



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Koncepce komunikace Městského úřadu Staré Město s veřejností

Obsah

1. Kontext – analýza prostředí	5
1.1 Základní východiska	5
1.2 Definice a analýza řešeného problému	6
1.3 Pracovní skupiny projektu	8
1.4 Stanovené cíle zpracování Koncepce komunikace	8
1.5 Prostředí města.....	9
1.6 Analýza existence dokumentů podobného charakteru v České republice	12
2. Principy a cíle komunikace s veřejností.....	16
2.1 Principy komunikace.....	17
2.2 Principy proklientské orientace	18
2.3 Principy vyplývající z metodického postupu pro tvorbu srozumitelných sdělení ve veřejné správě.....	19
2.4 Principy komunikace s osobami se zdravotním postižením	19
2.5 Očekávání	19
3. Vyhodnocení stávající úrovně komunikace města	20
3.1 Vizualní identita města a grafický manuál	21
3.2 Tiskový mluvčí města, pracovník pro komunikaci s veřejností, informační centrum	22
3.3 Přímá komunikace a proklientská orientace.....	23
3.4 On-line komunikační a propagační kanály	25
3.5 Tištěná a další fyzická média.....	28
3.6 Další nástroje komunikace	29
3.7 Poskytování informací, přístup k datům	31
3.8 Spolupráce s médii.....	33
3.9 Spolupráce s lokálními a regionálními subjekty.....	34
3.10 Komunikace volených zástupců.....	34
3.11 Krizová komunikace	35
3.12 Participace občanů	35
3.13 Evaluace implementace opatření Koncepce eGovernance	35
4. Zmapování a určení cílových příjemců komunikace.....	36
5. SWOT analýza.....	40
6. Výzkum spokojenosti veřejnosti s kvalitou a obsahem komunikace	42
6.1 Dotazníkové šetření z roku 2019 – Koncepce eGovernance.....	42
6.2 Dotazníkové šetření 2021 – hodnocení úrovně komunikace města s veřejností	43
6.3 Vyhodnocení dotazníku	47
7. Komunikační vize a strategické cíle města	57
7.1 Vize města v oblast komunikace.....	58
7.2 Oblasti komunikace a přehled strategických cílů.....	59
7.3 Komunikační oblast 1 - Oficiální a úřední komunikace	60
7.4 Komunikační oblast 2 - Informační servis města	62
7.5 Komunikační oblast 3 - Širší propagace města	64

8. Vymezení role pracovníka komunikace.....	65
8.1 Základní pravidla efektivní komunikace s veřejností	67
9. Eliminace problémů v komunikaci s postiženými.....	68
10. Implementační plán – financování, harmonogram, prioritizace	72
11. Pravidla aktualizace koncepce	73
12. Monitorovací indikátory.....	74
13. Rejstřík	79
13.1 Obrázky	79
13.2 Tabulky.....	79
14. Příloha č. 1 – Zásobník opatření	80
15. Příloha č. 2 – Export námětů, připomínek, doporučení (verbatim)	81

Identifikace projektu	
Název akce	Koncepce komunikace Městského úřadu Staré Město s veřejností
Název projektu	Implementace prvků eGovernmentu pro Městský úřad Staré Město
Registrační číslo projektu	CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016709
Zadavatel	Město Staré Město
Zpracovatel	Gatum Advisory s. r. o., IČO: 04153499, Italská 2581/67, 120 00, Praha 2
Kontaktní osoba	Ing. Daniel Vlček, jednatel, mail@gatum.cz , +420 604 144 914
Termín realizace	10/2021 – 01/2022
Podpora	Projekt byl spolufinancován EU prostřednictvím Operačního programu Zaměstnanost.
Dokument byl připraven v souladu se zásadami uvedenými v Metodice přípravy veřejných strategií.	

Verze			
Verze	Publikace	Úpravy	Autor
1	15. 1. 2022	Koncepce komunikace Městského úřadu Staré Město s veřejností	Gatum

Analýza současného stavu

1. Kontext – analýza prostředí

1.1 Základní východiska

Příprava koncepce komunikace Městského úřadu Staré Město s veřejností je jednou z pěti aktivit projektu **Implementace prvků eGovernmentu pro Městský úřad Staré Město** podaného a schváleného v rámci žádosti o podporu z Operačního programu Zaměstnanost.

V rámci projektu jsou krom zpracování Koncepce komunikace dále připravovány následující aktivity:

- ▼ Pořízení elektronické úřední desky
- ▼ Mapový portál – geografický informační systém města
- ▼ Nový webový portál města
- ▼ Školení zastupitelů a zaměstnanců města na téma komunikačních a prezentačních dovedností

Základním východiskem je deklarovaná skutečnost, že *Staré Město nedisponuje žádnými koncepčními dokumenty zaměřenými na komunikaci s veřejností*. Tento stav blíže popisuje Analýza stavu komunikace s veřejností a možnosti její zefektivnění, která byla připravena jako příloha žádosti o podporu z Operačního programu Zaměstnanost. Krom absence koncepčních dokumentů v oblasti komunikace rovněž analýza reaguje na úroveň moderních elektronických prostředků, zejména v oblasti webové prezentace či tradiční „papírové“ úřední desky.

Jako hlavní výzvy v oblasti komunikace vstupní analýza stavu komunikace vymezuje:

- ▼ nízký zájem o problematiku města
- ▼ nízký zájem o jednání zastupitelstva
- ▼ nízká úroveň elektronizace procesů a nástrojů úřadu
- ▼ absence koncepčního dokumentu pro nastavení pravidel komunikace
- ▼ důvěryhodnost úřadu z důvodu nesystémové komunikace
- ▼ připravenost na komunikaci se zdravotně postiženými osobami

Problematikou komunikace ve Starém Městě se mimo jiné zabývala i **Koncepce Smart Governance v regionu Východní Moravy**, zpracované v rámci projektu *Zavádění principů Smart Governance v regionu Východní Moravy CZ.03.4.74/0.0/0.0/16_058/0007415*. Komunikaci byla věnována samostatná kapitola 4. **Komunikace a transparentnost**.

Koncepce Smart Governance v regionu Východní Moravy společně s *Analýzou stavu komunikace s veřejností a možnosti její zefektivnění* tvoří základní informační vstupy, na kterých bude dále v Koncepci komunikace Městského úřadu Staré Město s veřejností navázáno.

1.2 Definice a analýza řešeného problému

Komunikační strategie je koncepčním dokumentem, který **stanovuje postupy přenosu informací od města k jeho občanům**, a rovněž usnadňuje **přenos zpětné vazby** od občanů a širší veřejnosti směrem k městu. Dokument ve své podstatě stanovuje **jednotný rámec komunikace** pro zaměstnance města, případně i pro jeho volené zástupce, který **zefektivňuje, zrychluje a usnadňuje komunikaci** s veřejností.

Správně a efektivně nastavená komunikace posiluje důvěryhodnost ve fungování samosprávy a v očích veřejnosti prohlubuje důvěru, že zvolení představitelé města se starají o zájmy svých občanů.

Názory a náměty veřejnosti jsou důležité v rozhodovacích procesech, protože bez nich mohou být některá rozhodnutí města špatně vyhodnocena a poté zbytečně realizována. Proto součástí strategie komunikace bývají stanovené postupy směřující k motivaci a zapojení občanů do rozhodování. Participace obyvatel v řízení města upevňuje jejich pocit sounáležitosti s místem, ve kterém žijí.

Strategie má v širším kontextu dopad nejen na občany města, ale na všechny klienty úřadu, tzn. širokou a odbornou veřejnost, zaměstnance úřadu, politickou reprezentaci, podnikatelskou sféru, organizace města, zájmové instituce a na návštěvníky a turisty.

Komunikační strategie primárně zodpovídá následující otázky:

- ▼ PROČ? – vymezuje kontext, cíle a úlohu komunikace;
- ▼ KDO? – stanovuje komunikátora, tedy subjekt zodpovědný za realizaci komunikace;
- ▼ JAK? – nastavení komunikační strategie skrze analýzu cílových skupin, určení cílů a volby postupu;
- ▼ POMOCÍ ČEHO A KOHO? – vymezení vhodných nástrojů a kanálů komunikace;
- ▼ KDY? – časové vymezení komunikace;
- ▼ ZA KOLIK? – rozpočet na komunikaci.

Komunikační strategii lze zpracovat jako **základní koncepční rámec**, který **obecně nastavuje komunikaci mezi městem a veřejností** a tím zlepšuje efektivnost komunikace a posiluje úroveň pronikání komunikovaných témat k široké veřejnosti, toto je případ Koncepce komunikace Městského úřadu Staré Město s veřejností.

Druhou variantou jsou **specializované komunikační strategie**, které často navazují na existující dokumenty města a slouží k jejich zviditelnění a propagaci (např. Komunikační strategie pro Strategii rozvoje statutárního města Liberec 2021+, Komunikační strategie pro Plán udržitelné městské mobility města Děčína apod.).

V takových dokumentech se stanovují strategické postupy, kterými se docílí, že cílové skupiny budou informovány o nastávajících aktivitách města a jejich možnosti participace. Jejich součástí bývá komunikační plán, který stanovuje využití dostupných komunikačních kanálů pro komunikaci témat vhodným cílovým skupinám.

Obce a menší města tyto specializované komunikační strategie zpravidla nezpracovávají separátně – ve zjednodušené podobě bývají součástí samotných koncepčních dokumentů.

Návaznost koncepce komunikace na Strategii rozvoje Starého Město pro léta 2021-2027

Koncepce komunikace má dopad na realizaci následujících aktivit definovaných v Návrhové části Strategie:

- ▼ 2.4.5 *Komunikace s podnikateli ve městě*
- ▼ 4.2.1 *Zapojení občanů do správy města* – plánování, veřejná projednání, ankety
- ▼ 4.2.3 *Zlepšení komunikačních kanálů města* – mj. aktivnější využití sociálních sítí, **zpracování komunikační** či marketingové strategie města

V rámci programového dokumentu Operačního programu Zaměstnanost jsou konstatovány obecné problémy nedostatečné otevřenosti a komunikace s veřejností v kontextu veřejné správy. Dokument předkládá následující výčet nástrojů pro zlepšování komunikace směrem k občanům:

Tabulka 1 Nasazení nástrojů OPZ v prostředí města

Nástroje pro zlepšování komunikace dle OPZ	
Nástroj	Nasazení v prostředí města
Tvorba strategického dokumentu zaměřeného na komunikaci s veřejností	Probíhá
Informační kampaně	Není realizováno
Modernizace webových stránek	V přípravě
Mapové portály (GIS)	V přípravě
Rozklikávací rozpočet	Probíhá
Aplikace hlášení závad na majetku obce	V přípravě
On-line objednávkové systémy	V přípravě
Komplexní mobilní aplikace úřadu – např.	Není realizováno
Mobilní rozhlas (či obdobné alternativy, např. Hlášení rozhlasu)	Realizováno
Open data	Není realizováno
Analýza komunikace obce na sociálních sítích	Není realizováno
Vzdělávací kurzy ke komunikaci na sociálních sítích	Není realizováno
Zpracování strategie komunikace na sociálních sítích	Není realizováno
Sjednocení portálů pro občany	Není realizováno
Zajištění elektronické úřední desky	V přípravě
Modernizace vizuální identity	V přípravě
Zajištění zpětné vazby od občanů/klientů úřadu	Částečně probíhá
Mapování potřeb osob zdravotně postižených ve vztahu k úřadu	Probíhá
Mapování komunikace úřadu s osobami zdravotně postiženými	Probíhá
Aplikace pro asistivní podporu komunikace s občany se sluchovým postižením	Není realizováno
Přístupnost audio/ video obsahu osobám se sluchovým či zrakovým postižením	Není realizováno
Speciální informační linky pro neslyšící a nevidomé	Není realizováno
Komunikace na soc. sítích s respektováním potřeb osob se zdravotním postižením	Není realizováno

1.3 Pracovní skupiny projektu

Tabulka 2 Složení pracovních skupin projektu

Složení základní pracovní skupiny projektu	
Ing. Robert Staufčík	tajemník úřadu
Ing. Pavel Vrána	vedoucí odboru hospodářsko-správního, informatik
Mgr. Darina Málková	referentka oddělení tajemníka, dotace
Markéta Fabiánová	pracovník komunikace s veřejností
Mgr. Pavel Kuka	zpracovatel
Ing. Daniel Vlček	zpracovatel
Složení rozšířené pracovní skupiny projektu	
Ing. Kamil Psočka	starosta města
Mgr. Martin Zábranský	místostarosta města
Ing. Robert Staufčík	tajemník úřadu
Ing. Pavel Vrána	vedoucí odboru hospodářsko-správního, informatik
Mgr. Darina Málková	referentka oddělení tajemníka, dotace
Markéta Fabiánová	pracovník komunikace s veřejností
Mgr. Pavel Kuka	zpracovatel
Ing. Daniel Vlček	zpracovatel

1.4 Stanovené cíle zpracování Koncepce komunikace

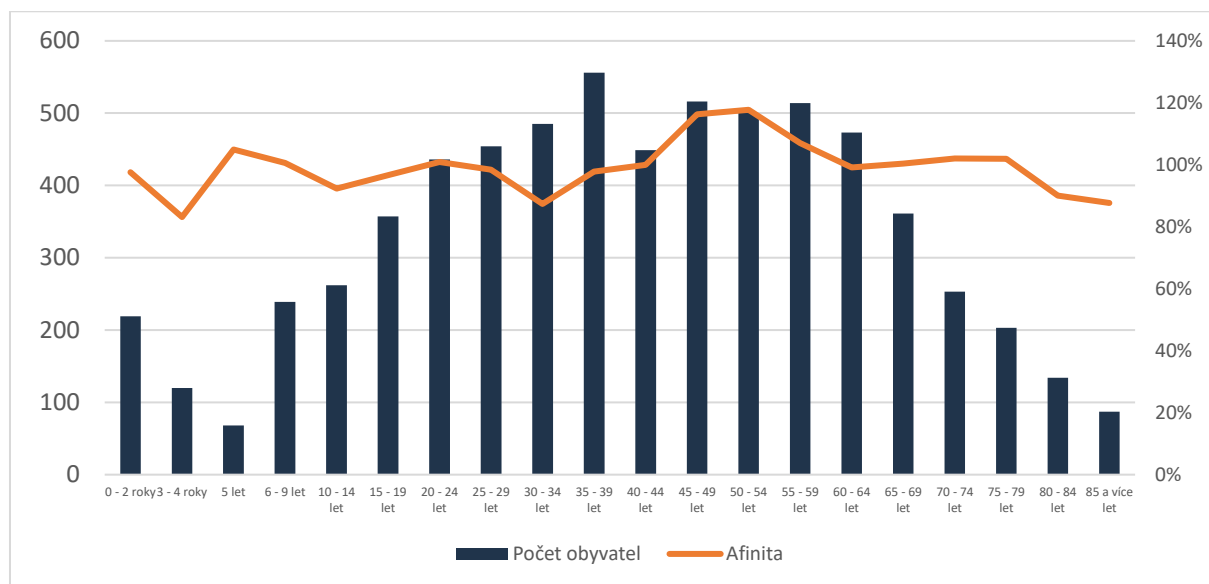
Stanoveným cílem Koncepce je vytvoření takového dokumentu, který umožní:

- ▼ *Vytvoření jednotného rámce komunikace Starého Města s veřejností*
- ▼ *Zvýšení důvěry v radnici a posílit vnímání jako otevřeného a vstřícného orgánu*
- ▼ *Zvýšení zájmu občanů o participaci na veřejném dění*
- ▼ *Nastavení mechanismů přístupu k informacím*
- ▼ *Vymezení služeb pro tělesně a mentálně postižené*
- ▼ *Zlepšení komunikace, zejména ze stran volených zástupců a zaměstnanců úřadu*
- ▼ *Zvýšení úrovně komunikace s cílovou skupinou veřejnost*
- ▼ *Dosažení efektivnější, vstřícnější, rychlejší a snadnější komunikace s klienty úřadu*

1.5 Prostředí města

Detailní analýzu prostředí města poskytuje **Strategie rozvoje Starého Města pro léta 2021-2027**. Z pohledu problematiky komunikace s veřejností je třeba zohlednit zejména základní sociodemografické aspekty, které byly zpracovány z dostupných statistických údajů.

Věk

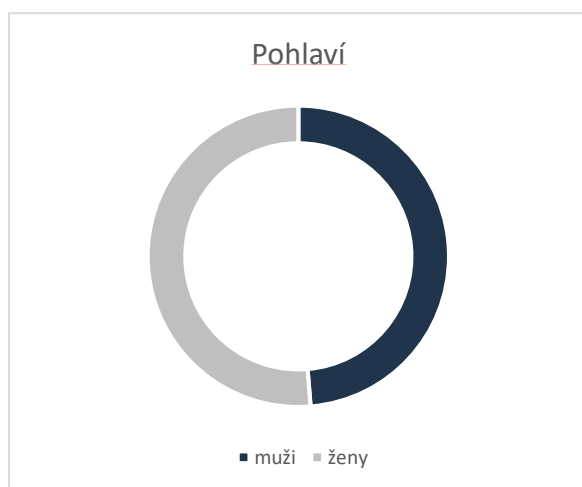


*afinita – srovnání daného procentuálního podílu vůči procentuálnímu podílu populace. Jinými slovy, pokud je hodnota vyšší než jedna, je zastoupení vyšší než u celé populace, Zdroj: ČSÚ

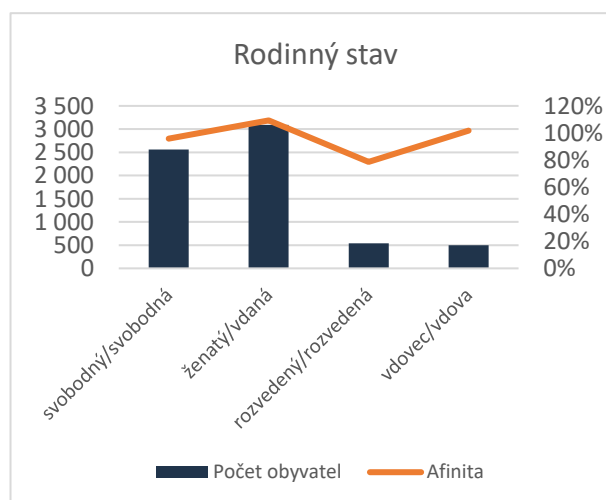
Ve srovnání s celorepublikovým průměrem má Staré Město vyšší zastoupení zejména mezi obyvateli ve věku 30-39 let a dále v kategoriích 55-64 let. Naopak má Staré Město výrazně slabší zastoupení v rámci „dětských“ kategorií. Cílovou skupinu komunikace tak tvoří zejména osoby v produktivním věku.

Pohlaví a rodinný stav

Graf 1 - Pohlaví



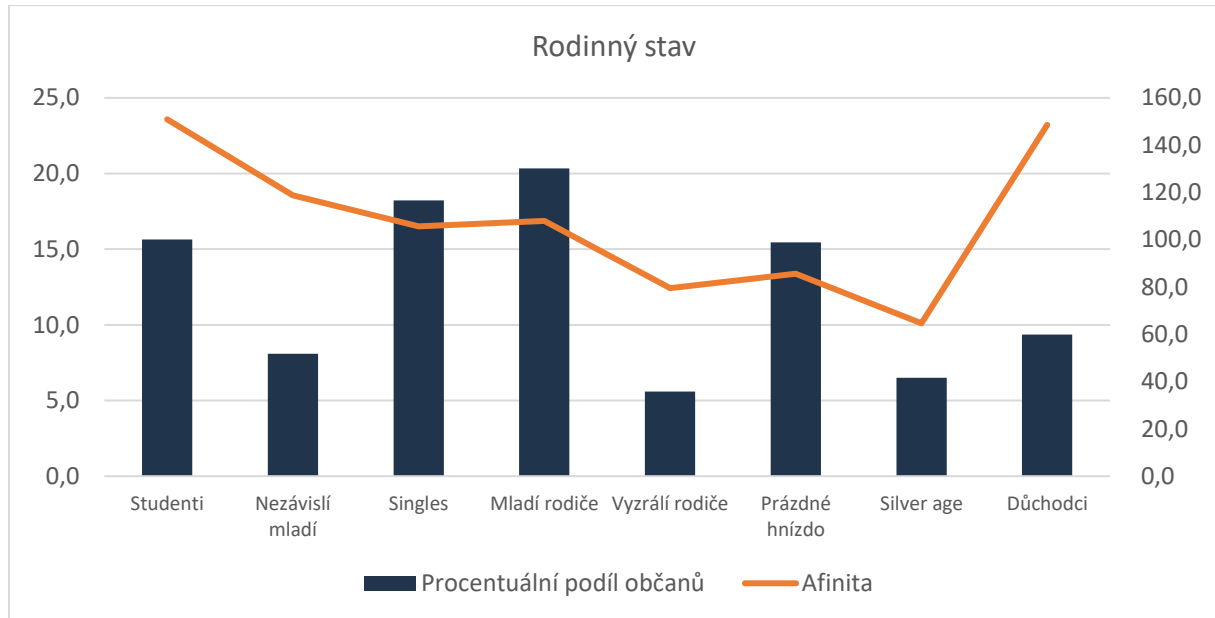
Graf 2 - Rodinný stav



Poměr mužů a žen není nijak výrazně odkloněn celorepublikovému rozdělení ani jiným obcím. Oproti tomu v rámci analýzy rodinného stavu vyplynulo, že má Staré Město vyšší podíl sezdáných lidí a ve srovnání se zbytkem země menší podíl rozvedených. Z čehož může vyplývat, že obyvatelé Starého Města mají tendenci být více rodinně orientovaní a to i mezigeneračně. Je velmi důležité toto zohlednit v komunikaci a i výběru témat.

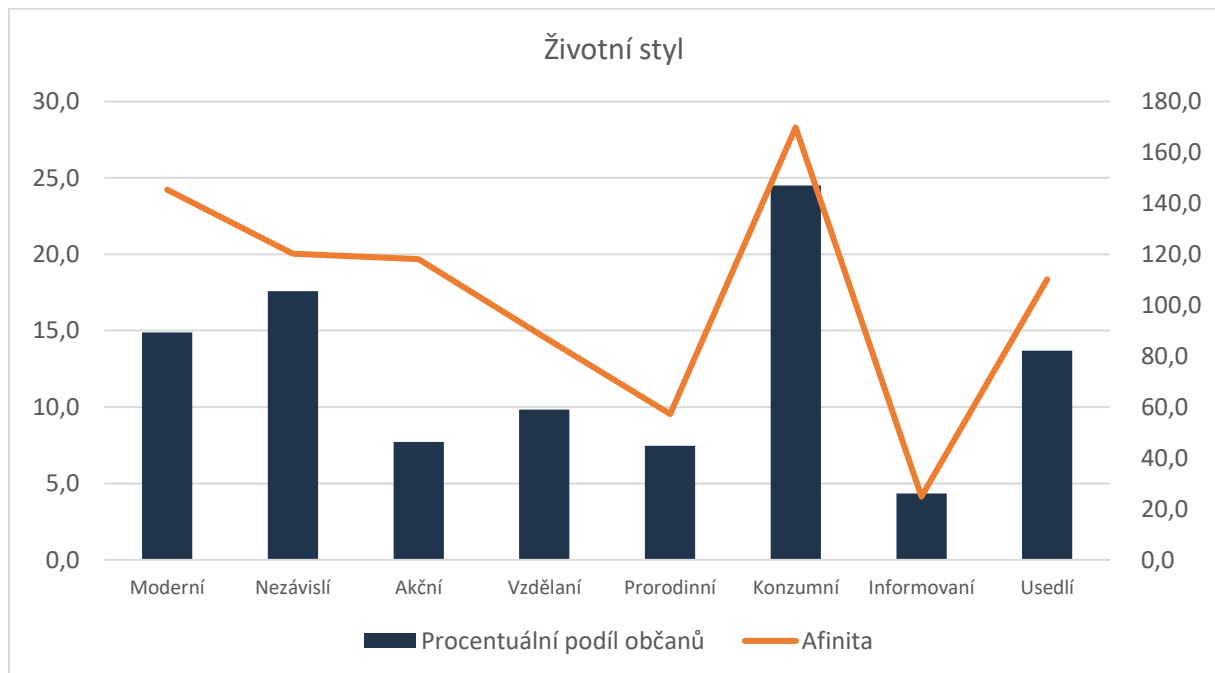
Segmentace dle životní role – průměr Zlínského kraje

Z důvodu absence lokálních dat jsme provedli analýzu obcí obdobné velikosti ve Zlínském kraji, konkrétně obce v kategorii 5 až 20 tisíc obyvatel. Segmentace slouží pro lepší pochopení potřeb a očekávání komunikace pro cílové skupiny a jejich segmenty.



Zdroj: MML TGI, Medián, Cílová zkoumaná skupina: obyvatelé Zlínského kraje žijící v obcích o velikosti 5 až 20 tisíc obyvatel

Ve srovnání s celou zemí je ve Zlínském kraji v obcích o 5 až 20 tisících obyvatelích poměrně vysoký podíl studentů a důchodců. Naopak je méně lidí v předdůchodové životní fázi. Protože se však jedná o analýzu všech obcí o této velikosti, je přesnějším přístupem zohlednění věkové struktury obyvatel uvedené výše.



Ve Zlínském kraji ve středně velkých obcích jsou občané ve větší míře **konzumní** a **nadprůměrně moderní a nezávislí**. Tuto skutečnost je vhodné zohlednit při komunikaci, kdy modernost lze zohlednit **větším důrazem na digitální komunikaci** a konzumnost **apelem na finanční benefity případných kroků vedení města**

Informace o zdravotně postižených osobách ve městě

Ve vztahu ke zdravotně postiženým osobám ve městě neexistují konkrétní statistická data. Na základě stanoviska úřadu lze celkový počet odhadovat na cca 500+ osob, které mají speciální potřeby. Hodnota vychází z dat poskytovaných příspěvků na péči a vydaných karet ZTP, zároveň byla zohledněna existence dvou domů s pečovatelskou službou, domu pro osoby se zdravotním postižením, azylového domu a dvou objektů chráněného bydlení.

