-86229/p1=63083>

Ministerstvo obrany České republiky
Armáda České republiky
Československá obec legionářská

PODPORA VÁLEČNÝM VETERÁNŮM 💪

🏆 Na Mladoboleslavsku žijí desítky válečných veteránů – a město jim nově vychází vstříc.

V srpnu jednal pan primátor Jiří Bouška se zástupci Agentury pro podporu válečných veteránů o možnostech další podpory. Výsledek? Od 1. října budou mít váleční veteráni v Mladé Boleslavi bezplatné jízdné v MHD. 🚌

Nejde ale o první místo, kde se veteráni dočkali **podobného uznání**. Bezplatnou nebo zvýhodněnou dopravu již nabízí Kraj Vysočina, Moravskoslezský kraj, Město Jihlava, Město Chrudim, Středočeský kraj, Plzeňský kraj, České Budějovice i České dráhy.

🙌 Děkujeme Mladé Boleslavi za tento krok. **Je to konkrétní důkaz, že pouto jednotky se nikdy nepřetrhne – a že váleční veteráni mají i v civilním životě oporu své komunity a přátel z mise.**

📖 Více informací: <https://www.mb-net.cz/valecni-veterani.../d-86229/p1=63083>

Ministerstvo obrany České republiky
Armáda České republiky
Československá obec legionářská
Sdružení válečných veteránů ČR
VETERANS

Československá obec legionářská Jednota Mladá Boleslav
Benefity pro válečné veterány
Volareza - Vojenská lázeňská a rekreační zařízení

FB POST 18. ZÁŘÍ



NIKDY NEZAPOMENEME. 🇨🇪

Dne 6. září 2025 ve věku 98 let odešla válečná veteránka paní Jaroslava Obůrková, rozená Ráčková – statečná účastnice domácího odboje během druhé světové války.

Už jako mladá dívka riskovala život, když předávala vzkazy, zajišťovala přenos depeší a pomáhala výsadkářům desantu SPELTER. Byla spojkou odbojové skupiny LENKA-JIH, která se specializovala na zpravodajskou a sabotážní činnost. Partyzánský oddíl, k němuž patřila, přerušoval telefonní linky, prováděl destrukce a bojové přepady. V dubnu 1945 se tak i přímo podílela na jedné z největších sabotáží v českých zemích.

Za svou odvahu a službu vlasti byla oceněna osvědčením o účasti na národním boji za osvobození a stala se uznanou válečnou veteránkou.

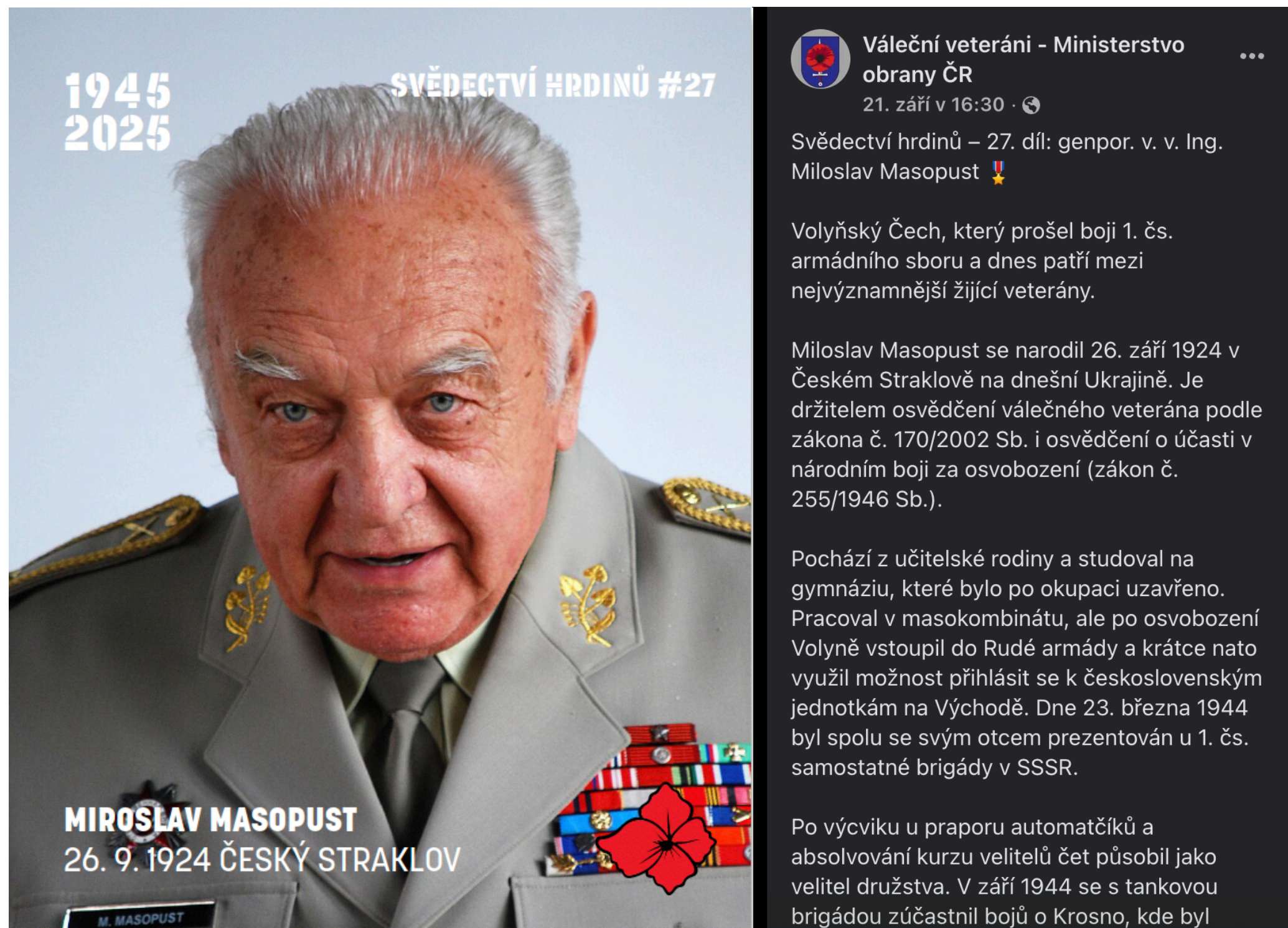
Paní Jaroslava prožila svůj život s hrdostí a skromností. A stejně jako její generace nám připomíná, že **armádní pouto nikdy nekončí – zůstává v úctě, kterou chováme k našim válečným veteránům napříč generacemi.**

