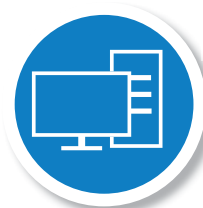
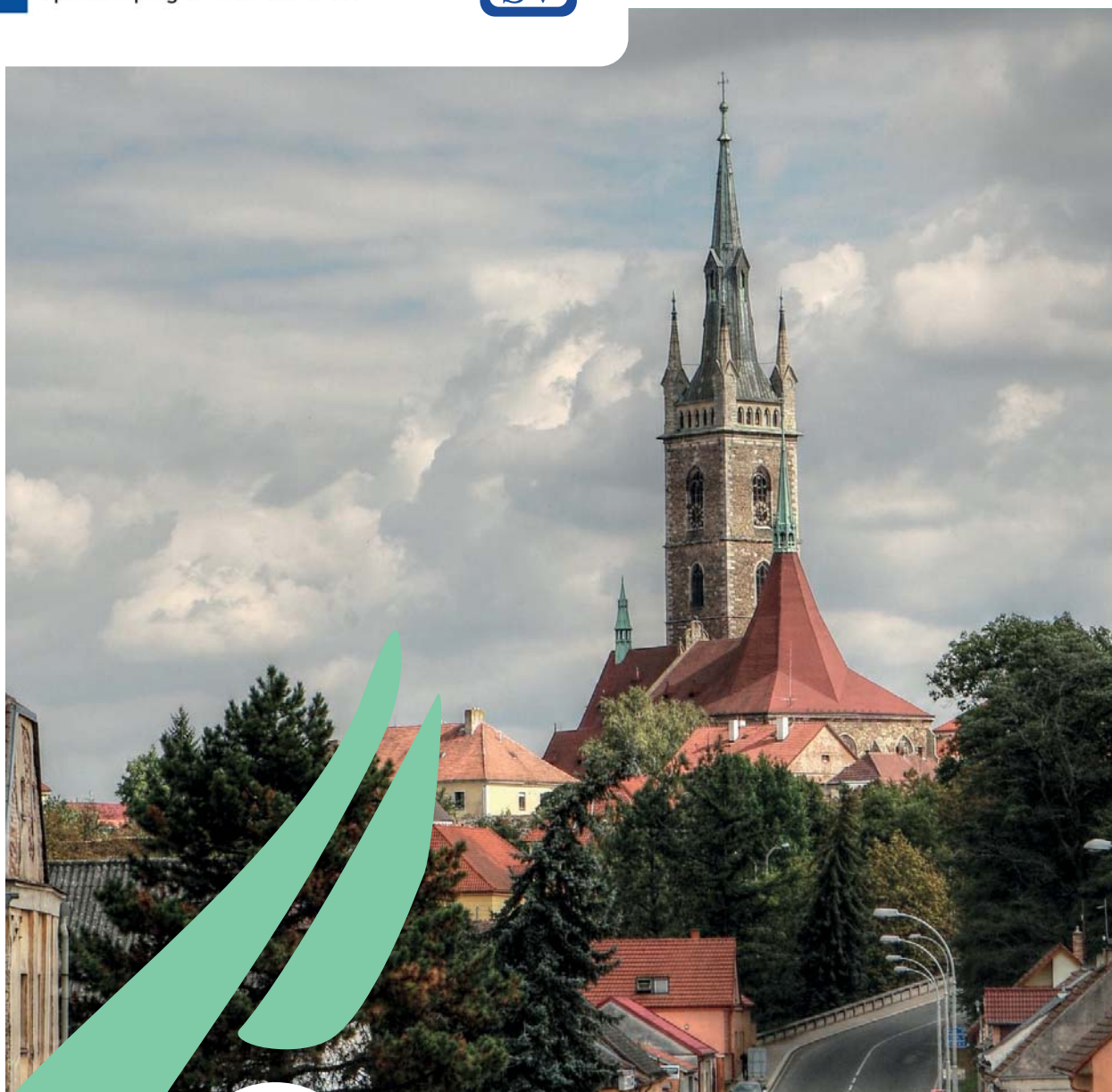




Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

MIKROREGIONU ČÁSLAVSKO



Komunikační strategie dobrovolného svazku obcí Mikroregion Čáslavsko byla zpracována v rámci projektu „Přívětivý Mikroregion Čáslavsko“, reg. č.: CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016770.

Projekt byl spolufinancován z prostředků Evropského sociálního fondu prostřednictvím Operačního programu Zaměstnanost.



EVROPSKÁ UNIE
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Čáslav, 2022

Komunikační strategie Mikroregionu Čáslavsko byla schválena shromážděním starostů Mikroregionu Čáslavsko dne 15. 12. 2022, číslo usnesení 2022.16.