1.6 Analýza existence dokumentů podobného charakteru v České republice

Většina měst a obcí v České republice má zpracovanou komunikační strategii, která nastavuje proces komunikace a informování veřejnosti o záměrech, důležitých akcích, projektech a nastávajících změnách, které se ve městě odehrávají. Smyslem je, aby obyvatelé porozuměli činnostem související s chodem města a znali výsledky, kterých bylo dosaženo.

Základní principy komunikace jsou napříč dokumenty téměř identické, vychází z jednotné komunikační teorie. Dokumenty se více diferencují až v rámci návrhových částí, které jsou připravovány na míru specifickým potřebám každého z měst.

Některá česká města a obce zpracovávají minimalistické koncepce v rozsahu přibližně o 15-25 stranách (analytická, návrhová i implementační část), jiná téma komunikace pojmají s větší vahou a významem. Pro srovnání uvádíme vybrané příklady reflektující různá pojetí komunikačních strategií měst.

- ▼ Koncepce komunikace a spolupráce města Litoměřice
- ▼ Koncepce komunikace a spolupráce města Stříbra s občany
- ▼ Komunikační strategie obce Palkovice
- ▼ Komunikační strategie města Hranic

Níže předkládáme shrnutí vybraných příkladů komunikačních strategií a koncepcí komunikace podobného charakteru ve městech srovnatelné velikosti, tedy dokumenty, které v očích obyvatel a klientů měst povzbuzují důvěru v radnici a posilují její *pozici jako důvěryhodné instituce, která aktivně komunikuje s veřejností a má zájem na participaci obyvatel*. V rámci výběru nebyly zohledňovány specializované komunikační strategie.

- ▼ Koncepce komunikace města Boskovic
- ▼ Strategie komunikace města Rýmařov
- ▼ Komunikační strategie města Zruč nad Sázavou

Koncepce komunikace města Boskovic

Koncepce komunikace byla vytvořena v roce 2020 v rámci projektu "**Rozvoj nástrojů strategického řízení, komunikace s veřejností a vzdělávání úředníků v podmínkách města Boskovic**". Dokument obsahuje teoretická východiska – představuje **cíle a principy komunikace** a stanovuje postupy směřující k **motivaci a zapojení** občanů např. zvýšení transparentnosti, podporu postupného zapojování občanů do **participace**, výběr vhodných komunikačních kanálů apod.

Další část koncepce se zabývá analýzou současného stavu v oblasti komunikace – definuje komunikační kanály, vnitřní a vnější komunikaci, stručně specifikuje cílové skupiny a očekávání, k jejichž naplnění by měla externí komunikace směřovat, zabývá se současnými komunikačními nástroji využívanými městem, je zde zpracovaná SWOT analýza (identifikace silných a slabých stránek města a jeho příležitostí a hrozeb) a dále koncepce hodnotí potřeby města v oblasti komunikace s veřejností.

Níže je vybraných několik opatření, které mají městu pomoci pro efektivnější komunikaci s veřejností:

- ▼ *zavedení strategického řízení v rámci komunikace;*
- ▼ *sjednocení informačních kampaní;*
- ▼ *rozšíření časové dotace pracovníkům úřadu, kteří se věnují komunikaci;*
- ▼ *rozšíření komunikačních kanálů města;*
- ▼ *navýšení rozpočtu určeného pro komunikaci města.*

Návrhová část koncepce komunikace stanovuje vize, základní východiska a strategické směřování v oblasti komunikace města, navrhuje procesy a nástroje pro externí komunikaci a navrhuje akční plán implementace opatření, které je nutné realizovat, aby byly naplněny cíle této koncepce.

Komunikační strategie města Zruč nad Sázavou

Koncepce komunikace byla vytvořena v roce 2020 v rámci projektu „**Zvýšení efektivity veřejné správy ve Zručí nad Sázavou.**“ Strategie navazuje na Vstupní analýzu komunikace, která sloužila jako klíčové východisko jak pro tvorbu strategie, tak pro návazný akční plán.

Kapitola „Analýza komunikace“ vysvětluje, jak probíhá komunikace a tok informací, jaké nástroje komunikace město Zruč nad Sázavou využívá, jak vypadá komunikační proces, co se komunikuje a jakým způsobem a vymezuje pravomoci a odpovědnosti v procesu komunikace. Součástí je také zpracovaná SWOT analýza.

Návrhová část definuje následující strategické cíle komunikace:

- ▼ *nastavení systému odpovědností za poskytované informace;*
- ▼ *nastavení systému správné a efektivní práce s komunikačními nástroji pro komunikaci s občany;*
- ▼ *informovanost veřejnosti ve srozumitelné, transparentní, včasné, dostupné a přehledné podobě;*
- ▼ *zlepšení profesionality, efektivnosti a vstřícnosti při komunikaci s klienty a občany města.*

V rámci těchto cílů byly stanoveny například následující opatření, která mají městu pomoci pro efektivnější komunikaci s veřejností:

- ▼ *nastavení systému / organizační struktura;*
- ▼ *zavedení participativního rozpočtu;*
- ▼ *zavedení Citivizor – aplikace, která přehledným způsobem vizualizuje rozpočet a plnění obcí;*
- ▼ *nastavení interního procesu a následná komunikace plánových záměrů města;*
- ▼ *rozvoj a vzdělávání zaměstnanců.*

Strategie komunikace města Rýmařov

Komunikační strategie byla vytvořena v roce 2018 a je jedním z výstupů projektu „Efektivní otevřený úřad Rýmařov.“ Před samotnou realizací strategie komunikace byla provedena analýza současného stavu komunikace ve městě a na úřadě. Respektive byly identifikovány efektivní komunikační nástroje a prvky komunikace.

Dokument definuje cíle a principy komunikace, představuje jednotlivé komunikační kanály, skrz které město komunikuje se svými občany. Návrhová část komunikační strategie pak formuluje opatření, která je třeba zavést pro efektivnější komunikaci. Následuje akční plán implementace, který definuje kroky a postup dílčích opatření a odpovědnou osobu.

Přílohou strategie je nad rámec tradičního rozsahu i **Grafický návrh vzhledu** plánovaného portálu občana/klienta.

Několik vybraných doporučení pro zkvalitnění interní komunikace:

- ▼ *elektronický diář na sjednání schůzek prostřednictvím intranetu (napříč všemi zaměstnanci úřadu);*
- ▼ *teambuilding a jiné celoroční akce – akce probíhají v pravidelných intervalech;*
- ▼ *intranet – ukládání interních pravidel, předpisů a směrnic, jejich pravidelná aktualizace.*

Několik vybraných doporučení pro zkvalitnění vnější komunikace:

- ▼ *webové stránky města – doplnit funkcionality pro zefektivnění služeb občanům;*
- ▼ *přítomnost zaměstnanců na pracovišti;*
- ▼ *objednávkový systém pro elektronické objednání na vybrané správní agendy;*
- ▼ *online chat – možnost hlásit a řešit aktuální problémy, rychlá komunikace s úřadem;*
- ▼ *ohlášky zjištěného nepořádku ve městě;*
- ▼ *posílit komunikační dovednosti zaměstnanců MěÚ prostřednictvím vzdělávání a osobního tréninku;*
- ▼ *mobilní rozhlas – postupné rozšiřování funkcionalit mobilního rozhlasu.*

Národní plán podpory rovných příležitostí pro osoby se zdravotním postižením na období 2021–2025

Vrcholovým dokumentem na úrovni státu je Národní plán podpory rovných příležitostí pro osoby se zdravotním postižením na období 2021–2025 schválený usnesením vlády České republiky ze dne 20. července 2020 č. 761.

Z pohledu komunikace jsou klíčové 3 oblasti:

- ▼ **Oblast č. 3: Přístupnost informací a služeb veřejné správy**
 - Přístupné služby veřejné správy.
 - Přístupné webové stránky a elektronické služby veřejné správy.
 - Přístupné dokumenty veřejné správy.
 - Vzdělávání zaměstnanců veřejné správy v tématech týkajících se zdravotního postižení.
- ▼ **Oblast č. 14: Participace osob se zdravotním postižením a jejich organizací na veřejném životě**
 - Osoby se zdravotním postižením se podílejí na správě věcí veřejných.
 - Zapojení organizací osob se zdravotním postižením do mezinárodních aktivit.
 - Zajištění výkonu volebního práva osob se zdravotním postižením
 - Osoby se zdravotním postižením mají zajištěny podmínky k výkonu volebního práva.

Hlavním cílem je *Zajistit osobám se zdravotním postižením přístup k informacím a službám veřejné správy na rovnoprávném základě s ostatními občany a vytvářet podmínky pro zajištění účasti osob se zdravotním postižením a jejich organizací na veřejném životě na rovnoprávném základě s ostatními.*

V rámci oblasti č. 3 je deklarováno následující:

*„Problematickou zůstává oblast **přístupnosti digitálních dokumentů veřejné správy**. Přestože osoby se zdravotním postižením mohou využívat elektronických služeb eGovernmentu a s úřadem komunikovat například prostřednictvím datové schránky, **ne vždy jsou vydávané dokumenty přístupné i pro osoby se smyslovým postižením**. (...) Informace musí být přístupné také osobám, které jsou **oslabené ve čtení a vnímání složitých informací** (pro které je vhodné uvádění informací ve snadno srozumitelné formě). (...)*

*Pro osoby se sluchovým postižením je pak **stěžejní dostupnost základních informací o veřejné správě v českém znakovém jazyce**.*

*V rámci zajišťování přístupnosti služeb veřejné správy je nezbytné neopomenout **význam vzdělávání zaměstnanců v tématech zdravotního postižení a rozvíjení znalostí a dovedností týkajících se zvolení a správné aplikace vhodného způsobu komunikace s osobami s určitými typy zdravotního postižení**.*“

Metodický postup pro tvorbu srozumitelných sdělení ve veřejné správě

Pro poskytování informací ve srozumitelné formě zpracovalo MV v roce 2019 Metodický postup pro tvorbu srozumitelných sdělení ve veřejné správě a pro tvorbu zjednodušených textů pro osoby vyžadující zvláštní přístup – metodiku **Easy to Read**.

Metodický dokument nabízí pracovníkům státní správy a samosprávy doporučení a dobrou praxi, jak efektivně a přehledně komunikovat informace. Paralelně předkládá soubor pravidel, jejichž implementací veřejná správa naplní požadavky evropské a národní legislativy.

Zlínský kraj – Krajský plán vyrovnávání příležitostí pro osoby se zdravotním postižením 2017-2020

Základním rámcem, ze kterého aktuální Krajský plán podpory vychází, je Úmluva Organizace spojených národů o **právech osob se zdravotním postižením**, jejímž přijetím se Česká republika přihlásila k naplňování existujících lidských práv a svobod ve vztahu k osobám se zdravotním postižením.

Jedná o krajskou implementaci Národního plánu podpory rovných příležitostí. Aktuálně je v přípravě plán pro nové programové období, principy mající dopad na komunikaci s OZP a navrhovaná rozvojová opatření lze však uvést i s ohledem na končící platnost Krajského plánu. Cílem je řešit **množství nedořešených, přehlížených a zanedbaných témat, která znesnadňují přirozenou integraci osob se zdravotním postižením do společnosti.**

Cíle jsou definovány pro potřeby kraje a krajského úřadu, lze je však uvést jako relevantní inspiraci pro implementaci v prostředí Starého Města. Vybrané oblasti a cíle uvádíme níže:

- ▼ *Zvýšit sociální dovednosti pracovníků Krajského úřadu Zlínského kraje ve vztahu k občanům se zdravotním postižením*
- ▼ *Zvýšit informovanost veřejnosti a politické reprezentace o problematice zdravotního postižení*
- ▼ *Provedení analýzy přístupnosti a postupné zpřístupňování objektů sociálních, zdravotnických, školských a kulturních zařízení, které jsou ve vlastnictví Zlínského kraje*
- ▼ *Při zpřístupňování informací respektovat potřeby občanů s různými typy zdravotního postižení*
- ▼ *Předcházet diskriminaci a uplatňovat rovné zacházení*

Národní rada zdravotně postižených ČR – Desatera komunikace s osobami se zdravotním postižením

Národní rada zdravotně postižených ČR je nezisková organizace, která *od roku 2000 zastupuje zájmy osob se zdravotním postižením při jednáních se státními a veřejnými institucemi a jejíž úlohou je přispívat k integraci osob se zdravotním postižením do společnosti a důsledně obhajovat lidská práva těchto lidí.*

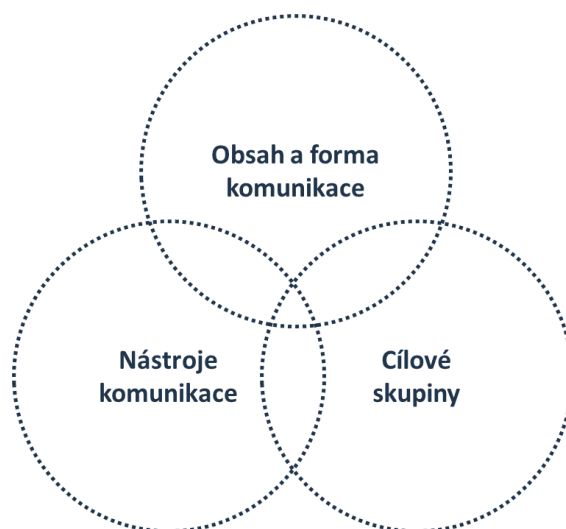
V roce 2019 NRZP ČR publikovala aktualizovaný **soubor desater pro komunikaci s osobami se zdravotním postižením** jako reakci na hluboce zakořeněný problém – neschopnost většinové veřejnosti komunikovat s osobami se zdravotním postižením.

Soubor desater slouží jako základní principy a pomoc veřejnosti s usnadněním komunikace s osobami se zdravotním postižením. Úplný výčet je dostupný na <https://nrzp.cz/2019/07/18/desatero-pro-komunikaci-s-ozp/>

2. Principy a cíle komunikace s veřejností

Tato koncepce se zabývá komunikací města a městského úřadu směrem k veřejnosti. Vyhodnocení stávající úrovně komunikace města se tak **zaměřuje pouze na problematiku vnější/externí komunikace** a nezasahuje do oblasti komunikace vnitřní (komunikace mezi zaměstnanci úřadu, vedení města apod.).

Komunikace v kontextu územních samospráv probíhá ve 3 vzájemně provázaných oblastech, které od sebe nelze separovat, s ohledem na vymezenou skupinu „veřejnosti“ je však potřeba vybrat odpovídající nástroje komunikace, které tato skupina preferuje, a rovněž této skupině náležitě přizpůsobit jak formu, tak obsah komunikace.



Obrázek 1 Principy komunikace, vztah obsah-nástroje-audience

Univerzální cíle veškerých aktivit vnější komunikace městských úřadů jsou de facto pevně dané a vychází z povahy poskytování veřejné služby a legislativního rámce, tyto cíle lze stanovit shrnout:

- ▼ Kvalitní informační servis a profesionální komunikace v úředním styku
- ▼ Kontinuálně a plnohodnotně informovaná veřejnost (rozvoj, politické dění, kultura, aktuality)
- ▼ Proaktivní zapojení občanů na rozvoji města
- ▼ Budování pozitivní image města na všech úrovních
- ▼ Otevřené a transparentní fungování úřadu – svobodný přístup k informacím

Tyto cíle se viditelně prolínají se stanovenými cíli zpracování Koncepce komunikace. Za účelem jejich naplnění je v rámci jakékoliv komunikace nutné dodržovat základní principy, které vycházejí jak z teorie komunikace.

2.1 Principy komunikace

Níže definované **základní principy komunikace** zajišťují efektivní komunikaci mezi městem a jeho obyvateli:

Adekvátnost	Objektivita
Dostupnost	Otevřenost, transparentnost a důvěra
Konkrétnost a srozumitelnost	Systematičnost a kontinuita
Korektnost a taktnost	Včasnost

Obrázek 2 Principy komunikace

Adekvátnost

Princip adekvátnosti představuje požadavek na zajištění vhodnosti sdělení. Obsah i forma sdělení má odpovídat hodnotovým rámcům příjemců, jejich potřebám a očekáváním.

Dostupnost

Veškeré komunikované informace musí být veřejnosti snadno dostupné a přístupné. Princip cílí na snížení doby a vynaloženého úsilí potřebného k získání informací. Význam dostupnosti se zvyšuje zejména s ohledem na potřeby zdravotně postižených osob, kterým nemusí dostačovat standardní formát předávání informací.

Konkrétnost a srozumitelnost

V rámci principu konkrétnosti a jasnosti sdělení je nutné eliminovat nepodstatné informace a cílit na maximální obsahovou stručnost. Význam hraje zejména logická struktura a stylistická kvalita sdělení. V rámci tohoto principu je nutné rovněž zohledňovat význam kvalitní vizuální prezentace sdělení.

Předávané sdělení musí být snadno pochopitelné pro cílovou skupinu. Srozumitelnost doplňuje konkrétnost zejména z pohledu zvoleného jazyka, střídmosti ve využívání odborných názvů, cizích slov apod.

Korektnost a taktnost.

Korektnost zahrnuje jak gramatické a stylistické aspekty sdělení (jazyková korektnost), tak korektnost z pohledu úplnosti a pravdivosti sdělení (věcná správnost). Z pohledu hodnot se rovněž jedná o předávání informací společensky a kulturně nezávadným způsobem. Taktnost reprezentuje požadavek na komunikaci založené na lidském přístupu, ohleduplnosti a empatii.

Objektivita

Komunikované informace musí být nezaujaté a nestranné, tedy neovlivněné subjektivními soudy autora.

Otevřenost, transparentnost a důvěra

Princip otevřenosti a důvěry je de facto samostatným cílem. Představuje závazek kontinuálně s klienty budovat vztah založený na důvěře mezi městem, pracovníky úřadu a veřejností. Otevřenost reprezentuje požadavek na nezastírání informací a zajištění svobodného přístupu k informacím.

Systematičnost a kontinuita

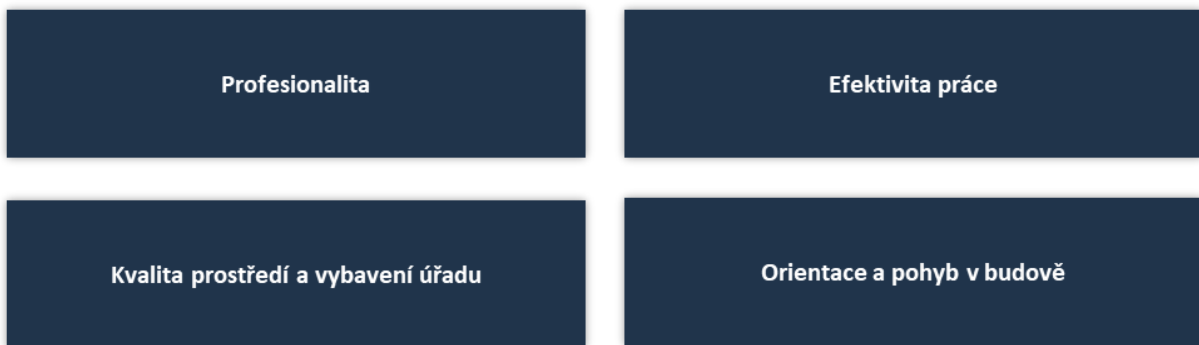
Princip systematičnosti a kontinuity hraje klíčovou roli v rámci nepřímé komunikace, resp. poskytování komunikačního servisu. Cílí na dosažení soustavnosti publikovaných informací – jak z pohledu konzistence vizuální i obsahové, tak z pohledu časování příspěvků – např. z pohledu periodicity publikace sdělení apod.

Včasnost

Včasnost představuje požadavek na nastavení adekvátní reakční doby a vhodného načasování komunikace.

2.2 Principy proklientské orientace

Proklientská orientace úřadu a jeho pracovníků zastřešuje základní pravidla a standardy profesionálního úředního styku s veřejností. Jedná se tedy jak o dodržení vysoké úrovně chování a odbornosti pracovníků úřadu, tak o přizpůsobení prostředí a podmínek úřadu za cílem dosažení co nejvyššího klientského komfortu. Proklientskou orientaci lze hodnotit a rozvíjet ve 4 základních oblastech:



Příčemž profesionalita zastřešuje zejména upravenost, důvěryhodnost, spolehlivost, srozumitelnost, odbornost a ochotu pracovníků úřadu i volených zástupců města, efektivita následně doplňuje profesionalitu zejména z pohledu rychlosti, kvality a přesnosti komunikace (resp. služeb jako celku). Kvalitu prostředí a vybavení lze hodnotit například s ohledem na kvalitu úklidu, stav a čistotu židlí, stolů apod. Kvalitní orientace v budově zvyšuje komfort klientů, pohyb v budově se týká zejména bezbariérovosti pro osoby se zdravotním postižením.

Bezbariérový přístup

Problematika bezbariérového užívání staveb je řešena tzv. **Bezbariérovou vyhláškou** – Vyhláškou 398/2009 Sb. ze dne 5. listopadu 2009 O obecných technických požadavcích zabezpečujících bezbariérové užívání staveb, která je prováděcím předpisem k Zákonu 183/2006 Sb., Zákona o územním plánování a stavebním řádu (Stavební zákon),

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR dále publikuje informace a stanoviska k problematice bezbariérového užívání staveb na stránkách MMR.

Etický kodex

Řada měst, obcí i městských částí v České republice má pro své zaměstnance zpracovaný etický kodex, který řeší zásady etického jednání (např. zákonnost, efektivita, výkon práce, neovlivnitelnost, odpovědnost za dobré jméno organizace) či upravuje vztahy na pracovišti. Město nemá obdobný kodex zpracovaný.

2.3 Principy vyplývající z metodického postupu pro tvorbu srozumitelných sdělení ve veřejné správě

Níže shrnujeme základní doporučení a principy komunikace metodiky **Easy to Read Ministerstva vnitra**¹. Tyto principy byly definovány zejména s ohledem na textovou komunikaci pro osoby vyžadující zvláštní přístup, ale lze je aplikovat i v rámci dalších forem komunikace a širších cílových skupin.

- ▼ *Textová komunikace používající srozumitelný jazyk musí být jasná a čtivá, výstižná a precizní*
- ▼ *Čtenáře zajímá jejich situace, ne detailní popis problematiky – předjímejte jejich dotazy*
- ▼ *Ptejte se, kdo jsou Vaši čtenáři pro konkrétní sdělení a piště pro ně*
- ▼ *Sdělte podstatné informace na začátku, nikdy nezačínajte podružnými*
- ▼ *Vytvořte vizuálně přitažlivý text*
- ▼ *Používejte příklady*
- ▼ *Sdělujte pouze informace, které čtenáři potřebují*
- ▼ *Nesnažte se působit úřednický – zjednodušte komunikaci složitých témat*
- ▼ *Pište krátké odstavce a věty*
- ▼ *Důležité patří na začátek věty: Podmět, přísudek a předmět piště na začátku věty a blízko sebe*
- ▼ *Zmiňujte nejprve pravidlo, pak výjimky, podmínky*
- ▼ *Vyhňte se dvojnácnostem*
- ▼ *Používejte konkrétní, snadno představitelné výrazy, které Vaši čtenáři znají*
- ▼ *Oslovujte čtenáře přímo*
- ▼ *Používejte raději činný než trpný rod, používejte raději slovesa než podstatná jména*

2.4 Principy komunikace s osobami se zdravotním postižením

Při komunikaci s osobami se zdravotním postižením je vhodné se seznámit s již zmiňovanými desaterý Národní rady zdravotně postižených ČR. Publikovaná desatera cílí na komunikaci:

- ▼ [s pacienty s pohybovým postižením](#)
- ▼ [s pacienty se sluchovým postižením](#)
- ▼ [s pacienty se zrakovým postižením](#)
- ▼ [při doprovodu pacientů se zrakovým postižením](#)
- ▼ [s nevidomým s asistenčním psem](#)
- ▼ [s pacienty se syndromem demence](#)
- ▼ [s pacienty se seniory \(geriatrickými pacienty\)](#)
- ▼ [s pacienty s poruchou autistického spektra](#)
- ▼ [s člověkem po poranění mozku](#)

2.5 Očekávání

Vnější komunikace s veřejností podléhá specifickým potřebám a očekáváním veřejnosti jako celku, ale i dílčích cílových skupin, resp. příjemců informací. Z pohledu zvyšování kvality komunikace je potřeba kontinuálně a koncepčně zvyšovat efektivitu, kvalitu a pestrost komunikačních nástrojů. Tzn. rozvíjet stávající a implementovat nástroje nové, které odpovídají požadavkům obyvatel Starého Města a klientů městského úřadu. Specifická očekávání dále vymezených cílových skupin jsou mapována skrze dotazníkové šetření.