Pohřbu se zúčastnili zástupci Armády ČR i válečných veteránů, kteří tak vyjádřili **respekt a poděkování. Čestnou stráž drželi vojáci KVV Jihlava.**

Čest její památce. 🌸🇨🇪

Ministerstvo obrany České republiky
Armáda České republiky
Krajské vojenské velitelství Jihlava
Československá obec legionářská
Sdružení válečných veteránů ČR
VETERANS
Kraj Vysočina

FB POST 21. ZÁŘÍ



Svědectví hrdinů – 27. díl: genpor. v. v. Ing. Miloslav Masopust 🇺🇦

Volyňský Čech, který prošel boji 1. československého armádního sboru a dnes patří mezi **nejvýznamnější žijící válečné veterány**.

Miloslav Masopust se narodil 26. září 1924 v Českém Straklově. Už jako mladý vstoupil do 1. československé samostatné brigády v SSSR, prošel výcvikem a s tankovou brigádou bojoval o Krosno, kde byl zraněn. Po léčbě se do služby vrátil a jako velitel zásobovací baterie se podílel na osvobozování Slovenska.

Po válce se rozhodl zůstat v armádě. Vystudoval vojenskou akademii a vypracoval se do velitelských funkcí u dělostřelectva a raketového vojska. Do důchodu odešel v roce 1980, ale jeho vojenská cesta tím neskončila. Po roce 1989 byl opakovaně povyšován – naposledy v roce 2022 do hodnosti generálporučíka v. v.

Za službu vlasti obdržel nejvyšší vyznamenání, včetně Řádu Bílého lva, Medaili Za chrabrost a Československého válečného kříže 1939.

Dodnes je aktivním členem Československé obce legionářské a pravidelně se účastní pietních a vzpomínkových akcí. **Dokazuje tak, že armádní pouto se nikdy nepřetrhne – žije dál v komunitě válečných veteránů i v paměti nás všech. Miloslav Masopust totiž není jen „pamětník minulosti“, ale živá součást veteránské komunity, která dokazuje, že armádní pouto nikdy nekončí.**

📖 Celý příběh si můžete přečíst zde: <https://veterani.mo.gov.cz/.../svedectvi-hrdinu-27-dil...>

! Pro více Svědectví hrdinů nás sledujte každou neděli v 16:30 !

Ministerstvo obrany České republiky
Armáda České republiky
Československá obec legionářská
Sdružení válečných veteránů ČR
VETERANS
Volynaci.cz

DĚKUJEME