OBSAH

ÚVOD	4
Cíle komunikační strategie	4
Cílové skupiny	5
AKTUÁLNÍ TRENDY V KOMUNIKACI S OBČANY	6
SPECIFIKA MIKROREGIONU S DOPADEM NA KOMUNIKACI	7
Výsledky dotazníkového šetření	8
KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE MIKROREGIONU	12
Analýza využívaných komunikačních prostředků DSO Mikroregion Čáslavsko	14
Návrh opatření pro zlepšení komunikace DSO Mikroregion Čáslavsko	14
KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE JEDNOTLIVÝCH OBCÍ	16
Bratčice	16
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Bratčice	16
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Bratčice	17
Horky	19
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Horky	19
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Horky	20
Horušice	22
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Horušice	22
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Horušice	23
Hostovlice	25
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Hostovlice	25
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Hostovlice	26
Miskovice	28
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Miskovice	28
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Miskovice	29
Semtěš	31
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Semtěš	31
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Semtěš	32
Starkoč	34
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Starkoč	34
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Starkoč	35
Třebonín	37
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Třebonín	37
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Třebonín	38
Tupadly	40
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Tupadly	40
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Tupadly	41
Vidice	43
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Vidice	43
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Vidice	44
Vrdy	46
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Vrdy	46
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Vrdy	47
Žehušice	49
Analýza využívaných komunikačních prostředků městyse Žehušice	49
Návrh opatření pro zlepšení komunikace městyse Žehušice	50
Žleby	52
Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Žleby	52
Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Žleby	53
SHRNUTÍ NÁVRHOVÉ ČÁSTI	55
STRUČNÁ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE OSTATNÍCH ČLENSKÝCH OBCÍ MIKROREGIONU	56
ZÁVĚR	71
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	72
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	72
PŘÍLOHY	73



ÚVOD

Tato komunikační strategie je zpracována v rámci projektu „Přívětivý Mikroregion Čáslavsko“, jehož cílem je komplexní zkvalitnění komunikace v mikroregionu s důrazem na využití efektivních komunikačních nástrojů a moderních forem komunikace. Do projektu je zapojeno 13 z celkových 28 členských obcí, a sice Bratčice, Horky, Horušice, Hostovlice, Miskovice, Semtěš, Starkoč, Třebonín, Tupadly, Vidice, Vrdy, městys Žehušice a Žleby.

Realizace projektu potrvá dva roky a bude rozdělena do několika dílčích, nicméně vzájemně propojených, navazujících aktivit. Ty vycházejí z potřeby rozvíjet komunikaci s veřejností tak, aby jí co nejlépe vyhovovala. Naplnění této strategie pomůže obcím budovat image důvěryhodných, otevřených, vstřícných a moderně komunikujících institucí, což bezesporu posílí kredit obcí ve vztahu k veřejnosti. Komunikační strategie tak může být jedním z moderních nástrojů řízení obce.

Předkládaná komunikační strategie obsahuje část analytickou a návrhovou. Analytická část popisuje a hodnotí aktuální stav komunikace a využívané komunikační prostředky v zapojených obcích a Mikroregionu Čáslavsko, přičemž si všímá jak fungujících prvků komunikace, tak případných nedostatků či příležitostí. Z provedené analýzy vychází návrhová část, která předkládá vizi komunikace mikroregionu a do projektu zapojených obcí v blízké budoucnosti; větší pozornost by přitom měla být věnována moderním komunikačním nástrojům a komunikaci na sociálních sítích.

Pro zpracování této strategie bylo využito přímého dotazování u představitelů a zaměstnanců obcí i dotazníkového šetření u široké veřejnosti s cílem zjistit, do jaké míry jsou občané s komunikací obcí aktuálně spokojeni, jaké komunikační kanály nejvíce využívají a jaké komunikační prostředky by do budoucna preferovali. Dotazníkové šetření probíhalo v srpnu 2021, dotazník byl propagován prostřednictvím webových stránek a facebookového profilu mikroregionu a dále dle uvážení a možností zapojených obcí, které jej měly k dispozici i ve verzi pro tisk.

Komunikační strategie navazuje na Strategický rozvojový dokument Mikroregionu Čáslavsko, zpracovaný na období 2021–2028, konkrétně na prioritu č. 10 – Dobrá informovanost občanů, v níž je kvalitní komunikace zahrnuta. Komunikační strategie je střednědobý dokument, aktuální k datu zveřejnění. Do budoucna je nezbytné jej průběžně vyhodnocovat a dle potřeby aktualizovat.

S komunikací úzce souvisí i prezentace obcí/mikroregionu navenek. V úzké spojitosti s komunikační strategií proto budou zpracovány manuály jednotného vizuálního stylu všech zapojených obcí i mikroregionu, díky nimž budou obce moci utvářet svou jednotnou image a současně se identifikovat jako součást mikroregionu.