¹ <https://www.vlada.cz/cz/ppov/vvozp/dokumenty/metodika-easy-to-read-174932/>

3. Vyhodnocení stávající úrovně komunikace města

Komunikace města Staré Město s veřejností je hodnocena v následující struktuře:

1. Vizuální identita města a grafický manuál
2. Tiskový mluvčí města a pracovník pro komunikaci s veřejností, informační centrum
3. Přímá komunikace a proklientská orientace
4. On-line komunikační a propagační kanály
5. Tištěná a další fyzická média
6. Další nástroje komunikace
7. Poskytování informací, přístup k datům
8. Spolupráce s médii
9. Spolupráce s lokálními a regionálními subjekty
10. Komunikace volených zástupců
11. Krizová komunikace
12. Participace občanů
13. Evaluace implementace opatření Konceptce eGovernance

Obrázek 3 Struktura hodnocení stávající úrovně komunikace

3.1 Vizualní identita města a grafický manuál

Město **nemá zpracovaný ucelený grafický manuál**, resp. **definovanou jednotnou vizualní identitu města**. Vizualní identita je souborem vize a filozofie města, marketingových záměrů a cílené image města při styku s občany, širokou veřejností a dalšími partnery. Grafický manuál na vizualní identitu navazuje v podobě popisu pravidel, resp. základní osnovy, která nastavuje práci s definovanou značkou a poskytuje pokyny pro její implementaci.

Manuál jednotné vizualní identity zpravidla řeší a definuje:

- ▼ Logo města, jeho vizualní provedení, jazykové mutace a variace dle využití
- ▼ Font – sadu písma (základní a doplňkové), používané v prezentaci města
- ▼ Barvy – základní paletu barev, které jsou využívány v komunikačních a grafických materiálech
- ▼ Grafickou podobu úředních tiskovin (hlavičkové papíry, obálky, vizitky, zápisy, tiskové zprávy, oznámení)
- ▼ Grafickou úpravu slavnostních tiskovin (pozdávky, poděkování, blahopřání)
- ▼ Formát elektronické komunikace (šablony e-mailů, textových dokumentů, prezentací apod.)
- ▼ Využití loga a vizualní identity pro propagační předměty
- ▼ Jednotný vizualní styl pro orientaci v budovách města, zejména úřadu
- ▼ Základní východiska pro malou architekturu (nástěnky, vývěsní štíty, označení budov)
- ▼ Polepy služebních automobilů apod.

V současné době tak město **nemá formálně ukotvenou podobu** ve výše uvedených oblastech, s výjimkou **znaku města**. Z pohledu moderních přístupů k prezentaci měst lze využití znaku města jako logotypu považovat za neadekvátní. Za hlavní nositele doposud nejednotné vizualní identity lze považovat webovou prezentaci města a dílčí dokumenty a propagační materiály města.



Nový logotyp a logo manuál města Staré Město

V době zpracování Analytické části Konceptce je připravována akce „**Nový logotyp a logo manuál města Staré Město**“. Stanoveným předmětem plnění je z pohledu rozsahu kompletní **zpracování vizualní identity**, tedy nejen logotypu samotného, ale rovněž jeho využití v širším kontextu, tedy ve všech výše uvedených oblastech nasazení.

Nový logo manuál města bude mimo jiné dle zadávací dokumentace zahrnovat:

- ▼ Nastavení jednotného stylu dokumentů
- ▼ Design tiskovin města (pozdávky, PF, plakáty)
- ▼ Design Staroměstských novin
- ▼ Design reklamních tisků a propagačních předmětů
- ▼ Návrh nové podoby homepage webových stránek
- ▼ Návrh vzhledu úvodní obrazovky elektronické úřední desky
- ▼ Grafiku pro sociální sítě (FB, IG, Instastories, Twitter)
- ▼ Sjednocení vizualní identity příspěvkových organizací (Sportovní a kulturní centrum, Technické služby)

3.2 Tiskový mluvčí města, pracovník pro komunikaci s veřejností, informační centrum

Tiskový mluvčí

Město nemá zřízenou pozici tiskového mluvčího, z pohledu velikosti města se jedná o přirozenou situaci i ve srovnání obdobně velkých měst (Letohrad, Slavičín, Dobřany či Hulín). Neformálně plní roli tiskového mluvčího, resp. mediálního zástupce města starosta a místostarosta Starého Města. V dalších městech obdobné velikosti, např. v Holicích, je tradiční pozice tiskového mluvčího zastoupena pracovníkem propagace a styku s veřejností.

Pracovník pro komunikaci s veřejností

Paralelně s tvorbou Koncepce komunikace byla vytvořena role (resp. dílčí úvazek – 0,4) **pracovníka pro komunikaci s veřejností**, který se podílel na přípravě Koncepce a následně podpoří uvedení dokumentu do praxe včetně jeho implementace do podmínek fungování městského úřadu ve Starém Městě. Tato role však doposud není formálně ukotvena v komunikačních procesech města a úřadu.

Základní navrhované vymezení náplně práce zahrnuje následující aktivity:

- ▼ Spolupráce s širokou veřejností a relevantními aktéry
- ▼ Předávání informací uvnitř i navenek úřadu
- ▼ Informování veřejnosti na webových stránkách města
- ▼ Zajišťování písemného styku s veřejností prostřednictvím sociálních sítí
- ▼ Příprava vzorového řešení komunikace města s veřejností
- ▼ Implementace komunikační strategie a akčního plánu

Role pracovníka komunikace s veřejností komplementárně doplňuje již existující (0,6) úvazek na Odboru hospodářsko-správního pro obsluhu **podatelny a oblast poskytování informací**, v rámci, kterého řeší širší aspekty úřední komunikace (zpracování zásilek, poskytování informačního servisu občanům, zabezpečení provozu datových schránek, správa centrální elektronické spisovny ve spisové službě, zveřejňování písemností na úřední desce, provádění funkce spojovatelky a další případné úkoly.)

Role pracovníka pro komunikaci s veřejností bude stěžejní pro naplnění stanovených cílů zpracování Koncepce komunikace s veřejností. V návrhové části je formulováno **optimální nastavení komunikačních procesů a formální ukotvení role pracovníka** pro komunikaci tak, aby došlo ke zvýšení efektivity a úrovně komunikace v souladu s poznatky vstupní analýzy a stanovených principů komunikace. Předpokladem je rovněž **úzká spolupráce pracovníka komunikace s redaktorem Staroměstských novin**.

Informační centrum a Event centrum

Infocentrum ve Starém Městě se nachází v prostorách budovy **Event centra** na náměstí Velké Moravy. Provozovatelem multifunkčního společenského a kulturního objektu je příspěvková organizace města **Sportovní a kulturní centrum příspěvková organizace**, která rovněž spravuje stránku na síti Facebook „**Děni ve Starém Městě**“.

Samotné **infocentrum** poskytuje standardní informační servis (mapy, letáky, průvodce) a dále služby návštěvníkům v podobě kopírování a skenování dokumentů, přístup veřejnosti na síť internet a veřejný Wi-Fi hotspot.

Informační centrum lze považovat za hlavního aktéra v **neúřední komunikaci Starého Města** a předávání informací ve vztahu k oblasti kultury a společenského dění.

3.3 Přímá komunikace a proklientská orientace

Hodnocení stávající úrovně proklientské orientace (vystupování zaměstnanců, vnímání efektivity práce, hodnocení kvality prostředí a vybavení) bylo předmětem dotazníkového šetření mezi širokou veřejností. Výsledky dotazníkového šetření jsou zpracovány v kapitole [6. Výzkum spokojenosti veřejnosti s kvalitou a obsahem komunikace.](#)

Orientace v budově úřadu

Snadná orientace v budově úřadu je zajištěna přehledným systémem značení místností, který začíná rozcestníkem přímo u vchodu, resp. podatelny úřadu. Systém značení bude modernizován po zřízení nového logotypu.



Obrázek 4 Fotografie orientačního systému úřadu

Bezbariérový přístup

Vstup na Městský úřad je bezbariérový. Přímo v úrovni vchodu se nachází podatelna. Na vyvýšeném přízemí je WC pro vozíčkáře, které je zpřístupněno výtahem. Rozměry výtahu jsou 214 cm (výška), 143,5 cm (hloubka), 110 cm (šířka) s šířkou vstup do výtahu o velikosti 80 cm. O stejné šíři jsou i vstupy na toaletu a do kanceláří. Tyto rozměry jsou minimálně vyhovující pro bezbariérový přístup.

Ve vztahu ke kvalitě emailové komunikace byl v roce 2019 proveden tzv. „mystery mailing“, v rámci kterého došlo k testování kvality a efektivity pracovníků úřadu přes emailovou komunikaci. Více informací k provedenému mystery mailingu lze dohledat v **Koncepci eGovernance**.

Výsledky poukázaly na vysokou úroveň kvality v komunikaci, ze závěrů zejména vyplývaly následující informace:

- ▼ Komunikace probíhala dle standardů (oslovení, rozloučení, zdvořilost, přiměřená rychlost reakce)
- ▼ Nebyla stanovena jednotná podpisová politika – podpisy se lišily obsahem informací i grafickou úpravou
- ▼ Není využíván systém automatické odpovědi v nepřítomnosti oslovených zaměstnanců*
- ▼ Interní komunikace mezi pracovníky byla velice efektivní

*Zaměstnanci mají možnost automatickou odpověď nastavit, na individuální úrovni tak však často nečiní.

Emailovou komunikaci nelze centrálně monitorovat a kontinuálně kontrolovat její kvalitu, jedná se o individuální zodpovědnost každého zaměstnance. Centrálně lze však nastavit **standards týkající se struktury a podoby emailu**, například v již zmiňované oblasti **podpisů**, které by měly být vždy stejné a součástí každé oficiální zprávy.

3.4 On-line komunikační a propagační kanály

Tabulka 3 Přehled komunikačních kanálů města

	Město	Technické služby	Event Centrum	Městská knihovna	Jednotka sboru dobrovolných hasičů	Domy s pečovatelskou službou	Městská policie
Web	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ne	Ne
Facebook	Ne	Ne	Ano	Ano	Ano	Ne	Ne
YouTube	Neaktivní	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne
Instagram	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne
Twitter	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne
Jiné	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne

Webové stránky města

Stav webových stránek byl hodnocen již v rámci Koncepce Smart Governance. Zmiňovanou **zastaralost** ve vztahu k aktuálním vizuálním i obsahovým trendům město řeší v době zpracování Koncepce komunikace přípravou veřejné zakázky „**Vytvoření nových webových stránek města Staré Město**“, jejímž předmětem je **vytvoření nových webových stránek (...) zcela nový design webových stránek vycházející z identity města podpořený kvalitními funkcemi a uživatelsky přívětivý redakční systém a přehlednou mapu webu.**

Technická specifikace nového webu zohledňuje i zdravotně handicapované skupiny, požadavky na responzivitu, integraci úřední desky, zabezpečení proti spamu, logování apod. Z pohledu komunikace s veřejností nový systém plánuje i využití funkce **Rezervační systém**, který klientům umožňuje **rezervovat termín návštěvy** úřadu s ohledem na specifickou agendu, ale také možnost **rezervovat si prostory města.**

Nově plánovaný web také počítá s integrací nástrojů pro sběr dat o přístupech k webu.

V současné době jsou data sbírána pouze skrze kumulativní službu/počítadlo Toplist a nejsou tak k dispozici statistické údaje o přístupech a interakcích v rámci jednotlivých stránek či příspěvcích. Z tohoto důvodu nelze objektivně hodnotit efektivitu předávání informací veřejnosti.

Tabulka 4 Návštěvnost webu města

Návštěvy webu dle počítadla Toplist k 2. 11. 2021	
Celkem	838.079
Týden (26.10.-2.11.2021)	915
Dnes (2.11.2021)	110

Správa webu a publikace příspěvků

Webové stránky města spravuje informatik města, resp. vedoucí odboru hospodářsko-správního, který rovněž zodpovídá za vkládání nových příspěvků. V současné době pro publikaci nových příspěvků **není nastaven standardizovaný redakční a schvalovací proces**.

Publikaci příspěvku předchází pouze jeho zaslání autorem (pracovníkem úřadu) na správce webu, který jej následně publikuje (*Autor admin*). Zodpovědnost za kvalitu a obsah příspěvku je individuální a **nepodléhá systému kontroly**.

The screenshot shows the official website of Staré Město. The header includes the city logo and navigation menu. The main content area features several sections: 'Novinky' with a photo of a group of people; 'Kotlíkové dotace 2022' with a yellow background and text 'Sběr předžádostí začne 11. října 2021'; 'Starosta města Ing. Kamil Psoška' with a portrait and text; 'Nadcházející akce' with a calendar for 11. listopadu; 'Řádné odečty vodoměrů' with text about water meter readings; 'Revitalizace ul. Slavomírova ve Starém Městě' with text about street renovation; and 'Návštěvy' with a table of visitor statistics.

Celkem	838079
Týden	915
Dnes	109
Online	3
Pořadí	
Celkem	3010
V kategoriích	29

Počítáno v auditu

Obrázek 5 Otisk obrazovky webu města

Kvalita příspěvků

Publikované příspěvky na webu města jsou stylisticky i gramaticky na vysoké úrovni, příspěvky jsou rovněž často opatřeny fotografiemi. Výhodou je možnost filtrace příspěvků dle rubrik (informace z radnice, krátké zprávy, kultura, sport apod.), stejně jako možnost vyhledávání dle klíčových slov. Největší slabinou je zejména samotná vizuální prezentace příspěvků, která zcela podléhá zastaralému prostředí webových stránek.

Reklamní prvky

Na webu jsou publikovány nestandardní obsahové prvky v podobě 2 reklamních „dlaždic“:

- ▼ Nabídka práce v regionu
- ▼ Imenicka.cz

Z jednání pracovní skupiny vyplynulo, že **město v současné době nemá koncepčně ukotvenou metodiku pro zveřejňování obsahu třetích stran vč. odpovídajícího sazebníku za poskytnutí reklamních prostor**. Výše uvedené odkazy byly publikovány se svolením starosty města.

Sociální síť Facebook

Město **Staré Město** nemá vlastní oficiální profil na sociální síti Facebook, ve srovnání s obdobně velkými obcemi, ale i v kontextu rozšířené dobré praxe komunikace měst a obcí, se jedná o **nestandardní jev**.

komunitní stránka Dění ve Starém Městě

Správce: Sportovní a kulturní centrum, příspěvková organizace města

Město však není zcela nepřítomné v prostředí sociální sítě, skrze příspěvkovou organizaci města **Sportovní a kulturní centrum** spravuje komunitní stránku „**Děni ve Starém Městě**“, <https://www.facebook.com/DenivSM>, která poskytuje „*Informace především o kulturních a sportovních aktivitách odehrávajících se ve Starém Městě hezky na jednom místě.*“ za účelem „*zvýšit povědomí o sportovních a kulturních událostech odehrávajících se ve Starém Městě, tj. především prezentovat zde pozvánky na tyto akce, fotky a reporty z nich.*“

Stránku sleduje 987 osob a 910 osob označilo stránku „To se mi líbí“. Informace o stránce, zejména kontaktní údaje, odkazují na web příspěvkové organizace www.eventcentrum.cz, resp. email info@mestostaremesto.cz

Sportovní a kulturní centrum spolupracuje s úřadem Starého Města, příspěvky se tak netýkají pouze kultury a sportu, ale dochází **rovněž ke sdílení informací o dění ve městě** (publikace usnesení schůze Rady města, informace o plánovaných odečtech vodoměrů, novinky apod.)

Formálně se však nejedná o oficiální stránku města a městského úřadu a na komunitní stránce „Děni ve Starém Městě“ rovněž nikde není oficiálně stanoven vztah k městu a městskému úřadu. Město tak ztrácí významný a společensky populární a rozšířený **obousměrný komunikační kanál**.

Veřejnost, resp. klienti úřadu, mohou být touto situací zmateni a nerozlišovat mezi „oficiálním“ a „kulturním“ profilem města, v případě pokusů o komunikaci směrem k úřadu skrze tento profil pak může docházet k prodlevám, ztrátám či komunikačním šumům **mající vliv na vnímání kvality a úrovně komunikace města**.

Co mě štve i těší ve Starém Městě

Správce: Neznámý, bez známé návaznosti na město

Více jak dvojnásobnou členskou základnu (2.400 členů) má veřejná skupina „**Co mě štve i těší ve Starém Městě a nebojím se o tom mluvit**“ (<https://www.facebook.com/groups/1610063559220518>). Skupina funguje od roku 2014 a slouží široké veřejnosti ke sdílení fotografií, výměně názorů, reklamě apod. Jedná se však o otevřené komunitní fórum bez přímé či nepřímé kontroly města. Širokou členskou základnu je však potřeba zohlednit jak pro rozšíření komunikace města, tak z pohledu získávání zpětné vazby o dění ve městě – jedná se o cenný zdroj neformálních a neoficiálních informací, které mohou poskytovat výpovědní hodnotu ve vztahu ke komunikačním aktivitám města.

Sociální síť YouTube

Město má rovněž profil na sociální síti Youtube – Město Staré Město, který byl založen v listopadu 2014. Aktivita na profilu je však v současné době nulová, za celou dobu své existence byla na profilu publikována pouze 2 veřejná videa zachycující Michalské slavnosti, obě v roce 2015. Přimo z webu Starého Města je však možné zhlédnout neveřejné video z roku 2014 sloužící jako propagační reportáž z města.

Další populární sociální sítě – Twitter, Instagram

Město ani městské organizace nejsou přítomné na jiných rozšířených sociálních sítích (Twitter, Instagram), které představují efektivní kanál pro sdílení specifického typu informací, např. krátké informativní textové příspěvky na síti Twitter a vizuální sdílení (obrázky, krátká videa) na síti Instagram.

Kvalitní vedení účtu a příprava obsahu vyžaduje odborné znalosti, kreativitu, prostředky a odpovídající personální alokaci. Otázka vytvoření těchto účtů by měla reagovat zejména s ohledem na **poptávku veřejnosti** či s širší marketingovou strategií města cílící na podporu turismu a návštěvnické atraktivitu. Město však **marketingovou strategii zpracovanou nemá**.

3.5 Tištěná a další fyzická média

Úřední deska

Pro sdílení informací je stále využívána tradiční úřední deska před budovou radnice, kde dochází ke zveřejňování informací tištěnou podobou. Tyto informace jsou paralelně publikovány v digitální podobě na webu města.

Úřední deska – elektronická (v přípravě)

Město má v přípravě investiční akci na elektronickou úřední desku, kterou nahradí stávající „papírovou“ úřední desku před budovou radnice. Bude se jednat o digitální informační kiosek s dotykovým displejem, který bude integrovaná do datové sítě města. K zobrazení informací je plánováno využití webové úřední desky s upraveným vzhledem nebo napojení na spisovou službu Geovap s upravenou grafickou podobou.

Staroměstské noviny

Město publikuje vlastní měsíčník Staroměstské noviny, který je registrován u Ministerstva kultury. Dle aktuálních údajů (říjen 2021) periodikum vychází v měsíčním nákladu 870 kusů s remitendou v průměru cca 80 kusů. S ohledem na počet obyvatel i na skutečnost, že jsou Staroměstské noviny dostupné i v digitální podobě na webu města, lze konstatovat, že je o tištěnou podobu periodika vysoký zájem.

Noviny vydává redakční rada složená ze 7 osob, redaktor je pouze jeden. Z pohledu zpětné vazby město nemá k dispozici informace ve vztahu ke kvalitě, podobě a struktuře obsahu novin, ohlasy veřejnosti se týkají zejména reakcí k samotným článkům.

Aktivity pokrývané v rámci publikační činnosti včetně konkrétního obsahu jsou vymezené ve **smlouvě na redakční činnost – vydávání Staroměstských novin**, která je ve svém stávajícím znění uzavřena na dobu neurčitou. Smluvní povinnosti redaktora zahrnují zejména: *redakční a editorské práce, sestavování vlastních článků, shromažďování příspěvků od dopisovatelů, koordinační činnost při tvorbě periodika, zajištění distribuce periodika, PR podpora pro objednatele, zejména ve vztahu k regionálním médiím, psaní tiskových zpráv a jejich odesílání do redakcí příslušných regionálních médií, vkládání aktualit na webové stránky města a to jak ve formě textu, tak fotografií, zařazuje příspěvky do příslušných kategorií, upravuje titulky textů, popisky u fotografií a další.*

Letáky a brožury

Tištěné letáky a brožury nemají jednotný, resp. standardizovaný design. Jejich sjednocení je však předmětem připravované investiční akce tvorby nového logotypu a vizuální identity města.

Propagační plochy města

K propagaci jsou primárně využívány nástěnky umístěné při vstupu na Městský úřad a venkovní informační tabule. K propagaci akcí pořádaných městem je vyráběn poutač o rozměru cca 2 x 1 m, který před konáním akce připevní před budovu úřadu Technické služby města. Do budoucna se plánuje pořídit digitální obrazovka.

3.6 Další nástroje komunikace

Digitální platforma Hlášení rozhlasu

Staré Město využívá digitální platformu Hlášení rozhlasu (www.hlasenirozhlasu.cz), jejíž rozhraní umožňuje sdílení informací na více kanálech (web, sociální sítě, SMS zprávy, e-maily, mobilní aplikace, chat) skrze jeden nástroj. Administrátorem nástroje jsou určení zaměstnanci úřadu, z nichž každý má přidělenou jednu z oblastí informací.

Tabulka 5 Souhrnný přehled využití nástroje Hlášení rozhlasu

Souhrnný přehled	
Počet vytvořených aktualit	298
Počet odeslaných e-mailů	24 336
Počet odeslaných SMS	0
Počet odeslaných notifikací	4 930
Počet typů aktualit	3 + 1
Počet zaregistrovaných občanů	292
Počet občanů využívajících e-mail	216
Počet občanů využívajících SMS	53
Počet občanů využívajících aplikaci	82

Zdroj: Městský úřad Staré Město

Město skrze Hlášení rozhlasu publikuje aktuality ve 4 kategoriích:

- ▼ Opravy inženýrských sítí a vozovek, odstávky vody, elektrické energie a plynu
- ▼ Kulturní a sportovní akce
- ▼ Informace městského úřadu
- ▼ Krizová hlášení

Jak vyplývá ze souhrnného přehledu, počet registrovaných uživatelů tvoří méně než 5 % obyvatelstva. Vzhledem k potenciální přidané hodnotě nástroje se jedná o velice nízké číslo, v rámci zvýšení informovanosti lze doporučit kontinuálně zvyšovat povědomí o existenci nástroje a plnohodnotně využívat jeho možností, tzn. cílit na zvyšování počtu registrovaných a aktivních uživatelů.

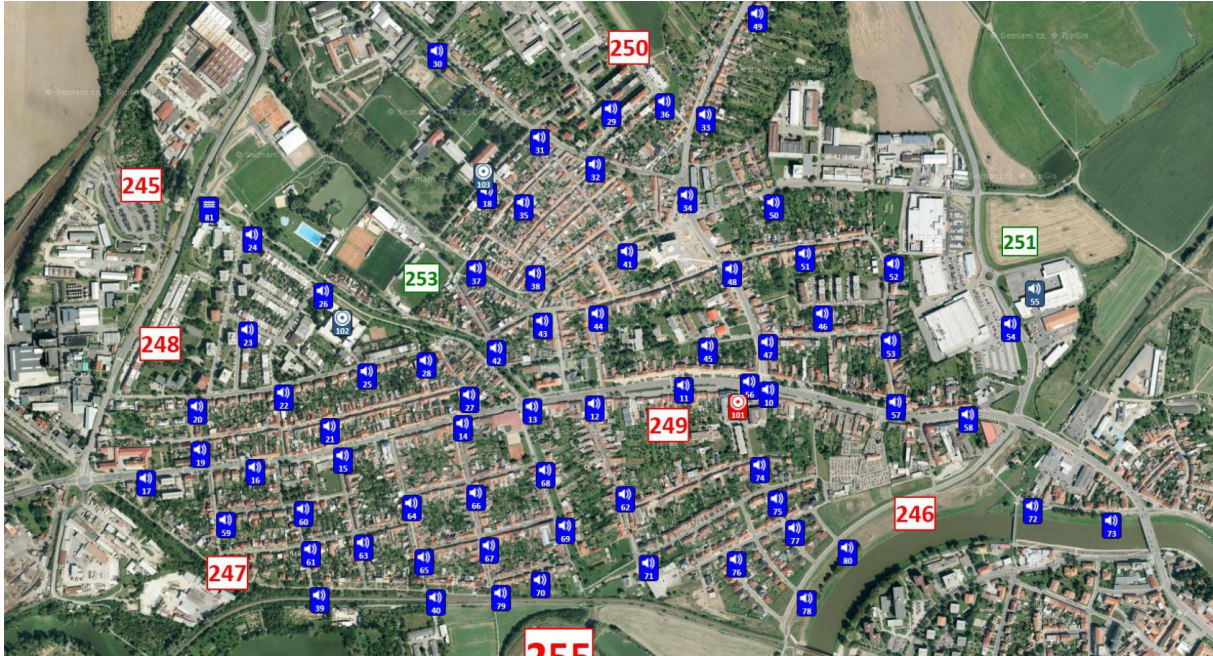
Funkcionalitu zasílání informačních SMS využívá pouze při mimořádných a krizových situacích.

Portál občana

Na stávajícím webu, avšak i v plánovaném redesignu **absentuje** prostředí, resp. služba, „**Portál občana**“, který umožňuje **poskytování elektronických služeb** (Platební brána, ePodání, integrace Portálu veřejné správy MV ČR) a snazší elektronickou **oficiální komunikaci s občany** (např. rychlé a pohodlné řešení životních situací na dálku). Tyto portály jsou často děleny na veřejné a neveřejné sekce, kdy se v rámci neveřejných sekcí občané registrují skrze prostředky elektronické identifikace eIdentita.cz (eObčanka, NIA ID).

Městský rozhlas

Město má na svém území instalovaný systém místního rozhlasu. Síť 71 reproduktorů je integrována do protipovodňového systému a zároveň jsou využívány i pro sdělování významných informací (např. informace o nařízení a pravidel v rámci pandemie Covid-19).



Obrázek 6 Mapa poloh hlásičů městského rozhlasu

3.7 Poskytování informací, přístup k datům

Zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím

Město má ve vztahu k zákonu č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím a za cílem zabezpečení povinností z něj vyplývajících implementovanou vnitřní směrnicí č. S 01/2000.

Směrnice vymezuje základní ustanovení, typ informací poskytovaných zveřejněním, kategorie informací poskytované na základě žádosti, podmínky pro a formální postup při rozhodnutí o neposkytnutí informací, nastavení postupu při vyřizování žádostí a další ustanovení.

Zájem o poskytování informací v režimu zákona č. 106/1999 Sb. není příliš vysoký, níže uvádíme statistická data o počtech a cílových odborech zaslaných dotazů, data jsou aktuální k 31. 12. 2021:

Tabulka 6 Přehled dotazů dle let

Rok	Počet dotazů	Odpovědný odbor
2000	4	Taj, SÚ
2001	2	INV, FIN
2002	0	/
2003	0	/
2004	4	SÚ, SM
2005	1	SM
2006	1	FIN
2007	2	SÚ
2008	2	INV, SÚ
2009	2	UBV
2010	3	INV, HS
2011	4	Taj, SM, INV
2012	3	HS, INV
2013	2	INV
2014	2	SM
2015	22	SÚ, SM – INV, HS
2016	16	SÚ, HS, MP, NV
2017	4	SÚ, SM
2018	7	SM – INV, SÚ, Taj, HS
2019	6	Taj, SM – INV, SÚ, HS
2020	7	SÚ, HS, SM
2021	11	HS, SM, FIN

Dotazy mimo režim zákona č. 106/1999 Sb.

Níže předkládáme souhrn statistických dat úřadu ve vztahu k dotazování občanů mimo režim zákona. Jak vyplývá z údajů níže, komunikačně je jednoznačně **nejvytíženější Stavební úřad**, který několikanásobně převyšuje ostatní odbory a oddělení. Následován je oddělením Správy majetku a knihovnou. Tyto informace jsou významným vstupem při plánování aktivit pro zvyšování kvality a efektivity komunikace vůči veřejnosti a umožňují navrhnout vhodná návazná opatření (procesní, organizační, technologická).

Tabulka 7 Přehled průměrného počtu řešených dotazů dle odborů

Odbor	Telefonicky Průměr týdně	E-mailem, písemně Průměr týdně	Osobní Průměr týdně
Stavební úřad	100+	75	0
Finanční odbor	4	3	0
Oddělení tajemníka	3	2	1
Odbor hospodářsko-správní	12	5	0
Odbor správy majetku, investic a ŽP Životní prostředí	15	0 (cca 5-10 ročně)	0
Odbor správy majetku, investic a ŽP Odd. přípravy a realizace investic	5	3 + 1	10
Odbor správy majetku, investic a ŽP Správa majetku	40	15 + 4	25
Odbor správy majetku, investic a ŽP Knihovna	10	3	20
Starosta, místostarosta	10	10	9

Open Data

Open data, česky „otevřená data“ je souhrnné označení pro informace a datové sady, které jsou volně veřejně dostupné, úplné, **strojově čitelné** a ideálně **vycházející ze standardů s volně dostupnou specifikací**. Takto dostupná otevřená data by měla být zpřístupněná za jasně vymezených podmínek, které by však měly klást minimum omezení.

Otevřená data v kontextu samosprávy mohou být například telefonní seznamy, seznamy příspěvkových organizací, aktuální opravy, uzavírky, rekonstrukce, různé evidence, mapové podklady, seznam objektů, stanoviště tříděného odpadu, data o hospodaření města, apod.

Na úrovni České republiky existuje Národní katalog otevřených dat, který je spravovaný Ministerstvem vnitra České republiky. Běžnou praxí je, že města rovněž datové sady publikují na vlastních portálech.

Město Staré Město neposkytuje žádné otevřené datové sady.

Smlouvy

Veřejnoprávní smlouvy uzavřené Starým Městem jsou k dispozici v rámci webu v sekci Úřední deska.

Veřejnost může rovněž publikované smlouvy dohledávat v **Informačního systému registru smluv** (<https://smlouvy.gov.cz/>) a případně na portálu Hlídač státu (<https://www.hlidacstatu.cz/>).

Zakázky

Staré Město publikuje své veřejné zakázky a informace o jejich průběhu na samostatném profilu zadavatele na **Portálu pro vhodné uveřejnění** (<https://www.vhodne-uvarejneni.cz/profil/00567884>) i na webových stránkách města v samostatné sekci „Veřejné zakázky“.

3.8 Spolupráce s médii

Město nemá formálně nastavenou spolupráci s lokálními médii. Ad-hoc však dochází ke spolupráci s regionálním médiem **Televize Slovácko** a **DOBRY DEN s kurýrem**, v rámci kterých město, zejména skrze osobu starosty města a místostarostky, příležitostně informuje o vybraných investičních i společenských a kulturních akcích.

3.9 Spolupráce s lokálními a regionálními subjekty

Místní spolky

Spolková činnost je pro Staré Město významnou součástí života. Několik tisíc obyvatel je dle údajů města aktivních ve více než padesáti spolcích. Komunikaci, resp. spolupráci jako celek s místními spolky, řeší primárně referentka Odboru hospodářsko-správního. Staré Město aktivně spolky podporuje jak sdílením informací o připravovaných událostech, tak finanční podporu v podobě 2 grantů (podpora provozu a organizování akcí).

Pro zlepšování vztahů probíhá 1x ročně oficiální udílení grantů, v rámci kterého je organizováno společenské setkání mezi zástupci spolků, vedení města a zastupiteli, v rámci které rovněž dochází k výměně informací o plánech či poskytování zpětné vazby. Z pohledu sdílení a předávání informací ve směru spolky-město není stanoven standardní proces, jedná se tedy o individuální domluvu a nesystematickou komunikaci.

Mikroregion Staroměstsko

Spolupráce v rámci mikroregionu (19 obcí) probíhají formou schůzí zástupců obcí mikroregionu, které se konají 3-4x ročně. Zástupci se navzájem informují o připravovaných akcích a aktivitách (kultura, sport, rekonstrukce atd.). Při konání významné akce rozesílají starostové pozvánku či jinou informaci ostatním členům mikroregionu.

V rámci mikroregionu neexistují žádné konkrétní komunikační mechanismy, procesy či standardy podporující efektivitu komunikace, zvýšení dosahu apod., které by mohly mít pozitivní vliv na podporu společenského a kulturního života či turismus.

3.10 Komunikace volených zástupců

Z pohledu komunikace volených zástupců města lze přímo hodnotit pouze veřejně dostupné zdroje. Starosta města de facto plní roli tiskového mluvčího města, místostarosta města zaštiťuje a zastřešuje kulturní a sportovní akce. Dle dostupných dat je nad rámec vnímání občanů možné hodnotit přítomnost volených zástupců na sociálních sítích.

Sociální sítě

Z pěti členů Rady města mají politický profil na sociální síti Facebook tři z nich:

Tabulka 8 Přehled politických profilů členů rady

Člen Rady	Politický profil na FB
Ing. Kamil Psočka, starosta (KDU – ČSL)	ANO
Mgr. Martin Zábranský, místostarosta (Starostové a nezávislí)	ANO
Josef Bazala, neuvolněný místostarosta (KDU – ČSL)	ANO
Marie Hráčková, členka rady (Starostové a nezávislí)	NE
Ing. Josef Trňák, člen rady (KDU – ČSL)	NE

Ze 17 zastupitelů města, kromě výše uvedených členů rady, nemá dedikovaný profil politika na síti Facebook nikdo. Komunikace zastupitelů je tak pravděpodobně zaměřena na přímý kontakt – osobní setkání, e-mailová komunikace, telefonické hovory apod. Tyto údaje však nejsou přímo a veřejně poskytovány, jedná se tak o individuální přístup každého zastupitele

3.11 Krizová komunikace

V kontextu krizové komunikace lze zmínit, že Staré Město má zpracovanou krizovou kartu obce (aktualizována 06/2021), která konsoliduje veškeré relevantní kontaktní informace (zástupci ORP, okolních obcí, významných objektů, HZS, tísňové linky, apod.) a dále mapuje konkrétní rizika na území města, objekty nouzového ubytování či kapacity pro řešení krizových situací.

V kontextu komunikace obsahuje rovněž sekci „Varování a informování obyvatel obce“, která vymezuje konkrétní komunikační prostředky (sirény, rozhlas a alternativní nástroje – megafon, hasičský vůz a kostelní zvony).

S ohledem na dostupné komunikační nástroje lze doporučit integraci platformy Hlášení rozhlasu a využití sociálních sítí města k informování o krizových situacích.

3.12 Participace občanů

Vyšší míra participace, resp. zapojování veřejnosti do rozhodování města, napomáhá občanům a dalším zainteresovaným stranám lépe chápat a validovat rozhodnutí přijatá městem a ovlivňovat dění ve městě. Participace veřejnosti může pracovníkům úřadu i voleným zástupcům města mimo jiné rozšířit perspektivu ve vztahu k vnímání města a přinášet nová řešení řešených problémů. Participaci lze rozdělit do pěti úrovní:

- ▼ Standardní informování veřejnosti
- ▼ Sběr podnětů, názorů, připomínek
- ▼ Veřejná projednávání, konzultace a zohledňování připomínek při plánování rozvoje
- ▼ Aktivní zapojení občanů do tvorby a formulace opatření a rozhodovacích procesů
- ▼ Nástroje přímé demokracie

Nástroje participace v komunikaci města nejsou procesně ukotveny, dle dostupných informací se jedná o ad-hoc aktivity spojené například s přípravou strategických dokumentů (zejména veřejná projednání, dotazníková šetření).

3.13 Evaluace implementace opatření Konceptce eGovernance

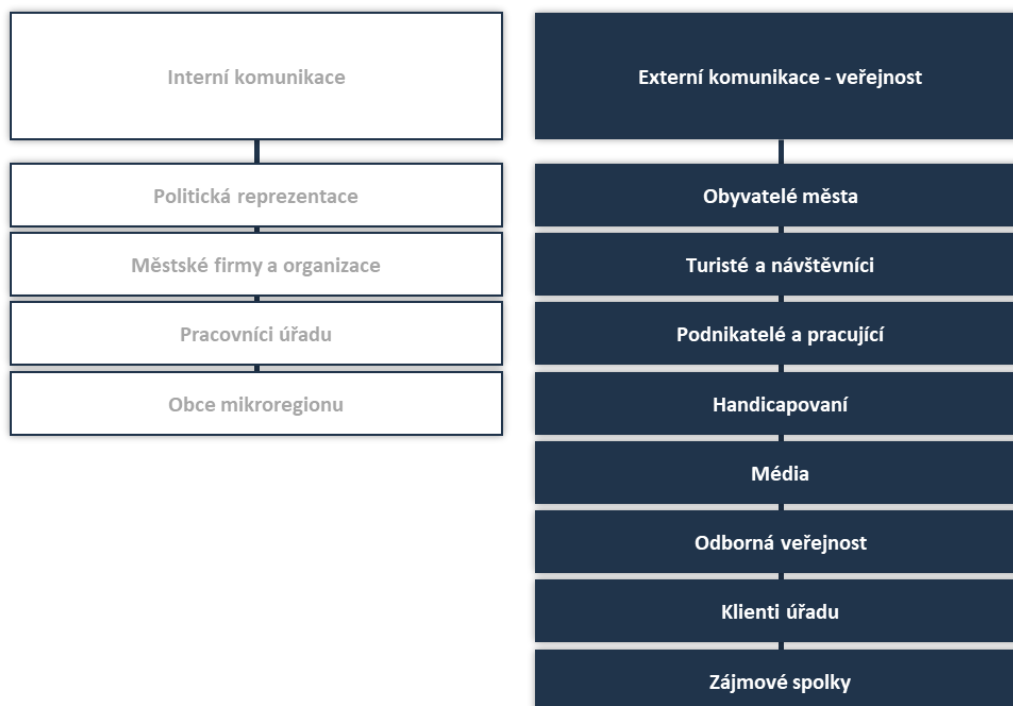
Podkapitola předkládá shrnutí stavu realizace opatření definovaných v rámci Konceptce eGovernance:

Tabulka 9 Stav realizace opatření konceptce eGovernance

Opatření Konceptce eGovernance	Stav realizace
Dotazník – pravidelné zjišťování spokojenosti zaměstnanců	Není realizováno
Pořízení online objednávkového systému pro občany	Není realizováno
Pořízení nové webové stránky města	Probíhá – realizace Q2/2022
Pořízení nového portálu GIS	Probíhá – realizace Q2/2022
Pořízení elektronické úřední desky	Probíhá – realizace Q2/2022
Vytvoření a správa profilu města na Facebooku	Není realizováno
Zavedení participativního rozpočtu	Není realizováno
Pořádání pravidelných kulatých stolů k diskusi rozvojových výzev města	Není realizováno
Zpracování zjednodušené vize fungování a hodnot Městského úřadu	Není realizováno
Vyhotovení směrnice pro uplatňování principů projektového managementu	Není realizováno
Zpracování komunikační strategie Městského úřadu	Probíhá – realizace Q1/2022

4. Zmapování a určení cílových příjemců komunikace

Typologizace cílových skupin



Obrázek 7 Typologizace cílových skupin

Segmentaci definované cílové skupiny „veřejnost“ lze provést několika možnými způsoby. Výše zpracovaný přehled 7 cílových skupin vychází ze **specifických potřeb** každé z nich. Tyto segmenty se však v mnoha případech plynule prolínají, ve většině případů je nelze jednoznačně separovat. Jedna se tedy spíše o vymezení „shluků zájmů, očekávání a potřeb“. Jedna osoba tak může být součástí více skupin – obyvatel, podnikatel, klient úřadu, handicapovaný.

Vymezené cílové skupiny lze dále více členit – obecnou cílovou skupinu **obyvatelé města** lze dále v různých situacích rozlišit dle věkových kategorií a/nebo dle životního stylu (mládež, studenti, mladí dospělí, rodiny, senioři) tak, aby byly v komunikaci zohledněny jejich konkrétní potřeby a zájmy.

Typologie zastřešujících komunikačních témat

- ▼ Provozní aktuality: Plánované a aktuální omezení/uzavírky
- ▼ Občanská společnost: Každodenní dění ve městě, novinky, fotografie, zajímavosti
- ▼ Kultura a volný čas: Společenské, sportovní a kulturní akce ve městě a jeho okolí (vč. turismu)
- ▼ Příležitosti: Možnosti odkupu nemovitostí a pozemků, pracovní příležitosti apod.
- ▼ Rozvoj města: Investiční akce a rozvojové aktivity (stavby, projekty, nové služby)
- ▼ Politika: Informace o jednání a výsledky jednání zastupitelstva a rady města
- ▼ Komentáře, otázky a odpovědi: Stanoviska představitelů města, vyjádření úředníků k dané problematice
- ▼ Úřední agenda

Tabulka 10 Matice komunikačních témat a nástrojů

Matice komunikačních témat a cílových skupin								
Komunikační témata	Obyvatelé města	Turisté a návštěvníci	Podnikatelé a pracující	Handicapovaní	Média	Odborná veřejnost	Klienti úřadu	Zájmové spolky
Provozní aktuality	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓
Občanská společnost: Každodenní dění ve městě	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✓
Kultura a volný čas	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓
Příležitosti (obchodní, pracovní apod.)	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Rozvoj města	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Politika	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Komentáře, otázky a odpovědi	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Úřední agenda	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓
Matice obecné relevance komunikačních nástrojů pro cílové skupiny								
Komunikační kanály	Obyvatelé města	Turisté a návštěvníci	Podnikatelé a pracující	Handicapovaní	Média	Odborná veřejnost	Klienti úřadu	Zájmové spolky
Web města	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Sociální sítě – Facebook, Twitter	✓✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✓✓
Sociální sítě – Instagram, Youtube	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✓✓
Informační centrum	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓
Úřední deska	✓✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓✓
Hlášení rozhlasu	✓✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✓
Staroměstské noviny	✓✓	✓	✓✓	✓✓	✓	✓	✗	✓
Mediální kampaně	✓✓	✓✓	✓	✓	✓✓	✓	✗	✓✓
Přímá komunikace – osobní	✓✓	✓	✓✓	✓✓	✓	✓	✓	✓
Přímá komunikace – telefon, email	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓	✓	✓	✓

Obyvatelé města

Obyvatelé města jsou pomyslnou zastřešující skupinou pro další segmenty. Jedná se o nejvýznamnější a nejpčetnější skupinu pro komunikaci. Tato skupina má nejužší každodenní kontakt s městem a úřadem – veškerá rozhodnutí a úkony města se obyvatel přímo dotýkají a společenské mínění má zpětně vliv na rozhodování a fungování města.

Zvláštní pozornosti si v rámci obyvatel města z pohledu komunikace zaslouží **senioři**. Senioři se od ostatních segmentů v rámci cílové skupiny obyvatel města odlišují prioritními komunikačními tématy, jedná se zejména o informaci ve vztahu k jejich zdraví, dostupnost služeb klasických a sociálních, dopravní obslužnost, stavu a dění v okolí jejich bydliště, případně budoucnost a bezpečnost města. Z pohledu **složení vhodných komunikačních nástrojů** do pozadí ustupuje online prostředí, na důležitosti nabývají tradiční kanály – tištěné zpravodaje, televize, rádio.

Turisté a návštěvníci

U turistů a návštěvníků lze rozlišovat jejich potřeby s ohledem na délku jejich pobytu (jednodenní, vícedenní, dlouhodobé), či zda se jedná o tuzemské nebo zahraniční návštěvníky. S ostatními segmenty sdílejí zájem zejména o témata konání kulturních, sportovních a dalších společenských akcí, informace o příležitostech ve městě i jeho okolí.

Priority a další rozvoj ve vztahu k turismu a s ním svázaná komunikace je spíše předmětem marketingové strategie města, kterou v současné době Staré Město nemá zpracovanou.

Podnikatelé a pracující

Cílová skupina se překrývá s ostatními segmenty. Mezi klíčová témata patří ekonomický a strategický rozvoj města, stav pracovního trhu a mobilita pracovní síly, infrastruktura, podnikatelské, obchodní a investiční příležitosti ve vztahu ke Starému Městu.

Město by se na podnikatele ve svých snahách mělo soustředit i separátně, komunikovat s nimi napřímo, zapojovat je proaktivně do aktivit spojených s rozvojem města, např. přípravy strategických dokumentů.

Handicapovaní

Stejně jako v případě podnikatelů a pracujících, cílová skupina handicapovaných se do značné míry může překrývat s ostatními segmenty. Zcela zásadní bude v případě lidí se zdravotním postižením otázka **bezbariérovosti a přístupnosti**. V kontextu komunikace se jedná o přizpůsobení formy relevantních informací specifickým potřebám této cílové skupiny.

Média

Média představují specifický a separátní segment. **Nejsou koncovými příjemci sdělení**, ale získávané informace sdílejí a šíří dál. Slouží tedy jako zprostředkovatel informací a jejich distribuce pro širší publikum. Plnění tohoto úkolu však závisí na vhodném nastavení komunikačního procesu s městem / úřadem. V případě špatně nastavené spolupráce a nízké kvalitě zdrojových podkladů mohou média sdílet neúplné či zkreslené informace, které mohou mít kontraproduktivní vliv. Proto je vhodné na média cílit ve specifických situacích a systematicky udržovat a rozvíjet alespoň základní vztahy.

Osobám zodpovědným za komunikaci s médii by měl být poskytnut mediální trénink, aby dokázaly s novináři efektivně komunikovat.

Odborná veřejnost

Zástupci odborné veřejnosti mohou pocházet jak z řad obyvatel města, tak se může jednat o zcela externí subjekty. Komunikace s touto skupinou předpokládá vyšší míru odbornosti a úroveň předávaných technických informací. Odborná veřejnost participuje zejména v rozvojových aktivitách města – díky své expertize přispívá ke kvalitě a odborné úrovni připravovaných aktivit a opatření. Může plnit roli poradního orgánu a má schopnost poukazovat na často skryté specifické problémy specifické pro danou problematiku.

Klienti úřadu

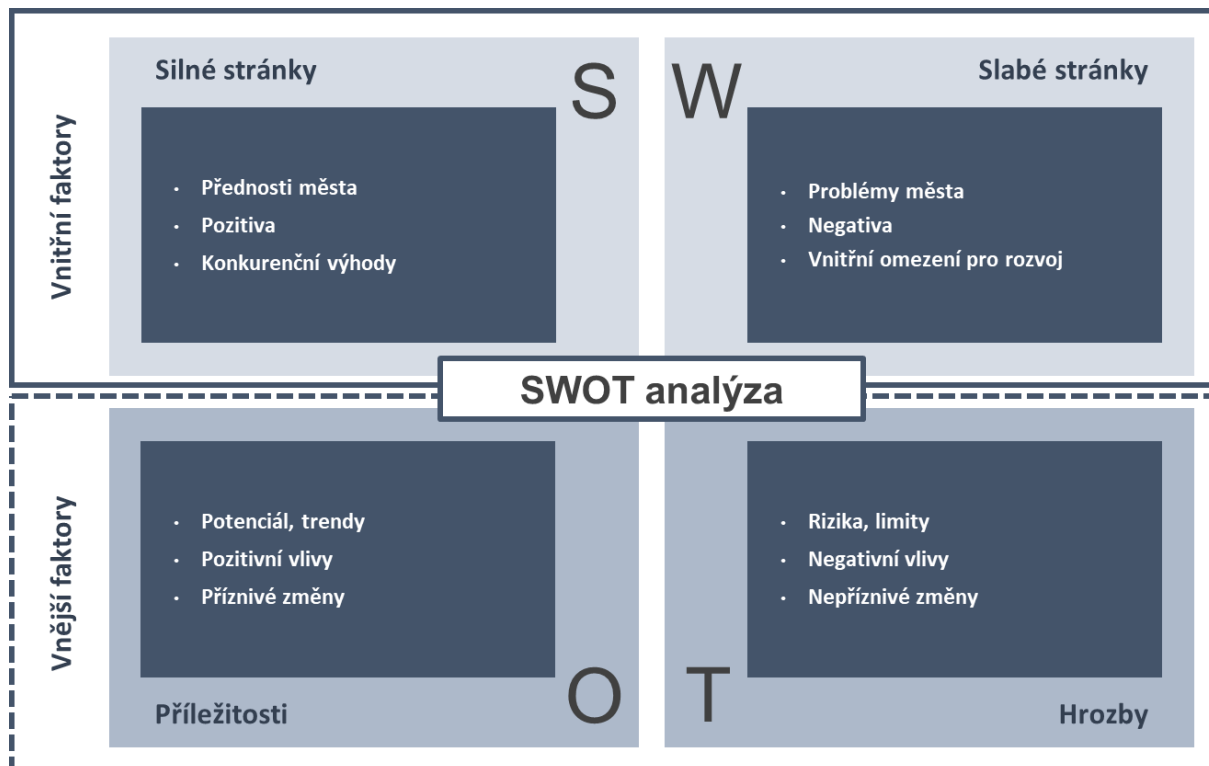
Klienti úřadu se dostávají do přímé komunikace se zaměstnanci úřadu, ať už v podobě osobní, elektronické či korespondenční. Ve vztahu k této cílové skupině se jedná o řešení úřední a odborné agendy, čemuž by komunikace měla být náležitě přizpůsobena.

Zájmové spolky

Zájmové spolky svou činností přispívají k nabídce a kvalitě kulturních, sportovních, společenských a dalších volnočasových aktivit na území města. S ohledem na jejich významnou roli je vhodné zaměřit se na rozvoj komunikace právě se zástupci zájmových spolků. Stejně jako v předchozích případech, nejedná se pouze o cílovou skupinu komunikace v pasivním slova smyslu – klíčovou roli zde hraje fungující obousměrná komunikace, kdy město může sdílet informace o možnostech spjatých se spolkovou činností.

5. SWOT analýza

SWOT analýza představuje syntézu hlavních skutečností zjištěných v rámci analytických prací a ve strukturované podobě zachycuje klíčové podněty pro návrhovou část Koncepce komunikace. Uvedené skutečnosti a tvrzení vychází z poznatků zjištěných v rámci provedené analýzy, dotazníkového šetření veřejnosti a na základě informací a podnětů členů pracovních skupin. V souladu s teorií tvorby SWOT analýzy jsou tyto podněty uspořádány do čtyřech základních oblastí/kvadrantů, viz ilustrativní schéma níže.



Obrázek 8 Metodické členění SWOT analýzy

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> ▼ Zlepšení komunikačních kanálů města formalizováno ve Strategickém plánu rozvoje (Aktivita 4.2.3) ▼ Celková spokojenost občanů s prací městského úřadů a jejich reprezentace ▼ Zájem veřejnosti o informace poskytované městem a úřadem ▼ Široká nabídka kulturních a společenských událostí a dalších témat, o nichž je možné informovat ▼ Zpracovaná Koncepce eGovernance s přesahem na téma komunikace ▼ Zajištěný bezbariérový přístup úřadu ▼ Hlášení rozhlasu – efektivní komunikační nástroj s vysokým potenciálem rozvoje 	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Město nemá vlastní oficiální „městský“ profil na sociální síti Facebook ▼ Město nemá zpracovanou marketingovou strategii (podpora turismu, rozvoj značky města) ▼ Roztříštěnost komunikace (vizuální, zdroje informací, nesynchronizované kanály) ▼ Nejsou stanoveny formální komunikační procesy a pravidla sdílení informací ▼ Chybí nástroje participace, nejsou zpřístupněna otevřená data ▼ Stávající podoba vizuální identity města (web, logo) ▼ Malá dostupnost komunikace s volenými zástupci města ▼ Platforma Hlášení rozhlasu nemá vysoký počet registrovaných uživatelů ▼ Není zajištěna přístupnost informačních zdrojů pro zdravotně postižené osoby ▼ Absence komunikačního plánu (harmonogram sdílení informací) ▼ Absence etického kodexu zaměstnanců úřadu i volených zastupitelů
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> ▼ Nově vytvořená role pracovníka komunikace s veřejností ▼ Prostor pro nastavení komunikační spolupráce s externími subjekty ▼ Plánovaný re-branding města (logotyp, web) ▼ Specializace komunikace pro dílčí organizační složky a příspěvkové organizace ▼ Silná spolupráce na regionální úrovni – příležitost pro synergii komunikačních aktivit ▼ Zvýšení propagace města za cílem rozvoje turistického ruchu ▼ Zvýšení propagace aktivit a událostí na území města skrze spřátelené subjekty ▼ Navázání komunikačních aktivit na cíle na národní a regionální úrovni ▼ Možnost tvorby specializovaných komunikačních kampaní poukazující na přednosti města ▼ Rozvoj konceptu eGovernance a digitalizace městského úřadu pro usnadnění úředního styku ▼ Navázání a vytvoření užších vztahů s relevantními novináři 	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Limitovaný rozpočet města pro podporu komunikace (správa sociálních sítí, grafické práce) ▼ Malý zájem občanů o politiku a veřejné dění – společenská pasivita ▼ Nesouhlas obyvatel s novou vizuální identitou mající dopad na celkové vnímání komunikace města ▼ Nedodržování základních principů a dobré praxe při komunikaci města ▼ Rozvoj externí komunikace bez návaznosti na podobu interních komunikačních procesů ▼ Zahlcení veřejnosti přílišným množstvím informací ▼ Snižování úrovně přímé a osobní komunikace v oblasti úřední agendy ▼ Snižování transparentnosti a otevřenosti úřadu

6. Výzkum spokojenosti veřejnosti s kvalitou a obsahem komunikace

6.1 Dotazníkové šetření z roku 2019 – Koncepce eGovernance

V srpnu a říjnu roku 2019 proběhl sběr dat (elektronický i prostřednictvím tištěného dotazníku) v rámci zpracování **Koncepce využití přístupu Smart Governance pro zlepšení fungování místní samosprávy ve Starém Městě**, do šetření se celkem zapojilo **104 respondentů**, tedy **1,5 % z celkového počtu obyvatel města**. Tři okruhy otázek měly významný přesah na komunikaci s veřejností, jednalo se o:

- ▼ Spokojenost s fungováním MěÚ Staré Město
- ▼ Komunikace s občany
- ▼ Participace občanů na správě města

Výsledky šetření z roku 2019 byly následující:

- ▼ 80 % respondentů bylo s činností pracovníků MěÚ spokojeno
- ▼ 19 % respondentů hůře hodnotilo rychlost odvedené práce
- ▼ 7 % respondentů mělo konkrétní připomínky k oblasti otevřenosti úřadu
- ▼ 77 % respondentů hodnotilo, že má dostatek informací o aktuálním dění ve městě
- ▼ 44 % respondentů uvedlo, že nejčastěji čerpá informace o aktuálním dění z Facebooku
- ▼ 30 % respondentů preferovalo webové stránky město jako zdroj informací
- ▼ 58 % respondentů preferovalo elektronickou komunikaci oproti 26 % preferujícími osobní jednání
- ▼ 23 % respondentů kritizovalo nepřehlednost webových stránek a 21 % respondentů grafickou úpravu
- ▼ 69 % respondentů uvedlo, že má zájem o zapojení se do plánování rozvoje města
- ▼ 62 % respondentů uvedlo, že je spokojenou s mírou zpětné vazby vedení města na podněty a potřeby

6.2 Dotazníkové šetření 2021 – hodnocení úrovně komunikace města s veřejností

Připravené dotazníkové šetření okruhy otázek částečně navazuje na provedené dotazníkové šetření z roku 2019, ale zejména se více zaměřuje na hodnocení komunikace města a městského úřadu adresované veřejnosti, preferované komunikační kanály a preferovaná témata komunikace tak, aby mohla být zhodnocena dosavadní práce a současně mohly být stanoveny priority pro další rozvoj. Výsledky výzkumu představují východisko pro hodnocení naplnění cíle celého navrhovaného projektu, tj. zlepšení komunikace města, reprezentované zaměstnanci městského úřadu a volenými zástupci, s veřejností.

Sběr dat	On-line dotazníky: 10.11.2021 – 20.12.2021 Tištěné dotazníky: 26. 11. 2021 – 10. 12. 2021
Počet otázek	15 komunikačních 3 demografické
Forma dotazníku	Elektronická, Tištěná
Distribuce a propagace dotazníku	Facebook: „Co mě štve i těší ve Starém Městě“, „Děni ve Starém Městě“ Web: https://www.staremesto.uh.cz/ Tištěné: Staroměstské noviny Elektronická verze dotazníku byla zveřejněna na webových stránkách Starého Města, informace byla dále sdílena na Facebookové stránce „Děni ve Starém Městě“. Za cílem vyššího dosahu byl dotazník rovněž 3x propagován na Facebookové skupině „Co mě štve i těší ve Starém Městě“. Tištěná verze byla publikována ve Staroměstských novinách (vydání č. 12, 12/2021)
Počet úplných responzí	55 (53 elektronicky, 2 v tištěné podobě)
Limity šetření	I přes aktivní propagaci dotazníkového šetření lze konstatovat, že zájem o jeho vyplnění byl nízký (0,82 % obyvatelstva). Příčinou může být obdoba zaměření šetření s dotazníky realizovanými v předchozích obdobích a s ním spojená nižší míra zájmu a pocitu „významnosti“ daného tématu. Možnosti osobního dotazování byly objektivně limitovány bezpečnostními a hygienickými opatřeními spojenými s pandemií Covid-19. Výsledky dotazníku je s ohledem na počet respondentů nutné vnímat jako indikativní, zároveň však poukazují na určitou míru indiference a sníženého zájmu občanů o aktivní možnosti participace.

Shrnutí průběhu a výsledků šetření

Většina otázek v dotazníku byla položena uzavřenou formou a účastníci jen volili mezi předem stanovenými odpověďmi. Nejvíce odpovídajících bylo **ekonomicky aktivních, zaměstnaných**. Nejčastější odpovědi při vyřizování záležitostí s městským úřadem, byla preference osobní návštěvy. Otázka ohledně komunikace pracovníků a množství dostupných informací byla hodnocena kladně a většina odpovídajících je spokojena se službami. Nejčastěji využívanými a preferovanými komunikačním kanály jsou **webové stránky a sociální sítě**. Se zvolenými městskými zástupci Starého Města a s pracovníky městského úřadu jsou rezidenti převážně spokojeni, stejně tak jako s orientací a vzhledem budovy MěÚ. S provozní dobou a poskytovanými službami jsou obyvatelé také spokojeni. Otázka ohledně využívání moderních technologií při poskytování služeb občanům byla hodnocena o trochu hůře.

1. Jakým způsobem nejčastěji komunikujete při vyřizování záležitostí s městským úřadem?

Více možností

- ▼ Telefonicky
- ▼ Elektronicky – email
- ▼ Elektronicky – datová schránka
- ▼ Písemně – pošta
- ▼ Osobní návštěva

2. Jste celkově spokojen/a s množstvím dostupných informací o aktuálním dění ve městě?

Jedna volba

- ▼ Ano
- ▼ Spíše ano
- ▼ Nevím, neumím posoudit
- ▼ Spíše ne
- ▼ Ne

3. Jste celkově spokojen/a s úrovní komunikací pracovníků městského úřadu Staré Město?

Jedna volba

- ▼ Ano
- ▼ Spíše ano
- ▼ Nevím, neumím posoudit
- ▼ Spíše ne
- ▼ Ne

4. O jakou formu komunikace s volenými zástupci města byste měli zájem?

Jedna volba

- ▼ Osobní setkání – individuální
- ▼ Osobní setkání – skupinové
- ▼ Komunikace přes sociální sítě
- ▼ Elektronická komunikace – email

5. Jste spokojen/a s orientací včetně značení v budově městského úřadu?

Jedna volba

- ▼ Ano
- ▼ Spíše ano
- ▼ Nevím, neumím posoudit
- ▼ Spíše ne
- ▼ Ne

6. Jste spokojen/a s dostupností informací o plánech, dění a změnách ve městě a jeho úřadu?

Jedna volba

- ▼ Ano
- ▼ Spíše ano
- ▼ Nevím, neumím posoudit
- ▼ Spíše ne
- ▼ Ne

7. Jste spokojen/a s dostupností informací o kulturních, sportovních a dalších akcích?

Jedna volba

- ▼ Ano
- ▼ Spíše ano
- ▼ Nevím, neumím posoudit
- ▼ Spíše ne
- ▼ Ne

8. Z jakého zdroje nejčastěji čerpáte informace o aktuálním dění ve Starém Městě?

Více možností

- ▼ Úřední deska na webu města
- ▼ Úřední deska před budovou radnice
- ▼ Webové stránky města
- ▼ Facebook stránka města
- ▼ Facebook skupina „Co mě štve i těší ve Starém Městě“
- ▼ Facebookové profily zástupců města (starosta)
- ▼ Staroměstské Noviny
- ▼ Jiné

9. Jaký typ informací o fungování města Vás nejvíce zajímá / jaký typ nejčastěji vyhledáváte?

Více možností

- ▼ **Provozní aktuality:** Plánované a aktuální omezení/uzavírky
- ▼ **Občanská společnost:** Každodenní dění ve městě, novinky, fotografie, zajímavosti
- ▼ **Kultura a volný čas:** Společenské, sportovní a kulturní akce ve městě
- ▼ **Příležitosti:** Možnosti odkupu nemovitostí a pozemků, pracovní příležitosti apod.
- ▼ **Rozvoj města:** Investiční akce a rozvojové aktivity (stavby, projekty, nové služby)
- ▼ **Politika:** Informace o jednání a výsledky jednání zastupitelstva a rady města
- ▼ **Komentáře, otázky a odpovědi:** Stanoviska představitelů města, vyjádření úředníků k dané problematice

10. Které komunikační kanály „úředních“ věcech (např. řešení životních situací) ze strany města preferujete?

Více možností

- ▼ Osobní jednání – návštěva úřadu
- ▼ Elektronická – email
- ▼ Elektronická – chat (např. na webu města)
- ▼ Elektronická – Portál občana
- ▼ Elektronická – Mobilní aplikace
- ▼ Tištěná komunikace – dopisy / formuláře
- ▼ Telefonický hovor

11. Které komunikační kanály preferujete pro získávání informací o kultuře, sportu a volnočasových aktivitách?

Více možností

- ▼ Úřední deska na webu města
- ▼ Úřední deska před budovou radnice
- ▼ Elektronická – zasílání novinek emailem
- ▼ Elektronická – kalendář akcí na webu města
- ▼ Elektronická – Aplikace Hlášení rozhlasu
- ▼ Tištěná komunikace – letáky
- ▼ Tištěná komunikace – plakáty
- ▼ Sociální sítě – Facebook města (stránka Dění ve Starém Městě)

12. Jak jste spokojen/a s pracovníky MěÚ Staré Město v níže uvedených oblastech?

Hodnocení více položek (1-5 školní)

- ▼ Upravenost a oblečení (celkový dojem)
- ▼ Důvěryhodnost
- ▼ Dostupnost
- ▼ Použití srozumitelného jazyka
- ▼ Profesionalita a odbornost
- ▼ Ochota a vstřícnost (sympatie)
- ▼ Kvalita odvedené práce
- ▼ Rychlost odvedené práce

13. Jak jste spokojen/a s komunikací volených zástupců Starého Města v níže uvedených oblastech?

Hodnocení více položek (1-5 školní)

- ▼ Důvěryhodnost
- ▼ Srozumitelnost
- ▼ Profesionalita a odbornost
- ▼ Četnost vystupování
- ▼ Ochota a vstřícnost

14. Jak jste spokojen/a s následujícími složkami fungování MěÚ Staré Město? (SMART)

Hodnocení více položek (1-5 školní)

- ▼ Orientace v budově MěÚ
- ▼ Vzhled prostor v budově MěÚ
- ▼ Poskytované služby
- ▼ Otevírací doba
- ▼ Čekací doba
- ▼ Otevřenost úřadu směrem k občanům (zveřejňování smluv, veřejných zakázek, rozpočtu, apod.)
- ▼ Využívání moderních technologií při poskytování služeb občanům

15. Pohlaví

Jedna volba

- ▼ Muž
- ▼ Žena
- ▼ Nechci uvádět

16. Věková kategorie

Jedna volba

- ▼ Do 18 let
- ▼ 19-35 let
- ▼ 36-50 let
- ▼ 51-65 let
- ▼ 66 a více let

17. Ekonomická aktivita

Jedna volba

- ▼ Zaměstnaný/Zaměstnaná
- ▼ Podnikatel/Podnikatelka
- ▼ Student/Studentka
- ▼ V domácnosti
- ▼ Nezaměstnaný/Nezaměstnaná
- ▼ V důchodu

18. Náměty, připomínky, doporučení městu a městskému úřadu v oblasti komunikace s veřejností

Otevřená

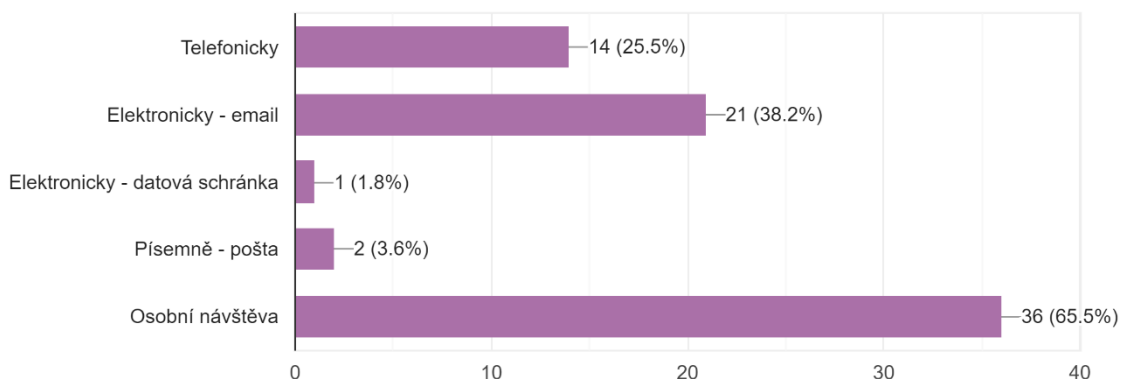
6.3 Vyhodnocení dotazníku

1. Jakým způsobem nejčastěji komunikujete při vyřizování záležitostí s městským úřadem?

Na otázku, jakým způsobem nejčastěji komunikujete s městským úřadem, odpovědělo nejvíce respondentů preferencí osobní návštěvy (65,5 %). Druhá nejpočetnější skupina zvolila elektronickou komunikaci – email (38,2 %). Následuje telefonická komunikace (25,5 %). Velmi malé zastoupení měla forma písemná – pošta a elektronická – datová schránka.

1. Jakým způsobem nejčastěji komunikujete při vyřizování záležitostí s městským úřadem?

55 responses

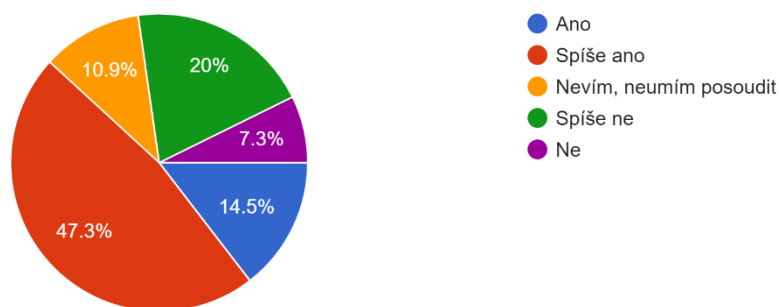


2. Jste celkově spokojen/a s množstvím dostupných informací o aktuálním dění ve městě?

Na otázku ohledně spokojenosti s množstvím dostupných informací o dění ve městě odpovědělo 47,3 % respondentů vyjádřením „spíše ano“. Velké zastoupení však měla i odpověď negativní „spíše ne“ s 20 %. Následuje odpověď kladně jednoslovná „ano“ zastoupena 14,5 %. Odpovědi „nevím, neumím posoudit“ využilo necelých 11 % respondentů. Nespokojeno, tedy odpověď „ne“ zvolilo 7,3 %.

2. Jste celkově spokojen/a s množstvím dostupných informací o aktuálním dění ve městě?

55 responses

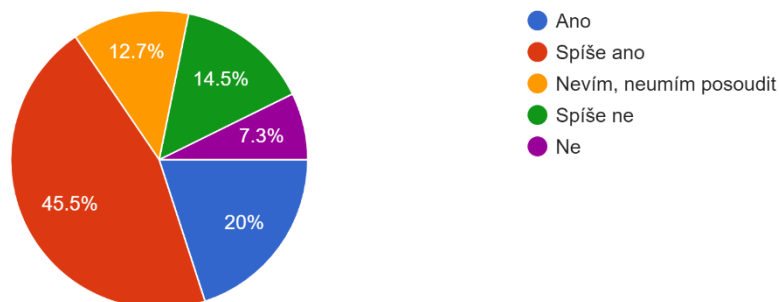


3. Jste celkově spokojen/a s úrovní komunikací pracovníků městského úřadu Staré Město?

S úrovní komunikace pracovníků městského úřadu je spokojeno („spíše ano“) 45,5 % respondentů. Plně spokojeno je 20 %. Nevelké zastoupení pak měly negativní odpovědi „spíše ne“ v zastoupení 14,5 % a „ne“ s procentuální hodnotou 7,3 %. Neutrální odpověď „nevím, neumím posoudit“ zvolilo 12,7 %.

3. Jste celkově spokojen/a s úrovní komunikací pracovníků městského úřadu Staré Město?

55 responses

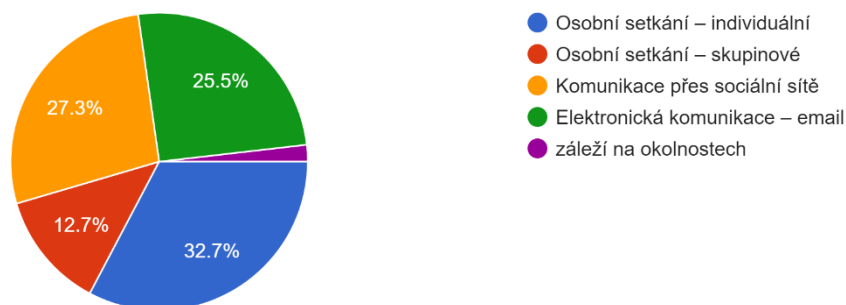


4. O jakou formu komunikace s volenými zástupci města byste měl/a zájem?

Formu osobního setkání – individuálně by v komunikaci s volenými zástupci města zvolilo 32,7 % respondentů. O trochu menší, ale překvapující zastoupení měla komunikace přes sociální sítě (27,3 %). Třetí početní skupinou byla elektronická komunikace – email (25,5 %). Osobní setkání – skupinové by si představovalo 12,7 % respondentů. Odpověď „záleží na okolnostech“ zvolilo pouze necelé 2 % lidí.

4. O jakou formu komunikace s volenými zástupci města byste měl/a zájem?

55 responses

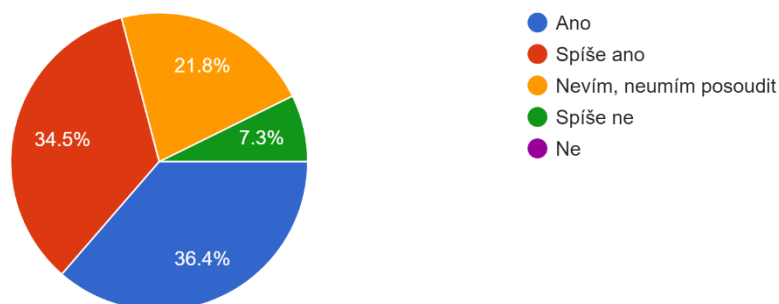


5. Jste spokojen/a s orientací včetně značení v budově městského úřadu?

S orientací a značením budovy městského úřadu je plně spokojeno 36,4 % rezidentů Starého Města. Odpověď „spíše ano“ využilo 34,5 % respondentů. Po neutrální odpovědi „nevím, neumím posoudit“ sáhlo 21,8 % respondentů. Negativnější odpověď „spíše ne“ použilo pouze 7,3 %. Odpověď „ne“ nebyla použita.

5. Jste spokojen/a s orientací včetně značení v budově městského úřadu?

55 responses

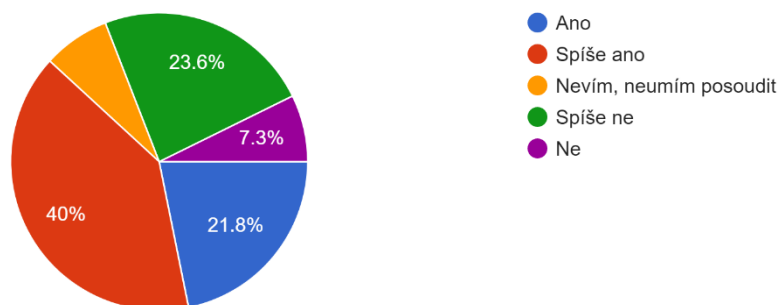


6. Jste spokojen/a s dostupností informací o plánech, dění a změnách ve městě a jeho úřadu?

S dostupností informací o plánech, dění a změnách ve městě a jeho úřadu, měla převážné zastoupení odpověď „spíše ano“ (40 %). Odpověď „ano“ zvolilo 23,6 % respondentů. Odpověď „spíše ne“ byla druhou nejvíce využitou odpovědí v procentuálním zastoupení 23,6 %. Odpověď „ne“ a „nevím, neumím posoudit“ byla použita u 7,3 % případů.

6. Jste spokojen/a s dostupností informací o plánech, dění a změnách ve městě a jeho úřadu?

55 responses

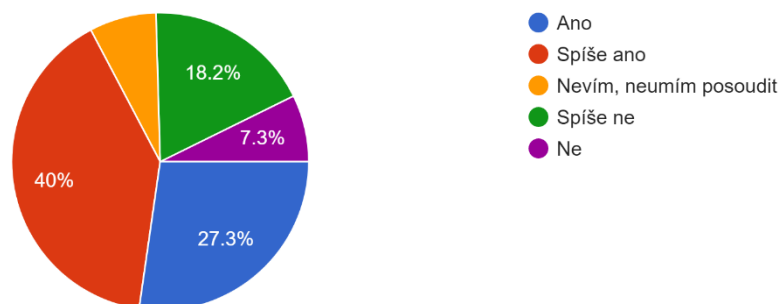


7. Jste spokojen/a s dostupností informací o kulturních, sportovních a dalších akcích?

Na otázku ohledně dostupnosti informací o kulturních, sportovních a dalších akcích odpovědělo 40 % účastníků z řad veřejnosti odpovědí „spíše ano“. Spokojeno je 27,3 % respondentů. „Spíše ne“ zvolilo 18,2 % občanů. Nespokojeno a nedokáže to posoudit zvolilo 7,3 % odpovídajících.

7. Jste spokojen/a s dostupností informací o kulturních, sportovních a dalších akcích?

55 responses

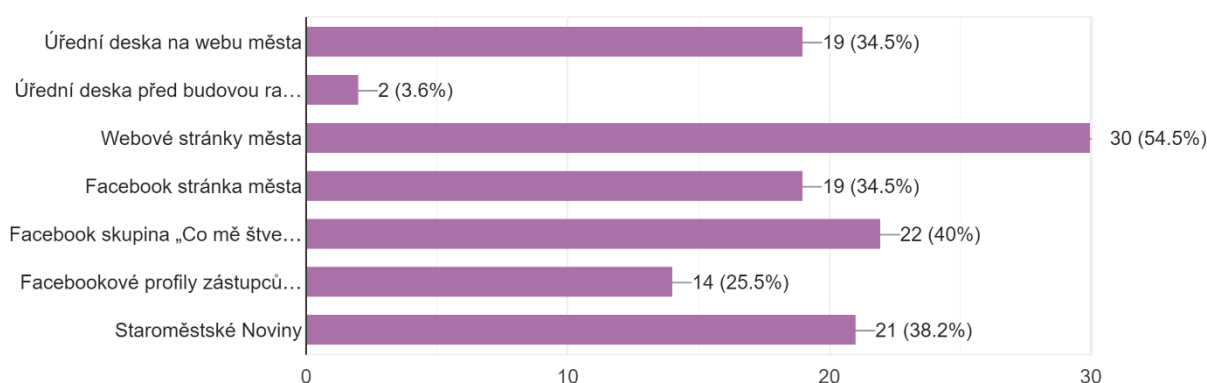


8. Z jakého zdroje nejčastěji čerpáte informace o aktuálním dění ve Starém Městě?

Na otázku, z jakého zdroje rezidenti nejčastěji čerpají informace o aktuálním dění v jejich lokalitě mohli respondenti zvolit více odpovědí. Nejčastější odpovědí byly **webové stránky města**. Druhou nejčastější odpovědí pak **sociální sítě***, konkrétně facebooková skupina „Co mě štve i těší ve Starém Městě“ se 40 %. Na třetím místě se umístila odpověď „Staroměstské noviny“ (38,2 %). Těsně za ní následovala odpověď „Úřední deska na webu města“ v zastoupení 34,5 %. Nejméně procent získala odpověď „Facebookové profily zástupců města (starosta).“

8. Z jakého zdroje nejčastěji čerpáte informace o aktuálním dění ve Starém Městě?

55 responses



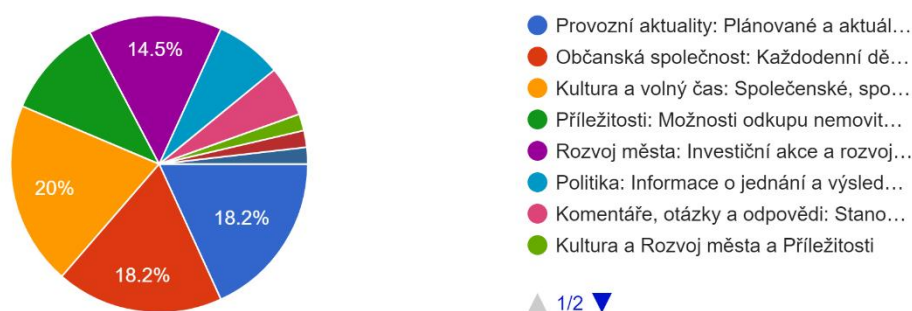
* Veřejnost nerozlišuje, zda je „Děni ve Starém Městě“ oficiální FB města a kdo přesně jej provozuje, bez ohledu na skutečnost, že je tato informace uvedena na stránce. Klíčové bylo vyhodnotit, jak důležitý pro respondenty tento sociální kanál je při zajišťování informací jako případný argument pro spuštění oficiální FB stránky Starého Města provozované zástupci města/úřadu.

9. Jaký typ informací o fungování města Vás nejvíce zajímá / jaký typ nejčastěji vyhledáváte?

Na otázku, jaký typ informací o fungování města Vás nejvíce zajímá / jaký typ nejčastěji vyhledáváte, zvolilo nejvíce zúčastněných odpověď „Kultura a volný čas: společenské, sportovní a kulturní akce města“ (20 %). Na druhém místě se umístily odpovědi „Provozní aktuality: Plánované a aktuální omezení/uzavírky“ a „Občanská společnost: Každodenní dění ve městě, novinky, fotografie, zajímavosti“ v zastoupení 18,2 %. Příležitosti: Možnosti odkupu nemovitostí a pozemků, pracovních příležitostí apod. zajímá 10,9 % odpovídajících. Méně než 10 % měly odpovědi „Politika: Informace o jednání a výsledky jednání zastupitelstva a rady města“, „Komentáře, otázky a odpovědi: Stanoviska představitelů města, vyjádření úředníků k dané problematice“, „Kultura a Rozvoj města a Příležitosti“, Provozní aktuality, občanská společnost, Kultura a volný čas, Rozvoj města a Komentáře, otázky a odpovědi“, „Občanská společnost a Rozvoj města“.

9. Jaký typ informací o fungování města Vás nejvíce zajímá / jaký typ nejčastěji vyhledáváte?

55 responses

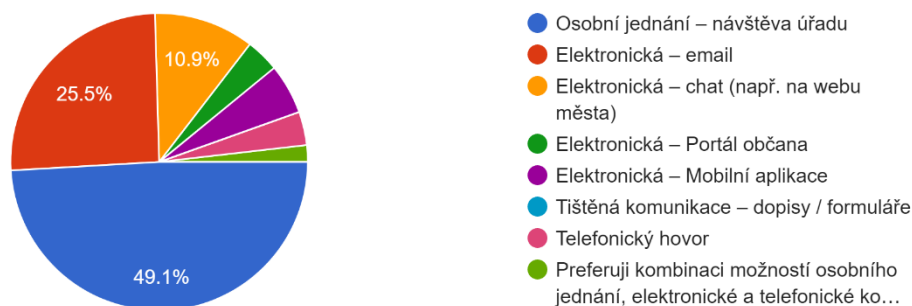


10. Které komunikační kanály v „úředních“ věcech (např. řešení životních situací) ze strany města preferujete?

Na otázku ohledně komunikačních kanálů v „úředních“ věcech ze strany města, zvolilo velké zastoupení respondentů odpověď „Osobní jednání – návštěva úřadu“ (49,1 %). Další početnější odpovědí byla elektronická forma – email. Nad hladinou 10 % se ještě umístila odpověď „elektronická – chat“. Ostatní odpovědi mají malé zastoupení.

10. Které komunikační kanály v „úředních“ věcech (např. řešení životních situací) ze strany města preferujete?

55 responses

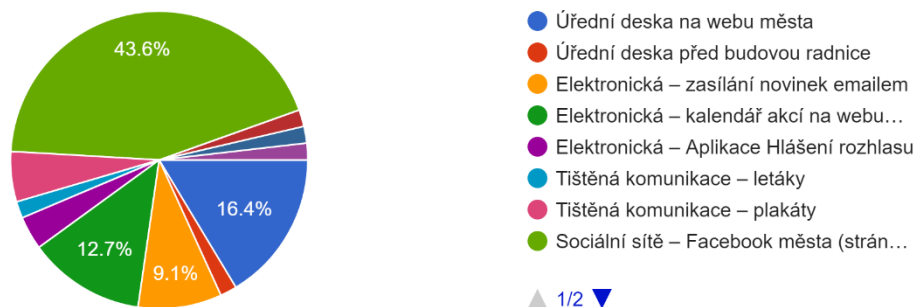


11. Které komunikační kanály preferujete pro získávání informací o kultuře, sportu a volnočasových aktivitách?

Nejpoužívanějším kanálem pro získávání informací o kultuře, sportu a volnočasových aktivitách jsou sociální sítě, konkrétně Facebook (stránka „Děni ve Starém Městě“). Tuto odpověď zvolilo 42,6 % odpovídajících. Úřední desku využívá 16,4 % respondentů. Elektronickou volbu formou kalendáře akcí na webu města preferuje 12,7 % respondentů. Ostatní zastoupení nedosahuje ani hodnoty 10 %.

11. Které komunikační kanály preferujete pro získávání informací o kultuře, sportu a volnočasových aktivitách?

55 responses

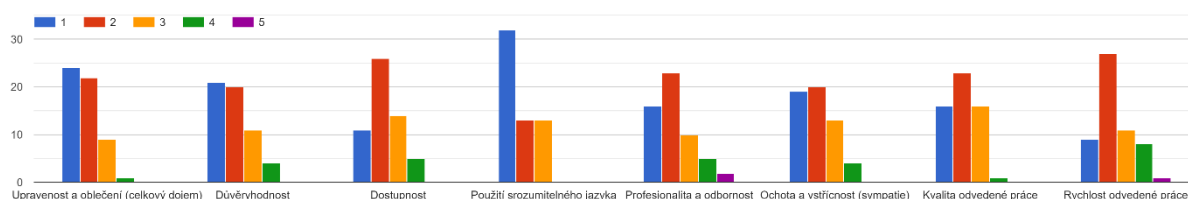


12. Jak jste spokojen/a s pracovníky MěÚ Staré Město v níže uvedených oblastech? (1 - výborný až 5 - nedostatečný)

Otázka, jak jste spokojen/a s pracovníky MěÚ Staré město v níže uvedených oblastech, byla hodnocena formou sémantického diferenciatu, tedy bodovým ohodnocením postojů a pocitů od 1 (výborný) do 5 (nedostatečný). Otázky směřovaly na upravenost a oblečení, důvěryhodnost, dostupnost, použití srozumitelného jazyka, profesionalitu a odbornost, ochotu a vstřícnost, kvalitu odvedené práce, rychlost odvedené práce.

Na otázku ohledně upravenosti a oblečení (celkový dojem) odpovědělo nejvíce respondentů známkou 1 a 2, stejně tak jako v otázce důvěryhodnosti. Dostupnost byla nejčastěji hodnocena číslem 2, dále pak 3. Použití srozumitelného jazyka bylo nejčastěji hodnoceno hodnotou 1. Profesionalita a odbornost byla nejčastěji hodnocena známkou 2, na druhém místě číslem 1, stejně jako kategorie poslední, kategorie vstřícnost a ochota.

12. Jak jste spokojen/a s pracovníky MěÚ Staré Město v níže uvedených oblastech? (1 - výborný až 5 - nedostatečný)



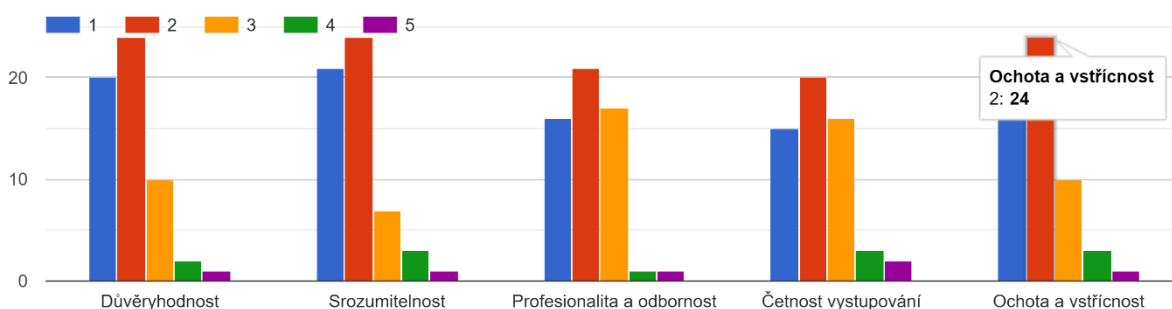
13. Jak jste spokojen/a s komunikací volených zástupců Starého Města v níže uvedených oblastech?

Otázka, jak jste spokojen/a s komunikací volených zástupců Starého Města v níže uvedených oblastech byla rovněž hodnocena formou sémantického diferenciálu, tedy bodovým ohodnocením postojů a pocitů od 1 (výborný) do 5 (nedostatečný). Otázky směřovaly na důvěryhodnost, srozumitelnost, profesionalitu a odbornost, četnost vystupování, ochotu a vstřícnost.

Na otázku ohledně důvěryhodnosti odpovědělo nejvíce respondentů číslem 2, následovalo číslo 1, stejně jako v otázce srozumitelnosti, ta ani nebyla hodnocena nižším číslem než 3. Profesionalita

a odbornost byla hodnocena číslem 2, druhým nejvíce používaným číslem byla hodnota 3, stejně tak u četnosti vystupování. Ochota a vstřícnost byla hodnocena nejčastěji číslem 2, následovalo číslo 1.

13. Jak jste spokojen/a s komunikací volených zástupců Starého Města v níže uvedených oblastech? (1 - výborný až 5 - nedostatečný)

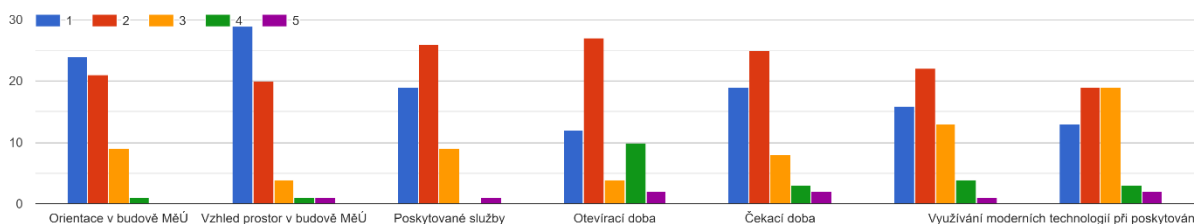


14. Jak jste spokojen/a s následujícími složkami fungování MěÚ Staré Město? (SMART) (1 - výborný až 5 - nedostatečný)

Také otázka, jak jste spokojen/a s následujícími složkami fungování MěÚ Staré Město, byla rovněž hodnocena formou sémantického diferenciálu, tedy bodovým ohodnocením postojů a pocitů od 1 (výborný) do 5 (nedostatečný). Okruh otázek směřoval na orientaci v budově MěÚ, vzhled prostor v budově MěÚ, poskytované služby, otevírací dobu, čekací dobu, otevřenost úřadu směrem k občanům, využívání moderních technologií při poskytování služeb občanům.

Otázka na orientaci v budově MěÚ byla hodnocena nejčastěji číslem 1 a 2. V otázce vzhledu prostor v budově byla nejčastější hodnota 1. Poskytované služby hodnotili respondenti nejčastěji číslem 2, stejně tak jako otevírací, čekací dobou a otevřenost úřadu směrem k občanům. Využívání moderních technologií při poskytování služeb občanům, byla hodnocena stejným počtem čísel 2 a 3.

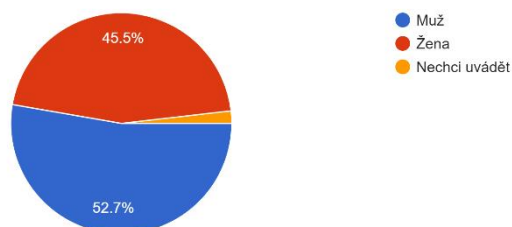
14. Jak jste spokojen/a s následujícími složkami fungování MěÚ Staré Město? (SMART) (1 - výborný až 5 - nedostatečný)



15. Pohlaví respondentů

Na otázku ohledně pohlaví respondenta se nechtělo vyjádřit pouze 1 % odpovídajících. Zbývající počet respondentů byl z 45,5 % ženského pohlaví a z 52,7 % pohlaví mužského.

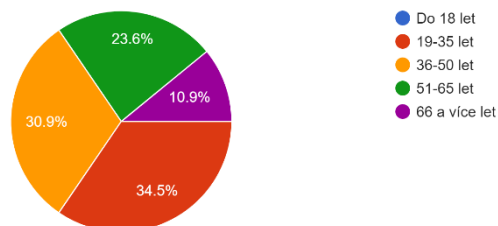
15. Pohlaví
55 responses



16. Věková kategorie

Do věkové kategorie 19-35 let spadalo nejvíce respondentů (19-35 let). Druhou nejpočetnější skupinou byli respondenti ve věku 36-50 let. Následovala věková kategorie 51-65 let (23,6 %) a kategorie 66 a více let (10,9 %). Ve věku do 18 let nebyl zaznamenán žádný respondent.

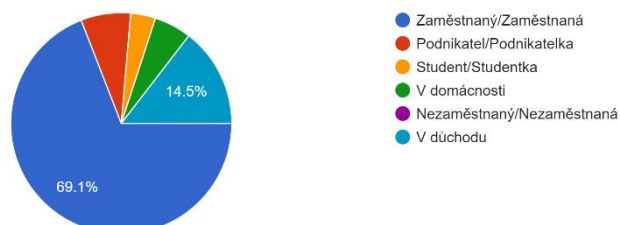
16. Věková kategorie
55 responses



17. Ekonomická aktivita

V otázce ekonomické aktivity bylo 69,1 % respondentů zaměstnaných, 14,5 % v důchodu, 7,3 % podnikatelů, 5,5 % v domácnosti a 3,6 % studentů.

17. Ekonomická aktivita
55 responses



18. Námetý, připomínky doporučení městu a městskému úřadu v oblasti komunikace s veřejností

Otázka „Námetý, připomínky doporučení městu a městskému úřadu v oblasti komunikace s veřejností“ byla polouzavřená, tedy respondenti mohli zvolit i vlastní odpověď. Nejvíce respondentů odpovědělo „nic“, vybraná zpětná vazba (po filtraci nerelevantních komentářů) se týkala následujících témat:

- ▼ Požadavky na aktualizaci webových stránek města
- ▼ Častější publikace příspěvků na webových stránkách města
- ▼ Zvýšení profesionality a vstřícnosti úředníků
- ▼ Větší míru využití městského rozhlasu
- ▼ Požadavek na vytvoření „jednotné stránky města na Facebooku“ pro zvýšení orientace
- ▼ Zlepšení komunikace na sociálních sítích
- ▼ Prodloužení úředních hodin a zajištění dostupnosti úředníků v úředních hodinách
- ▼ Zlepšení hlášení výjimečných situací online (výpadky proudu apod.)
- ▼ Aktivněji informovat o plánovaných odstávkách i za využití tištěných materiálů
- ▼ Zvýšení kvality Staroměstských novin (vizuální i obsahové)
- ▼ Pořízení zařízení na úřad pro online tlumočení pro neslyšící
- ▼ Zpřístupnit službu zasílání novinek emailem
- ▼ Návody pro řešení životních situací

Shrnutí

Otázky v dotazníku byly koncipovány jako uzavřené, účastníci volili mezi předem definovanými odpověďmi. Nejvíce respondentů bylo ekonomicky aktivních, zaměstnaných.

Nejčastější odpovědi při dotazování preferencí vyřizování agendy s městským úřadem byla volba osobní návštěvy. Za zmínku stojí odpovědi signalizující **nespokojenost respondentů s přítomností, resp. dostupností zaměstnanců** městského úřadu v úředních hodinách.

Otázky ohledně komunikace zaměstnanců úřadu a dostupnosti informací byly hodnoceny všeobecně kladně a lze konstatovat, že většina respondentů je spokojena se stávající úrovní nabídky služeb. Nicméně v této oblasti vybraní respondenti v rámci poskytování volné zpětné vazby vyjádřili prosbu týkající se možnosti jakýmkoliv způsobem **přizpůsobit otevírací dobu pracujícím občanům**.

Nejvýraznější míru nespokojenosti respondenti projevovali ve vztahu k webovým stránkám města. Jejich redesign je aktuálně v přípravě. Tato informace se však očividně k veřejnosti nedostala a lze tak doporučit proaktivní komunikaci této projektové aktivity vč. aktuálního stavu a časového harmonogramu plnění.

Nejčastěji využívanými a nejvíce preferovanými komunikačními kanály jsou webové stránky a sociální sítě, výsledky naznačují, že zájem o informace získané skrze sociální sítě je vysoký a stále roste. Sociální sítě využívají rezidenti nejvíce k získávání informací **o volnočasových aktivitách a různých kulturních a sportovních akcích**.

Za matoucí lze považovat fragmentaci komunikace – v rámci zpětné vazby byl vznesen požadavek na vytvoření profilu města, který by nahradil/doplnil/spojil stávající stránky (Co mě štve i těší ve Starém Města a Dění ve Starém Městě).

Staroměstské noviny jsou u dotazované veřejnosti stále žádané. V rámci zpětné vazby se však setkáváme s názory, že po změně redaktora noviny ztratily svou kvalitu, a množství informací, které z nich lze čerpat, není zdaleka v takovém rozsahu jako dříve.

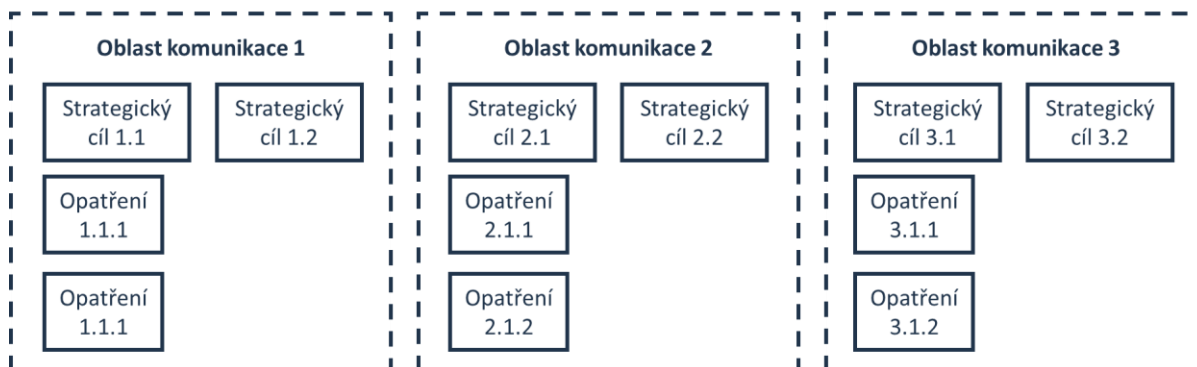
S různými aspekty komunikace volených zástupců a s pracovníků úřadu jsou rezidenti převážně spokojeni, stejně tak jako s orientací a vzhledem budovy MěÚ. Celkový dojem a upravenost, stejně jako srozumitelnost pracovníků byla hodnocena velmi kladně.

Otázka ohledně využívání moderních technologií při poskytování služeb občanům byla hodnocena o trochu hůře. Rezidenti by mohli ocenit v této oblasti technologické inovace.

Návrhová část

Strategie rozvoje Starého Města

Vize města v oblasti komunikace s veřejností



7. Komunikační vize a strategické cíle města

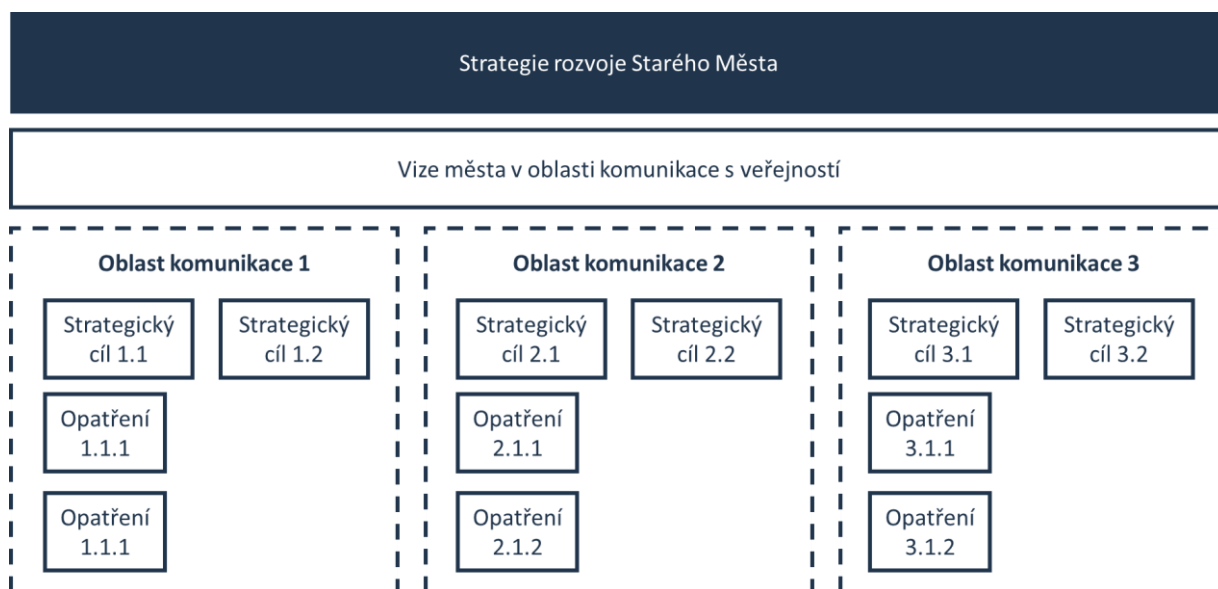
Účelem Konceptce komunikace Starého Města s veřejností je na základě vyhodnocení stávající situace určit jasný směr svého dalšího vývoje vč. formalizace principů komunikace v každodenním provozu města a městského úřadu.

Návrhová část strategie poté odráží identifikované bariéry rozvoje, slabé stránky, potřeby i potenciál města do podoby rozvojové vize, rozvojových oblastí, strategických cílů a opatření, jejichž sledováním jsou naplňovány požadavky stanovené na úvodu konceptce.

Pro dosažení tohoto stavu je níže předložena hierarchie cílů a opatření, jejichž provázaná struktura usnadňuje praktickou každodenní i dlouhodobou implementaci této Konceptce.

V souladu s **Metodikou přípravy veřejných strategií – Typologie strategických a prováděcích dokumentů** (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2019), je samotná implementace řešena rámcově a podléhá zpracování samostatného implementačního plánu, který bude reflektovat priority vedení a finanční možnosti města.

Jednotlivé strategické cíle a opatření jsou uspořádány do tří rozvojových oblastí. Je nutné vzít v potaz, že v mnoha případech je problematika vybraných komunikačních témat provázaná napříč oblastmi i cíli, v takových případech je problematika řešení pouze v jedné z rozvojových oblastí.



Obrázek 9 Logická struktura návrhové části konceptce

Struktura	Popis
Vize	Definuje ideální stav, ve kterém se město chce v dlouhodobém horizontu nacházet
Oblasti komunikace	Reprezentují tematickou kategorizaci strategických cílů do konzistentních celků
Strategické cíle	Jsou stanoveny ve vztahu k hlavním potřebám a ambicím města
Opatření	Představují zastřešující soubor aktivit vztahených k definovaným cílům

Pro nastavení cílů Návrhové části je využíváno principů plánování S.M.A.R.T.E.R., dle kterých jsou cíle vždy:

- ▼ *Specifické*
- ▼ *Měřitelné číslem, stupněm či stavem*
- ▼ *Dosažitelné, resp. ovlivnitelné městem*
- ▼ *Rozumné – v kapacitách města*
- ▼ *Termínové – smysluplný termín splnění v rozsahu 1-3 let*
- ▼ *Se stanoveným nositelem odpovědnosti / garantem za jejich plnění*
- ▼ *Se stanoveným systémem vyhodnocování*
- ▼ *Se stanoveným termínem re-evaluace cíle*

7.1 Vize města v oblasti komunikace

Vstupním předpokladem rozvoje komunikace je stanovení vize, která vyjadřuje představu o budoucím směřování města a jeho úřadu. Vize tak formuluje hodnotový stav města, k jehož dosažení by měla výrazně přispět realizace Koncepce komunikace s veřejností.

Pro nalezení optimální struktury a formulace vize byly provedeny mimo jiné. následující úkony:

- ▼ Zmapování cílů Strategie rozvoje města do roku 2027
- ▼ Vyhodnocení kontextu ostatních strategických a koncepčních dokumentů Starého Města
- ▼ Zpracování vstupní analýzy stavu komunikace s veřejností
- ▼ Identifikace hlavních nosných témat na základě základního dotazníkového šetření
- ▼ Zohlednění základních principů komunikace veřejné správy a dobré praxe

Vizi městského úřadu Staré Město jsme specifikovali stručně a jasně pomocí jednoduchého hesla, které odráží zamýšlené přednosti úřadu – Profesionalita, efektivita a vstřícný přístup, a úřadu který kontinuálně usiluje o zvyšování kvality služeb pro spokojenost jeho občanů.

Komunikace s veřejností – Vize Starého Město

**Otevřený a vstřícný Městský úřad Staré Město
– profesionální, efektivní a spolehlivý partner
v každé situaci.**

- ▼ *Úřad Starého Město je otevřeným, důvěryhodným a vstřícným poskytovatelem služeb a informací*
- ▼ *Občané města se aktivně zajímají a zapojují do veřejného dění*
- ▼ *Veřejnost má snadný přístup ke všem informacím týkající se města*
- ▼ *Zdravotně postižené osoby mají k dispozici nástroje, které jim umožňují snadný přístup k informacím*
- ▼ *Volení zástupci města a zaměstnanci úřadu jednají transparentně a profesionálně*

7.2 Oblasti komunikace a přehled strategických cílů

Stavební pilíře Koncepce komunikace tvoří 3 oblasti komunikace, které vychází z komunikační dobré praxe, rozvojových priorit města, příbuznosti sdružených strategických cílů a logického rámce praktické komunikace. Koncepce komunikace města je tedy postavena na následujících oblastech:

Oblast komunikace 1: Oficiální a úřední komunikace
Profesionální, efektivní, vstřícná a snadná komunikace zaměstnanců městského úřadu
Zpřístupnění komunikace města osobám se zdravotním postižením
Posílení efektivity komunikačních procesů města
Zvýšení důvěry v radnici a posílit vnímání jako otevřeného a vstřícného orgánu
Kontinuální digitalizace komunikace
Oblast komunikace 2: Informační servis města
Efektivní komunikace na sociálních sítích
Rozvoj a rozšiřování komunikačních nástrojů města
Aktivní zapojení občanů do rozvoje města
Komunikace projektových aktivit města
Oblast komunikace 3: Širší propagace města
Nastavení a rozvoj úrovně spolupráce se třetími stranami
Konsolidace propagace kulturního, společenského a sportovního dění
Nastavení marketingové strategie

7.3 Komunikační oblast 1 - Oficiální a úřední komunikace

Strategický cíl 1.1 Profesionální, efektivní, vstřícná a snadná komunikace zaměstnanců MěÚ

Popis cíle	Cíl reflektuje dobrou praxi spolu s požadavky a očekáváním klientů ve vztahu k přímé elektronické, ale zejména osobní, komunikaci pracovníků městského úřadu, zároveň zohledňuje základní hodnoty komunikace, které vychází z definované vize. Zahrnuje jejich osobností rozvoj a zvyšování úrovně pracovního prostředí vč. interních procesů tak, aby klientům úřadu mohly být poskytovány služby na vysoké úrovni v souladu se základními principy komunikace.
Opatření k naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Odborná školení zaměstnanců úřadu v oblasti komunikačních dovedností (interní i externí) ▼ Nastavit proces sběru informací z odborů a od vedení města (plány, záměry apod.) ▼ Zpracování etického kodexu zaměstnanců úřadu a volených zastupitelů ▼ Pravidelná osvěta veřejnosti v oblasti každodenní činnosti a fungování úřadu ▼ Modernizace prostředí úřadu – aktualizace systému orientace v prostředí úřadu

Strategický cíl 1.2 Zpřístupnění komunikace města osobám se zdravotním postižením

Popis cíle	Zpřístupnění úřadu všem osobám se zdravotním postižením představuje rozvojovou prioritu. Vychází z legislativních požadavků i doporučení odborných a zájmových organizací, které se zaměřují nejen na zpřístupnění komunikace z pohledu technologií a prostorového vybavení, ale rovněž na „měkké“ dovednosti zaměstnanců úřadu při komunikaci s občany se zvláštními potřebami. Základní principy komunikace s osobami se zdravotním postižením budou zohledněny v rámci všech komunikačních kanálech města.
Opatření k naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Provedení zmapování OZP občanů města vč. jejich specifických potřeb a požadavků ▼ Zohlednění principů komunikace s osobami se zdravotním postižením v komunikaci města ▼ Zajištění služeb v souladu s doporučeními Metodického pokynu k zákonu č. 99/2019 Sb., o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací ▼ Přizpůsobení prostředí úřadu potřebám osob se zrakovým/sluchověním postižením ▼ Školení zaměstnanců úřadu pro zvyšování kvality komunikace s osobami se zdravotním postižením

Strategický cíl 1.3 Posílení efektivity komunikačních procesů města

Popis cíle	Předmětem cíle je formalizace role komunikace, centralizace informačních zdrojů, integrace správy komunikačních nástrojů a odpovídající přizpůsobení interních procesů za cílem dosažení definovaných principů komunikace a nastavených hodnot města.
Opatření k naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Formalizace kompetencí pracovníka komunikace (koordinace, kontrola kvality, správa nástrojů...) ▼ Sjednocení vizuálního stylu komunikace ▼ Nastavení a vymáhání standardů týkající se struktury a podoby písemné a elektronické komunikace ▼ Využívat systém automatické odpovědi v nepřítomnosti oslovených zaměstnanců ▼ Definice a implementace procesu sdílení a předávání informací veřejnosti

Strategický cíl 1.4 Zvýšení důvěry v radnici a posílit vnímání jako otevřeného a vstřícného orgánu

Popis cíle	Zvýšení důvěry v radnici představuje významný prvek mající zásadní dopad při vytváření vztahů s občany a dalšími klienty úřadu. Základním parametrem je zaměření na podporu rozvoje image města, efektivní komunikaci aktivit a zejména úspěchů (resp. realizovaných investičních projektů, dohod apod.) nejen města. Rozvoj image se netýká pouze města jako celku, ale rovněž jeho individuálních volených zástupců, případně i vybraných zaměstnanců úřadu. Zvýšení viditelnosti a přístupnosti politické reprezentace a prezentace úspěchů přispívá ke zlepšení vnímání pozitivní role, přidané hodnoty a důvěryhodnosti. Z pohledu transparentnosti je součástí cíle rovněž postupné otevírání datových sad úřadu. V neposlední řadě se Staré Město zaměří na zvyšování důvěry formou rozvoje krizové komunikace.
Opatření k naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none">▼ Komunikace dosažených úspěchů, kvalit města a jeho příležitostí▼ Otevírání a publikace dat v souladu s doporučeními Ministerstva vnitra ČR▼ Nastavení systému přímé komunikace volených zastupitelů s veřejností▼ Zvýšení míry prezentace volených zástupců na komunikačních kanálech města▼ Popis procesů krizové komunikace a jejich začlenění jako součást řízení města

Strategický cíl 1.5 Kontinuální digitalizace komunikace

Popis cíle	Digitalizace komunikace zahrnuje aktivity předložené již v rámci koncepce Smart Governance. Zároveň reaguje na vývoj v oblasti českého eGovernmentu a úspěšně administrativně-komunikační projekty a koncepty implementované na úrovni samospráv. Základním východiskem je zaměření na „virtualizaci“ úřadu, kdy mají klienti možnost své životní situace a další agendu řešit z pohodlí domova, bez nutnosti fyzické návštěvy úřadu. Na tento koncept logicky navazuje nutnost interní transformace a optimalizace procesů. K digitalizaci rovněž patří i využití vhodných ICT nástrojů, které šetří zdroje, zvyšují kvalitu zákaznické zkušenosti a zvyšují dostupnost služeb.
Opatření k naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none">▼ Analýza možností nasazení Portálu občana▼ Analýza možností digitalizace a automatizace procesů▼ Analýza možností automatizace interní i externí komunikace▼ Zpracování ICT Strategie

7.4 Komunikační oblast 2 - Informační servis města

Strategický cíl 2.1 Efektivní komunikace na sociálních sítích	
Popis cíle	<p>Obliba elektronické komunikace na sociálních sítích neustále narůstá a skrze tyto společenské platformy probíhá velké množství každodenních interakcí. Tuto skutečnost si uvědomují nejen obchodní společnosti, ale rovněž i subjekty veřejné správy. Města vytváří vlastní oficiální profily, které využívá pro zvýšení dosahu a sdílení informací jak oficiální povahy, tak pro poskytování informací z každodenního života ve městě či obce. Základním východiskem pro Staré Město je vytvoření oficiálního profilu města na síti Facebook, který bude sloužit jako spolehlivý a centralizovaný zdroj informací a komunikační kanál pro získávání zpětné vazby, který obyvatelé města preferují a na který jsou zvyklí.</p> <p>Součástí cíle je i zaměření na rozvoj interních standardů a kapacit ve vztahu ke správě sociálních sítí jako jednoho z nejdůležitějších komunikačních nástrojů města (spolu s webovými stránkami města). Efektivita komunikace zahrnuje i zajištění obsahové a vizuální kvality jednotlivých příspěvků a konzistence komunikace v dlouhodobém časovém horizontu.</p>
Opatření k naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Změnit správu, řízení a využití sociálních sítí ▼ Vytvoření oficiálního profilu města na síti Facebook ▼ Vytváření a propagace událostí a akcí na síti Facebook ▼ Vzdělávací kurzy ke komunikaci na sociálních sítích ▼ Zpracování komunikačního plánu města ▼ Sjednocení komunikačních sdělení a vizuální formy příspěvků napříč sítěmi ▼ Nastavení interního redakčního a schvalovacího procesu

Strategický cíl 2.2 Rozvoj a rozšiřování komunikačních nástrojů města	
Popis cíle	<p>Město má historicky pevné komunikační základy, na kterých může stavět. Cílem města je tedy nejprve inovovat či aktualizovat stávající portfolio komunikačních kanálů a nástrojů, a teprve dle potřeby toto portfolio rozšiřovat a doplňovat o nové komunikační nástroje a kanály.</p> <p>Kompletní revitalizace webu a příprava nového logotypu města je již naplánována a v realizaci. S ohledem na tyto významné změny je cílem města rovněž navázat i vizuální revitalizací např. Staroměstských novin.</p> <p>K dispozici je rovněž i aplikace Hlášení rozhlasu, kde je součástí tohoto cíle zvyšování povědomí o jeho výhodách a funkcionalitách tak, aby byla navýšen počet registrovaných a zejména aktivních uživatelů.</p> <p>Součástí cíle je rovněž přítomnost města na dalších sociálních sítích a mediálních platformách, které mohou přispět ke zvýšení úrovně komunikace nejen vůči obyvatelům města, ale rovněž potenciálním návštěvníkům. Předpokladem úspěchu je komunikaci napříč všemi nástroji a kanály efektivně provázet, aby bylo možné dosáhnout požadovaných synergií.</p>
Opatření k naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Vizuální inovace a revitalizace Staroměstských novin ▼ Realizace kampaně pro propagaci nástroje Hlášení rozhlasu ▼ Integrace platformy Hlášení rozhlasu do plánu krizové komunikace

Strategický cíl 2.3 Aktivní zapojení občanů do rozvoje města

Popis cíle	<p>Participace veřejnosti na rozvoji města je žádoucí, zároveň však zajištění efektivní formy a praktických výsledků participace představuje komplexní výzvu, která je navíc pro každé město jedinečná díky odlišným podmínkám – vyžaduje vyšší úroveň politické kultury, resp. zájem veřejnosti (obyvatel, podnikatelských a zájmových subjektů apod.) účastnit se na veřejném dění, proaktivně a konstruktivně. Zároveň vyžaduje ochotu a schopnost města výsledky participace zohledňovat v rámci svých rozhodovacích procesů. Součástí cíle a předkládaných komunikačních aktivit je tedy mimo jiné vzdělávání, motivace a kultivace společnosti ku participaci, které jsou podporovány vhodným využíváním dostupných digitálních nástrojů a formátů participace.</p>
Opatření k naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none">▼ Organizace tematických setkání s občany a odbornou veřejností (besedy, workshopy)▼ Spuštění komunikační kampaně prezentující možnost zapojení občanů do veřejného dění▼ Nastavení systému získávání a vyhodnocování zpětné vazby (ankety, šetření, sociální sítě)▼ Realizace audio-video záznamů (či živých přenosů) ze zasedání zastupitelstva▼ Pilotní testování participativních aktivit (participativní rozpočet)

Strategický cíl 2.4 Komunikace projektových aktivit města

Popis cíle	<p>Komunikace projektových aktivit města navazuje a do většího detailu rozvádí záměry definované již v cíli Zvýšení důvěry v radnici. Vyzdvihuje význam pozitivního PR a budování image. Tato oblast plní natolik významnou roli, že je nutné ji explicitně formulovat a přistupovat k ní koncepčně a v dlouhodobém časovém rámci. Zde je vyžadována úzká spolupráce politické reprezentace a zástupců úřadu, díky které je harmonizována komunikace politických cílů a projektových aktivit.</p> <p>Občané díky ucelené prezentaci již realizovaných, probíhajících, připravovaných a zvažovaných projektů mají jasný přehled o aktivitě i ambicích města a dostávají prostor k případné participaci.</p> <p>Nejedná se pouze o komunikaci kulturních a sportovních akcí, ale zejména o transparentní prezentaci investičních záměrů a celkového směřování města. Zároveň se komunikace nemůže omezovat pouze na sdílení úspěchů, ale je nutné rozvíjet kapacity pro krizovou komunikaci.</p> <p>Tento cíl zároveň představuje závazek komunikovat komplexní a často odborná témata, jakými jsou například strategické rozvojové dokumenty, uchopitelným způsobem tak, aby veřejnost získala povědomí o rozvojových prioritách bez nutnosti individuálního studia odborných dokumentů.</p>
Opatření k naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none">▼ Nastavení interního procesu pro komunikaci rozvojových záměrů▼ Vytvořit rubriku na všech komunikačních kanálech věnovanou záměrům města▼ Příprava a periodická aktualizace plánu komunikace města▼ Realizace datové vrstvy (GIS) dokončených, probíhajících a plánovaných projektů města

7.5 Komunikační oblast 3 - Širší propagace města

Strategický cíl 3.1 Nastavení a rozvoj úrovně spolupráce se třetími stranami

<p>Popis cíle</p>	<p>Cíl předkládá závazek nadále rozvíjet a prohlubovat kvalitní vztahy s místními spolky a navazovat vztahy s dalšími relevantními subjekty, které plní specifické role v prostředí komunikace. Rozvoj sítě přispívá ke zvýšení dosahu komunikačních aktivit a ke zvýšení množství a kvality informací dostupných veřejnosti. Cílovým efektem je dosažení synergie sdílením komunikačních prostředků a poskytování kapacit města pro podporu místního ekosystému, např. formou sdílení událostí napříč městy, kdy dochází ke zvýšení nabídky kulturních a společenských akcí občanům Starého Města, propagace místních podnikatelů, umělců a další formy podpory místních spolků.</p> <p>Významným nástrojem cíle je interní formalizace spolupráce tak, aby město mělo definované procesy k získávání, výměně a zasílání aktuálních informací, shromažďování záměrů apod., a dokázalo plnit roli (pomyslného) koordinátora života ve městě a zprostředkovatele informací napříč touto sítí.</p>
<p>Opatření k naplnění cíle</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Standardizace a formalizace komunikace se zainteresovanými spolky ▼ Navázání a rozvoj spolupráce s partnerskými městy v oblasti komunikace a propagace ▼ Nastavení mechanismů společné prezentace Starého Města a místních podnikatelů a firem ▼ Poskytovat osobám zodpovědným za komunikaci s médii mediální trénink

Strategický cíl 3.2 Konsolidace propagace kulturního, společenského a sportovního dění

<p>Popis cíle</p>	<p>Předmětem cíle je implementace mechanismů a nástrojů pro zvýšení efektivity všech komunikačních aktivit napříč portfoliem a komunikačními kanály. Cílem města je zajištění stavu, kdy má pověřený pracovník kompletní přehled o dění ve městě a tento přehled využívá k efektivní komunikaci všech/vybraných/prioritizovaných témat, událostí, aktivit a záměrů.</p> <p>Konsolidace propagace předpokládá proaktivní přístup a vysokou míru organizace pro přípravu interního komunikačního plánu, dlouhodobého i aktuálního přehledu o dění ve městě a kreativní propagaci města pro potenciální návštěvníky vč. přípravy a realizace komunikačních kampaní na relevantní témata.</p>
<p>Opatření k naplnění cíle</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Nastavení a formalizace spolupráce s SKC pro propagaci akcí ▼ Zpracování evidence kulturních, sportovní a společenských událostí (ve Starém Městě a okolí) ▼ Turistická propagace Starého Města a jeho okolí ▼ Tvorba specializovaných komunikačních kampaní

Strategický cíl 3.3 Nastavení marketingové strategie

<p>Popis cíle</p>	<p>Marketingová strategie se od Koncepce komunikace liší zejména zaměřením na nastavení a budování značky města, vymezení hodnot, prioritizaci komunikačních témat a zaměření na podporu turismu. Její součástí by měly být rovněž návrhy konkrétních komunikačních kampaní pro dosažení vymezených rozvojových cílů.</p>
<p>Opatření k naplnění cíle</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Zpracování marketingové strategie zaměřené na rozvoj značky města a podporu turismu ▼ Pravidelně monitorovat a analyzovat mediální zmínky o Starém Městě ▼ Pravidelná aktualizace opatření Koncepce komunikace

8. Vymezení role pracovníka komunikace

Hlavní úlohou pracovníka komunikace je především **koordinace klíčových komunikačních aktivit**, které se jakýmkoliv způsobem týkají Starého Města. Cílem je, aby obyvatelé a návštěvníci města měli informace dostupné v podobě, na kterou jsou zvyklí, a na místech, kde očekávají, že tyto informace najdou.

Samotná koordinace se tedy netýká pouze informací, které potřebuje sdělit městský úřad případně samospráva, ale veškeré informace, které mohou být obyvatelům města nápomocné a přínosné.

S ohledem na současné nastavení kompetencí smluvního redaktora Staroměstských novin je předpokládána úzká spolupráce mezi pracovníkem komunikace a redaktorem, neboť se vybrané kompetence mohou ve vybraných oblastech překrývat. Role pracovníka komunikace by tak měla být více organizační, plánovací, dohledová a strategická. V kontextu každodenní komunikace s obyvateli a klienty úřadu získává pracovník komunikace díky obsazenému smluvnímu úvazku redaktora Staroměstských novin větší prostor věnovat se např. rozvoji sociálních médií města.

Informační oblasti významné napříč cílovými skupinami veřejnosti

- ▼ Kulturní události ve městě – Festivaly, promítání, jarmarky, představení atp.
- ▼ Mimořádné krizové situace
- ▼ Průběžné informování o obecném dění ve městě – informace od dalších subjektů (spolky, školy)
- ▼ Dopravní situace – výluky, uzávěry, parkování, opravy – nejen ve městě, ale i na okolních komunikacích
- ▼ Rozhodování vedení města – zastupitelstvo, strategické plány atp.

Nastavení a vedení Plánu komunikace města

Pro pracovníka komunikace je doporučeno formalizovat proces pravidelného zpracování **obecného ročního plánu komunikace** a následně detailnější **měsíční plány**. Před začátkem roku je dle strategie města třeba definovat, které informace je **důležité v průběhu následujícího roku veřejnosti předat** a časově určit, kdy přibližně a průběžně se tyto informace budou komunikovat.

Na základě ročního plánu vznikají **před začátkem každého měsíce** detailní měsíční plány, které již zohledňují jak strategická témata, tak i plánované **aktuální informace** jako očekávané kulturní akce, dopravní uzávěry, konání zastupitelstva nebo aktivity místních spolků.

Pro všechny tyto informace je třeba určit vhodné kanály a časově rozložit tyto informace do celého měsíce tak, aby nedocházelo k přehlcení informacemi v jeden den nebo naopak dlouhým komunikačním prodávám. Pracovník komunikace **může** rovněž zodpovídat za kreativní přípravu podkladů.

Doporučení pro využívání komunikačních kanálů

Facebook	<ul style="list-style-type: none">▼ maximálně 4 příspěvky týdně (vyjma krizových situací)▼ kratší a údernější popis s odkazem na web (či jiný zdroj) pro delší textaci
Webové stránky	<ul style="list-style-type: none">▼ Frekvence novinek bez omezení▼ Možnost delšího textu
SMS	<ul style="list-style-type: none">▼ Pouze pro krizové situace
Email	<ul style="list-style-type: none">▼ Maximálně dvakrát měsíčně▼ Vhodné zpracovat a zaslat plán akcí na následující měsíc
Push notifikace mobilního rozhlasu	<ul style="list-style-type: none">▼ Maximálně 5 notifikací měsíčně (vyjma krizových situací)▼ Případně zasílat upozornění/připomínku den před konáním významné kulturní události

Parametry komunikace – na co si dávat pozor?

Před každým komunikačním výstupem je třeba myslet na dodržení níže doporučených parametrů komunikace, aby byla konzistentní, a tudíž přehledná a srozumitelná pro obyvatele.

- ▼ Obrazové a vizuální materiály odpovídají grafickému manuálu města (např. umístění loga)
- ▼ Text je gramaticky správně
- ▼ Text je tonálně konzistentní
- ▼ Pravidelnost komunikace
- ▼ Využití stejných kanálů pro stejné druhy komunikace bez častých změn

Proces přípravy komunikace

- ▼ **Příprava** – Před začátkem měsíce si pracovník komunikace sesbírá od všech relevantních subjektů (vedení města, spolky, školy, firmy atd.) informace o aktuálním a plánovaném dění
- ▼ **Nastavení procesu** – Pracovník komunikace domluví s relevantními subjekty, v jaké formě bude dostávat informace a kdy
- ▼ **Komunikační plán** – Na základě získaných informací připraví plán komunikace na následující měsíce
- ▼ **Koordinace** – Měsíční plán je sdílen s administrátorem webových stránek a mobilního rozhlasu
- ▼ **Agenda** – Dle komunikačního plánu pracovník komunikace nastaví pracovní a časovou agendu, jak informace zpracuje a zveřejní sám, případně sdílí předpřipravený finální výstup s IT pracovníkem
- ▼ **Sdílení** – Po zveřejnění pracovník komunikace informuje i relevantní subjekty o zveřejnění (příspěvkové organizace, partneři), aby mohli případně informaci dále sdílet na svých kanálech

Přístup k inzerci soukromých subjektů

Inzerce podnikatelských subjektů na kanálech města je vhodným nástrojem, jak podpořit podnikatelskou komunitu v rámci města a celkově i ekonomiku města.

Je třeba však dbát na nestrannost a nezájatost, proto by měly být podpořeny všechny subjekty rovnoměrně, pokud se jedná o neplacenou inzerci. Má-li tedy například konkrétní podnik zájem o informování o její existenci na webových stránkách města, měly by se tam objevit i další restaurace ve městě pro vyváženost. Z pohledu komerční inzerce by se ke konkrétním případům mělo přistupovat individuálně na základě projednání vedení města.

Tabulka 11 Doporučené členění využití komunikačních nástrojů města

Informační oblast	Typové informace	Vhodné kanály	Druh výstupu
Kulturní události	Jarmark, Festival	FB, Web, email, plakáty	Informování před událostí a fotoreportáž po události
Mimořádné krizové situace	Požár, nehoda, povodně	SMS, FB, Web	Informování při situaci, informace o jejím ukončení a návazné kroky
Obecné dění ve městě	Otevření nového podniku, registrace do jeslí	FB, Web, Email	Průběžně dle vzniku události
Dopravní situace	Uzávěra, rozšíření parkovacích kapacit	FB, Web, Email	Jednorázově před vznikem situace
Rozhodování vedení města	Zastupitelstvo	FB, Web, Email	Před, při i po. Průběžné info o vývoji

8.1 Základní pravidla efektivní komunikace s veřejností

Pro dosažení efektivní komunikační je třeba držet se základních principů a postupů:

- ▼ Připravit publikaci kalendář komunikace minimálně na období 1 měsíce dopředu (co, kdy, komu, jak)
- ▼ Definovat dlouhodobá komunikační témata a hodnoty města ve spolupráci s vedením města
- ▼ Přiřadit témata relevantním cílovým skupinám a komunikačním kanálům
- ▼ Dle zpětné vazby průběžně aktualizovat cílové skupiny i podsegmenty pro personifikaci komunikace
- ▼ Nastavit správné komunikační kanály k naplnění strategických cílů
- ▼ Držet kontinuální pravidelnou komunikaci jak z hlediska času, tak i tonality a vizuální identity komunikace – tedy výrazně neměnit její charakter, aby nedošlo ke ztrátě kontinuity vybudovaného vnímání
- ▼ Veškerou komunikaci je třeba v čase vyhodnocovat a na základě dat optimalizovat. Následně využívat nejefektivnější, ověřené kanály a nástroje komunikace (kreativa, formáty)
- ▼ V komunikaci se snažit odlišit různé kategorie sdělení – prostřednictvím kreativy, tonality komunikace, nebo využívaných formátů tak, aby komunikační sdělení nezapadlo a nestalo se „neviditelné“
- ▼ Používat formáty, které mají potenciál organického sdělení – zvyšuje dosah a efektivitu celkové komunikace (např. využívat místních veřejně známých osobností v komunikaci)

9. Eliminace problémů v komunikaci s postiženými

Níže uvádíme přehled vhodných opatření pro eliminaci problémů v komunikaci s postiženými.

Podpora formátu Easy-to-read a zjednodušených textů

Dokumenty publikované městským úřadem by měly být přístupné i osobám se zdravotním postižením. Při psaní se proto doporučuje používat zmiňovaný **Metodický postup pro tvorbu srozumitelných sdělení a pro tvorbu zjednodušených textů pro osoby vyžadující zvláštní přístup** (metodika Easy to read), který zveřejnilo Ministerstvo vnitra.

Dokument slouží jako návodná metodická pomůcka, která nabízí pracovníkům veřejné správy doporučení a tipy, jak formulovat složité informace jednodušeji, aby i osoby, které jsou oslabené ve čtení a vnímání složitých informací pochopily podstatu sdělení. Dále se doporučuje zajistit dostupnost základních informací o městském úřadu ve zjednodušeném formátu Easy-to-read.

Zajistit bezbariérový přístup do budovy úřadu

Bezbariérový přístup by měl být standardně umožněn všem občanům, počínaje těmi, kteří mají sníženou schopnost pohybu a konče těmi, kteří musejí používat například invalidní vozík. Proto je nezbytné preventivně zohledňovat bezbariérové standardy při jakýchkoliv změnách a systematicky eliminovat překážky a bariéry bránící přístupu a pohybu po městském úřadu.

Současná úroveň bezbariérového přístupu je shrnutá v kapitole **3.3 Přímá komunikace a proklientská orientace**, v sekci *Bezbariérový přístup*. Architektonické a prostorové uspořádání splňuje **základní** podmínky bezbariérovosti. Detailní hodnocení bezbariérovosti by však mělo být realizováno odborníky či ve spolupráci s osobami s odpovídajícím zdravotním postižením.

Dlouhodobě je nezbytné zohledňovat požadavky vyplývající z aplikace předpisů upravujících bezbariérové užívání staveb. Bezbariérová vyhláška stanovuje rozsah požadavků na bezbariérové užívání staveb, přílohy této vyhlášky pak obsahují konkrétní požadavky na technické řešení. Tato vyhláška je platná a účinná pro celé území České republiky.

Zvyšování standardu bezbariérového přístupu může být obtížné, ale aplikace bezbariérových a podpůrných opatření by měla být realizována na **základě detailního vyhodnocení a odpovídajících návrhů specializovaných společností**. Mezi základní oblasti pro realizaci opatření patří:

- ▼ vstupy s vhodným a jednoduchým otevíráním nebo automatické dveře;
- ▼ venkovní a vnitřní nájezdové rampy ideálně se zábradlím po obou stranách;
- ▼ přístupné stoly a veřejné obslužné pulty (výška a šířka stolu, místo na otočení invalidního vozíku);
- ▼ vhodná šířka chodeb (bez prahů);
- ▼ speciálně upravené a vybavené toalety pro potřeby fyzicky handicapovaných osob;
- ▼ madla na schodech instalovaná ve vhodné výšce;
- ▼ vyhrazení parkovacího místa pro osoby se zdravotním postižením;
- ▼ zveřejnění informace o bezbariérovosti městského úřadu na oficiálních stránkách města;
- ▼ úřední deska ve vhodné výšce – viditelnost, čitelnost a ovladatelnost pro osoby na invalidním vozíku

Přizpůsobení orientačního systému potřebám osob se zdravotním postižením

Současná úroveň orientačního systému je shrnutá v kapitole **3.3 Přímá komunikace a proklientská orientace**, v sekci *Orientace v budově úřadu*. Redesign a aktualizace stávající podoby orientačního systému je v přípravě.

Cílem orientačního systému je co nejvíce usnadnit občanům orientaci v budově městského úřadu a udělat systém dostatečně srozumitelný pro každého. Přehledného orientačního systému lze docílit:

- ▼ vytvořit 3D model budovy MěÚ a hmatový plán prostor,
- ▼ upřednostňovat „čitelnost“ pro slabozraké před „estetikou“ v rámci označení kanceláří a dalších prostor,
- ▼ využívat nástrojů a výstražných značek upozorňující na blízké schodiště a dveře,
- ▼ vytváření hrbolků na površích – umožnění nevidomým se orientovat a detekovat schody a jiné nebezpečí;
- ▼ zajistit dostatečné osvětlení (zejména chodeb městského úřadu);
- ▼ zpracování audio popisů prostoru, např. pro mobilní aplikaci, umožňující zrakově postiženým lepší orientaci v prostoru. Uživatelé radí a nahlas říká, kterým směrem se, co v daném interiéru nachází. Aplikace využívá předem připravených popisů prostoru, k vlastnímu určení směru slouží hardwarový kompas mobilního telefonu.

Základní principy pro tvorbu přehledného orientačního systému přívětivého k osobám se zdravotním postižením by neměl být aplikován pouze v prostorách městské úřadu, ale měl by být zohledňován i při rozvoji venkovního orientačního systému (cedule, ukazatele, směrovky) na celém území města.

On-line přepis mluvené řeči

Simultánní přepis (např. www.eprepis.cz, www.transkript.cz), umožňuje mluvenou řeč simultánně převádět do písemné podoby v reálném čase. Přepisovatel simultánně přepisuje mluvenou řeč a klient si čte text na svém zobrazovacím zařízení. Simultánní přepis může být poskytován také on-line. Tento přepis lze využít při seminářích, konferencích a jiných veřejných akcích, které město pořádá.

Oficiální webové stránky města a mobilní aplikace využívané městem by měly být přístupnější zejména pro osoby se zdravotním postižením, kteří bývají vzhledem ke svému hendikepu znevýhodněni při práci s internetovými stránkami a mobilními aplikacemi.

Za bezbariérově přístupnou webovou stránku se považuje taková stránka, kterou bude moci návštěvník se zdravotním postižením schopný i přes svůj handicap, za pomoci prostředků, které má k dispozici, a způsobem, který mu vyhovuje, efektivně používat a dosáhnout svého cíle. Přístupná webová stránka by měla splňovat následující požadavky:

- ▼ orientace: návštěvník musí být schopen se dostat tam, kam potřebuje;
- ▼ dostupnost: návštěvník se k informacím musí být schopen dostat;
- ▼ srozumitelnost: návštěvník musí rozumět tomu, co se po něm chce;
- ▼ čas: návštěvník toto všechno musí zvládnout v rozumném čase;
- ▼ ovladatelnost: návštěvník musí být schopen ovládat zařízení poskytující informace.

Příklady pro zpřístupnění internetových stránek zdravotně postižením:

Hierarchie nadpisů: nadpisy na webových stránkách slouží návštěvníkům jako záchytné body. Slabozraké osoby se tak mohou při správném rozložení stránky snadno přemístit na jednotlivé nadpisy a stránky webu pro ně budou mít logickou posloupnost.

Zvýraznění prvků: potřeba dbát na dostatečné zvýraznění prvků, které mají sloužit jako odkaz.

Barevný kontrast: zajistit dostatečný barevný kontrast písma pro usnadnění orientace na webové stránce.

Přístupnost klávesnice: slabozraké osoby nebo návštěvníci s motorickým postižením horních končetin využívají k ovládání webové stránky výhradně klávesnici. Obsah a přístupnost webové stránky je proto nutné přizpůsobit tomuto aspektu.

Digitálně prezentovaný audiovizuální obsah: tento způsob obsahu je především vhodný pro osoby se sluchovým postižením.

Zvětšení obsahu webových stránek: slabozrací uživatelé webových stránek používají tzv. softwarové lupy, pomocí kterých si jejich obsah zvětšují.

Alternativní verze webové stránky: další možností je vytvořit alternativní verzi webu pro zdravotně postižené. V takovém případě musí být zajištěno, aby odkaz na alternativní stránky byl dostatečně viditelný a tyto stránky byly obsahově shodné s primárními stránkami.

Specializovaná řešení webových rozšíření pro ozvučení obsahu (např. FriendlyVox): Umožňují zpřístupnění informačních a komunikačních služeb bez nutnosti užití zraku. Pro ovládání portálu tak stačí pouze klávesnice a všechny potřebné informace jsou předávány hlasovým výstupem.

Nástroje pro vizualizaci synchronního přepisu (speech-to-text)

Řešení lze využít na akcích, kde se očekává účast osob se zdravotním postižením, kombinuje aplikaci (např. Polygraf Masarykovy univerzity) a osobní displejové řešení (mobil, tablet, notebook), služba je určena uživatelům se sluchovým postižením závislým na přepisu mluveného slova.

Implementační část

10. Implementační plán – financování, harmonogram, prioritizace

Implementační plán je výsledkem spolupráce projektového týmu při prioritizaci navrhovaných opatření Koncepce komunikace. Jeho součástí jsou opatření s vysokou prioritou, která by měla být realizována v časovém horizontu let 2022-2023. Zbylá opatření (priorita střední a nízká) jsou uložena **Zásobníku opatření**, který je publikován jako tabulková Příloha ve formátu .xlsx – Zásobník opatření. Pravidla práce se zásobníkem jsou stanovena v kapitole 11.

Cíl	Opatření	Priorita	Realizace	Typ	Realizace	Garant aktivity, dotečené subjekty
1.2	Zohlednění principů komunikace s osobami se zdravotním postižením v komunikaci města	Vysoká	Existující úvazek	Kontinuální	Q1 2023	Zaměstnanci úřadu
1.3	Formalizace kompetencí pracovníka komunikace	Vysoká	Existující úvazek	Jednorázová	Q4 2022	Vedení města
1.3	Sjednocení vizuálního stylu komunikace	Vysoká	Investice	Kontinuální	-	Externí firma, vedení města
1.3	Nastavení a vymáhání standardů týkající se struktury a podoby písemné a elektronické komunikace	Vysoká	Existující úvazek	Kontinuální	-	vedení města
1.3	Definice a implementace procesu sdílení a předávání informací veřejnosti	Vysoká	Existující úvazek	Jednorázová	Q2 2023	Pracovník komunikace
1.5	Změnit správu, řízení a využití sociálních sítí	Vysoká	Existující úvazek	Jednorázová	Q4 2023	Informatik, Pracovník komunikace
2.1	Vytvoření oficiálního profilu města na síti Facebook	Vysoká	Existující úvazek	Jednorázová	Q4 2023	Informatik, Pracovník komunikace
2.1	Vytváření a propagace událostí a akcí na síti Facebook	Vysoká	Existující úvazek	Kontinuální	-	Pracovník komunikace, Redaktor
2.1	Vzdělávací kurzy ke komunikaci na sociálních sítích	Vysoká	Investice – do 4.000 Kč / osoba	Jednorázová	Q4 2023	Pracovník komunikace + Externí dodavatel
2.1	Zpracování komunikačního plánu města	Vysoká	Existující úvazek	Periodická (min. 1x R)	Q4 2023	Pracovník komunikace, Tajemník, Vedení
2.1	Sjednocení komunikačních sdělení a vizuální formy příspěvků	Vysoká	Existující úvazek + Grafik	Jednorázová	Q1 2023	Pracovník komunikace, (Externí) Grafik
2.4	Příprava a periodická aktualizace plánu komunikace města	Vysoká	Existující úvazek	Periodická (1x R, 1x M)	Q1 2023	Pracovník komunikace
3.1	Poskytovat osobám zodpovědným za komunikaci s médii mediální trénink	Vysoká	Investice	Periodická (1x R)	Q1 2023	Starosta, Místostarosta
3.1	Nastavení a formalizace spolupráce s SKC pro propagaci akcí	Vysoká	Existující úvazek	Jednorázová	Q1 2023	Vedení města, Pracovník komunikace, zástupce SKC
3.3	Pravidelná aktualizace opatření Koncepce komunikace	Vysoká	Existující úvazek	Periodická (1x R)	Q1 2023	Pracovník komunikace, Tajemník, Vedení

11. Pravidla aktualizace koncepce

Koncepce bude aktualizována 1x za 4 roky v podobě aktualizace poznatků analytické části a revize priorit, strategických cílů a nastavení nových opatření v souladu s úrovní komunikace v době aktualizace.

Implementační plán a zásobník opatření bude vyhodnocován 1x za 12 měsíců na závěr kalendářního roku formou hodnocení stavu realizace schválených opatření v implementačním plánu a přiřazení priorit pro aktivity v zásobníku opatření pro další funkční období (následující rok).

Za aktualizaci koncepce a vyhodnocování indikátorů odpovídá pracovník komunikace a tajemník.

Pravidla hodnocení naplňování koncepce

Vyhodnocování Koncepce bude probíhat ve dvou samostatných osách:

- ▼ Stav plnění implementačního plánu (Dokončeno / Probíhá / V přípravě / Neaktivní)
- ▼ Měření vývoje soustavy indikátorů

Stav plnění implementačního plánu

Implementační plán zahrnuje prioritizované projekty pro daný kalendářní rok, zásobník opatření eviduje plánovaná opatření s nižší prioritou, která mohou být realizována v následujících letech. Implementační plán i zásobník opatření jsou tvořeny ucelenou přehledovou tabulkou všech opatření kategorizovaných strategických cílů. Zásobník opatření může kontinuálně či periodicky doplňován a aktualizován na základě podnětů pracovníků úřadu či veřejnosti.

Cílem je realizace definovaných opatření pro dané období implementačního plánu a dlouhodobě realizace všech opatření uvedených v rámci zásobníku.

Měření vývoje soustavy indikátorů

Měření monitorovacích indikátorů Koncepce komunikace bude probíhat 1x za rok. Indikátory podléhají realizaci dotazníkových šetření/anket, které mapují spokojenost veřejnosti s úrovní komunikace města. Koordinátorem vyhodnocování změn je Pracovník komunikace. Indikátory jsou nastaveny tak, aby bylo možné je kvantifikovat metodicky uceleným způsobem. Vyhodnocení bude obsahovat kvantifikaci indikátorů (v souladu s uvedenou výpočtu) za dané období a následně rovněž vyhodnocení změny (rozdílů hodnot).

Dotazníkové šetření lze realizovat ucelenou formou (opakující se znění publikované v rámci zpracování koncepce), či je možné spokojenost ve vybraných oblastech komunikace mapovat přes dílčí anketní šetření.

12. Monitorovací indikátory

Soustava monitorovacích indikátorů navazuje na vymezenou vizi a strategické cíle města. Primárně byly zvoleny takové indikátory, které jsou pro město dostupné a snadno vyhodnotitelné. Ke každému monitorovacímu indikátoru byl vytvořen popis, která má následující strukturu:

- ▼ Popis indikátoru
- ▼ Vazba na strategický cíl
- ▼ Měrná jednotka – jednotka, ve které je daný indikátor měřen
- ▼ Metodika a výpočet – popis metodiky, podle které je zjišťována hodnota indikátoru,
- ▼ Naplňování indikátoru – výchozí hodnota (pokud relevantní) a cíle
- ▼ Zdroj dat pro výpočet indikátoru
- ▼ Perioda vyhodnocování – časový interval vyhodnocení indikátoru.

Výchozím předpokladem monitoringu naplňování koncepce komunikace s veřejností je periodické opakování dotazníkového šetření mezi veřejností, které umožní mapování spokojenosti s nástroji a kvalitou obsahu komunikace.

#	Indikátor
1	Výsledky dotazníkového šetření v oblasti komunikace
2	Spokojenost veřejnosti s úrovní komunikace pracovníků městského úřadu
3	Spokojenost s dostupností informací o plánech, dění a změnách ve městě
4	Návštěvnost webu https://www.staremesto.uh.cz/
5	Zájem o oficiální Facebook stránku města – Staré Město Oficiální
6	Důvěra v radnici (vnímání veřejnosti)
7	Naplňování stanovených opatření

Indikátor č. 1 - Výsledky dotazníkového šetření v oblasti komunikace

Popis indikátoru	Mapuje celkovou spokojenost občanů v oblasti komunikace
Vazba na strategický cíl	1.1 Profesionální, efektivní, vstřícná a snadná komunikace zaměstnanců MěÚ
Měrná jednotka	Procentuální zastoupení dle kategorií odpovědí.
Metodika a výpočet	Indikátor lze vyhodnocovat jako celek v rámci samostatného dotazníkového šetření zaměřující se na témata definovaná v Koncepci komunikace s veřejností, či je možné se zaměřit pouze na vybrané otázky, které lze pokládat v rámci jiných anket/šetření.
Naplňování indikátoru	Nárůst procentuálního zastoupení pozitivních odpovědí v rámci prováděných šetření.
Zdroj dat	Vyplněné dotazníky občanů města
Perioda vyhodnocování	Min. 1 x za 2 roky.

Indikátor č. 2 - Spokojenost veřejnosti s úrovní komunikace pracovníků městského úřadu

Popis indikátoru	Mapuje celkovou subjektivní spokojenost občanů v oblasti vnímané úrovně komunikace pracovníků městského úřadu.		
Vazba na strategický cíl	Globální indikátor – subjektivní vnímání veřejnosti		
Měrná jednotka	Procentuální zastoupení dle kategorií odpovědí.		
Metodika a výpočet	Indikátor lze vyhodnocovat jako součást širšího celku v rámci dotazníkových šetření, či jako výsledek dílčího anketního šetření ve vztahu ke konkrétní otázce – Spokojenost s úrovní komunikace pracovníků. Hodnoceny jsou pozitivní kategorie odpovědí - „Ano“ a „Spíše ano“		
Naplňování indikátoru	Výsledek šetření 2021	Šetření / Anketa 2022	Šetření / Anketa 2023
	65,5 %	<i>Zvýšení podílů + reakcí</i>	<i>Zvýšení podílů + reakcí</i>
Zdroj dat	Vyplněné dotazníky občanů města / Anketní otázka – komunikační kanály města.		
Perioda vyhodnocování	Min. 1 x za rok.		

Indikátor č. 3 - Spokojenost s dostupností informací o plánech, dění a změnách ve městě

Popis indikátoru	Mapuje celkovou subjektivní spokojenost občanů v oblasti dostupnosti informací o plánech, dění a změnách ve městě.		
Vazba na strategický cíl	2.4 Komunikace projektových aktivit města		
Měrná jednotka	Procentuální zastoupení dle kategorií odpovědí.		
Metodika a výpočet	Indikátor lze vyhodnocovat jako součást širšího celku v rámci dotazníkových šetření, či jako výsledek dílčího anketního šetření ve vztahu ke konkrétní otázce – Spokojenost s úrovní komunikace pracovníků. Hodnoceny jsou pozitivní kategorie odpovědí - „Ano“ a „Spíše ano“		
Naplňování indikátoru	Výsledek šetření 2021	Šetření / Anketa 2022	Šetření / Anketa 2023
	61,8 %	<i>Zvýšení podílů pozitivních</i>	<i>Zvýšení podílů pozitivních</i>
Zdroj dat	Vyplněné dotazníky občanů města / Anketní otázka – komunikační kanály města.		
Perioda vyhodnocování	Min. 1 x za rok.		

Indikátor č. 4 - Návštěvnost webu <https://www.staremesto.uh.cz/>

Popis indikátoru	Mapuje celkový zájem o dění ve městě a nepřímo popisuje přidanou hodnotu webu města jako informačního zdroje.		
Vazba na strategický cíl	2.2 Rozvoj a rozšiřování komunikačních nástrojů města		
Měrná jednotka	Absolutní hodnota – počet návštěv ročně		
Metodika a výpočet	Metodika a výpočet se liší dle nasazeného redakčního systému. Preferovanou cestou je využití platformy Google Analytics. Indikátor je možné dále členit a analyzovat pro jednotlivé sekce / stránky webu.		
Naplňování indikátoru	2021	2022	2023
	Není evidováno	Navýšení počtu	Navýšení počtu
Zdroj dat	Redakční systém webu / Analytické platformy		
Perioda vyhodnocování	Min. 1 x za rok.		

Indikátor č. 5 - Zájem o oficiální Facebook stránku města – Staré Město Oficiální

Popis indikátoru	Mapuje celkový zájem o dění ve městě publikované skrze sociální síť Facebook.		
Vazba na strategický cíl	2.1 Efektivní komunikace na sociálních sítích		
Měrná jednotka	Absolutní hodnota		
Metodika a výpočet	Hlavním indikátorem je součet „To se mi líbí“ a „Sledování“		
Naplňování indikátoru	2021	2022	2023
	Není evidováno	Navýšení počtu	Navýšení počtu
Zdroj dat	Správcovské prostředí stránky města na sociální síti Facebook		
Perioda vyhodnocování	Min. 1 x za rok.		

Indikátor č. 6 – Důvěra v radnici

Popis indikátoru	Mapuje důvěru v radnici ze strany široké veřejnosti.		
Vazba na strategický cíl	1.4 Zvýšení důvěry v radnici a posílit vnímání jako otevřeného a vstřícného orgánu		
Měrná jednotka	Procentuální zastoupení dle kategorií odpovědí.		
Metodika a výpočet	Indikátor lze vyhodnocovat jako součást širšího celku v rámci dotazníkových šetření, či jako výsledek dílčího anketního šetření ve vztahu ke konkrétní otázce – „Důvěryhodnost komunikace volených zástupců“. Hodnoceny jsou pozitivní kategorie „školního“ systému hodnocení („1“ a „2“), které de facto odpovídají systému - „Ano“ a „Spíše ano“		
Naplňování indikátoru	2021	2022	2023
	77,1 %	Cíl: 80 %	Cíl: 85 %
Zdroj dat	Dotazníkové šetření / Anketní otázka		
Perioda vyhodnocování	Min. 1 x za rok.		

Indikátor č. 7 – Naplňování stanovených opatření

Popis indikátoru	Mapuje celkové naplňování / realizaci schválených opatření definovaných Konceptí.		
Vazba na strategický cíl	Globální cíl – Koncepce komunikace s veřejností		
Měrná jednotka	Ano / Ne		
Metodika a výpočet	Provedení kontroly stavu realizace schválených opatření, resp. zásobníku opatření.		
Naplňování indikátoru	2021	2022	2023
	0 z 54 opatření	20 z 54 opatření	40/54 opatření
Zdroj dat	Zásobník opatření – Garanti opatření		
Perioda vyhodnocování	Min. 1 x za rok.		

13. Rejstřík

13.1 Obrázky

Obrázek 1 Principy komunikace, vztah obsah-nástroje-audience	16
Obrázek 2 Principy komunikace	17
Obrázek 3 Struktura hodnocení stávající úrovně komunikace.....	20
Obrázek 4 Fotografie orientačního systému úřadu	23
Obrázek 5 Otisk obrazovky webu města	26
Obrázek 6 Mapa poloh hlásičů městského rozhlasu	30
Obrázek 7 Typologizace cílových skupin	36
Obrázek 8 Metodické členění SWOT analýzy	40
Obrázek 9 Logická struktura návrhové části koncepce	57

13.2 Tabulky

Tabulka 1 Nasazení nástrojů OPZ v prostředí města.....	7
Tabulka 2 Složení pracovních skupin projektu	8
Tabulka 3 Přehled komunikačních kanálů města	25
Tabulka 4 Návštěvnost webu města	25
Tabulka 5 Souhrnný přehled využití nástroje Hlášení rozhlasu.....	29
Tabulka 6 Přehled dotazů dle let.....	31
Tabulka 7 Přehled průměrného počtu řešených dotazů dle odborů	32
Tabulka 8 Přehled politických profilů členů rady	34
Tabulka 9 Stav realizace opatření koncepce eGovernance	35
Tabulka 10 Matice komunikačních témat a nástrojů	37
Tabulka 11 Doporučené členění využití komunikačních nástrojů města	67

14. Příloha č. 1 – Zásobník opatření

Publikován jako samostatný dokument ve formátu Microsoft Excel (.xlsx)

15. Příloha č. 2 – Export námětů, připomínek, doporučení (verbatim)

Větší profesionalitu úředníků.
Webové stránky hrůza, 1 příspěvek za měsíc
Větší využití měst.rozhladu
Chybi mi jednotna stranka Mesta Staré Mesto na facebooku. Je neprehledne sledovat stranku Deni ve Starém Meste, a kazdeho politika. Chtrlo by to jednu facebookovou stranku (bez politicke prislusnosti) kde budou veskere onformace o deni, atd.
Zlepšit komunikaci přes sociální sítě
Zlepšení webu MÚ
Prodoužení úředních hodin, více podrobných informací na webových stránkách města.
až 3 třikrát měsíčně vychazet staroměstské noviny
Uvítala bych modernější vzhled a větší přehlednost webových stránek.
Zlepšit hlášení online, občas nelze poznat napr. Ve kterých ulicích nepůjde proud apod.
Napadá mě, že by nebylo špatné informovat o plánovaných odstávkách elektřiny. V bytovkách třeba letáčky na nástěnce prostřednictvím domovnice , RD
Aktuálnější, týdenní informace.
Větší rozsah otevírací doby pro zaměstnané
Víc vstřícnosti a hlavně se nad lidi nepovyšovat
Staroměstské noviny dříve (za pana Kubíčka) se nedají srovnat s novinami, které vychází nyní. Staroměstské noviny se změnily v portfolio fotek a krátkých článků, ve kterých jsou mnohdy pravopisné chyby. Chybí mi "novinové" rubriky. Na fotografie se mohou podívat i na Facebooku zadarmo. Kvalita tisku je samozřejmě lepší, ale kvalita textů a výběru fotografií pokulhává. Už si noviny nekupuji tak často.
pořídít nový web města
Tištěné Staroměstské noviny - neaktuální informace a málo pestré a nezajímavé články.
Jako jsem neslyšící, mohlo být s tlumočnicí CZJ nebo tableta online tlumočení na úřadě SM automatické přítomen...
Chybí mi tu informace kdo se narodil, kdo vstoupil do manželství a kdo zemřel..... je to vlastně takový koloběh života města
Zájemcům posílat novinky mailem
Castejsí secení trávy na detskyh hristich, vytrgavani trávy u jiz revitalizace zelene- prerostene kere
Komunikace je dobra
Zbudování více turistických lákalel
Lepší informovanost o odstávkách vody, elektřiky
Vše v pořádku
Pracovníci MěÚ mnohdy nebývají k zastížení (osobně v úředních hodinách ani telefonicky v úředních hodinách), web SM by opravdu mohl získat nový kabát a množství dostupných informací, jednoduchých odkazů na události, dokumenty, návody na životní situace (viz například web UH), newslettery o chystaných akcích, rozhodování atd. do emailu by byly výborné! Každopádně děkuji všem zaměstnancům MěÚ za práci pro občany SM.
Aktualizace webu
Dlouhá čekací doba