Cíle komunikační strategie

Kvalitní komunikace je veřejností vnímána jako vstřícná, otevřená, objektivní. Efektivní komunikace obce, zohledňující současně i názory a podněty veřejnosti, přispívá k transparentnosti obce a pomáhá zvyšovat důvěryhodnost úřadu ve vztahu k občanům i dalším subjektům. Je žádoucí, aby komunikace byla nikoliv jednostranným procesem ve smyslu předávání informací, ale procesem oboustranným, tedy aby veřejnost byla vnímána jako rovnocenný komunikační partner s možností podílet se na rozvoji obce i úřadu jakožto organizace. V případě, že v rozhodovacích procesech nebudou zohledňovány postoje veřejnosti, mohou se přijatá rozhodnutí dostat mimo realitu praktického života v obci.

Dosažení těchto cílů však klade vyšší nároky na představitele obcí a jejich úředníky, a to zejména v souvislosti s potřebou ovládat vedle znalostí příslušné problematiky a formálních pravidel i komunikační dovednosti a přizpůsobovat komunikaci aktuálním trendům a požadavkům veřejnosti, která v současnosti preferuje více iniciativy a méně formálnosti.



Komunikační strategie nastavuje ucelenou koncepci systematické a standardizované komunikace obcí a mikroregionu s veřejností o svých aktivitách a plánovaných krocích či projektech a také to, jakým způsobem se občané a další subjekty mohou do těchto činností zapojit.

Obecné (vnější) cíle komunikační strategie:

- zajistit maximální možnou informovanost veřejnosti o aktivitách obce a životě v ní, tj. zajistit maximální možnou dostupnost informací, které budou včasné, komplexní a současně srozumitelné a přehledné;
- vytvářet prostor pro práci se zpětnou vazbou občanů – získávat jejich názory a podněty a systematicky s nimi pracovat;
- motivovat občany k aktivnímu zapojení se do života v obci a spolurozhodování o budoucnosti obce;
- zvýšit pozitivní vnímání obcí a jejich úřadů.

Dosažení obecných cílů je podmíněno realizací cílů specifických, zaměřených na vnitřní prostředí, v němž komunikační proces probíhá.

Specifické (vnitřní) cíle komunikační strategie:

- sjednotit, kategorizovat a standardizovat komunikační nástroje používané uvnitř i vně obecního úřadu;
- zajistit optimální interakci a komunikaci mezi vedením obcí a zaměstnanci a mezi zaměstnanci navzájem;
- zefektivnit proces distribuce informací – zefektivnit cílení informací na jednotlivé cílové skupiny, optimalizovat personální zajištění a administraci komunikačních prostředků;
- zvýšit míru pronikání komunikovaných témat k veřejnosti;
- zatraktivnit úřad prostřednictvím otevřeného, profesionálního a přátelského přístupu.

Předpokládá se, že komunikační strategie bude naplňována postupnou realizací dílčích aktivit, přičemž její priority se mohou v průběhu času měnit v závislosti na aktuálních okolnostech. Nedílnou součástí komunikační strategie je proto její pravidelné vyhodnocování. Při něm je třeba sledovat nejen dosažení vymezených dílčích cílů, ale také úroveň personálního zajištění, efektivitu vynakládaných finančních prostředků, žádoucí je rovněž systematicky pracovat se zpětnou vazbou adresátů komunikace. Jen tak je možné zajistit kontinuální a všestranné zlepšování komunikace.

Cílové skupiny

Komunikační strategie Mikroregionu Čáslavsko je zaměřena zejména na širokou veřejnost, tj. na všechny osoby i organizace v regionu působící, jichž se dění v regionu dotýká nebo o něj z jakéhokoliv důvodu projevují zájem.

1) Občané mikroregionu

Velikost této skupiny lze zjednodušeně vyčíslit počtem trvale hlášených obyvatel v členských obcích mikroregionu, který aktuálně sdružuje 28 obcí převážně ORP Čáslav, dvě členské obce přísluší k ORP Kutná Hora. Podle údajů Českého statistického úřadu k 1. 1. 2022 žije v Mikroregionu Čáslavsko celkem 23718 osob, z toho 8960 jich žije v obcích zapojených do projektu.

Občané jsou bezesporu nejdůležitějšími partnery komunikace v rámci obcí, neboť se jich činnost obcí přímo dotýká a prostřednictvím zpětné vazby ji mohou i ovlivňovat. Jde rovněž bezesporu o nejpočetnější skupinu. V rámci ní pak lze definovat dílčí podskupiny se svými specifickými potřebami, a to zejména senioři, děti a mládež atp.



2) Podnikatelské subjekty

Této skupiny se činnost mikroregionu dotýká zejména v případě spolupráce s vybranými subjekty při realizaci konkrétních aktivit. Tato cílová skupina se zajímá především o informace o plánovaných projektech a dotačních možnostech, o možnostech spolupráce s obcemi/mikroregionem nebo investičních příležitostech.

3) Obcemi zřizované organizace, spolky, zájmové skupiny

Do této skupiny patří mateřské a základní školy, knihovny a další organizace zřizované obcemi, dále pak sbory dobrovolných hasičů, místní spolky, sportovní oddíly a další subjekty, které se v různém rozsahu podílejí na kulturním a sportovním životě v obcích. Hlavními tématy komunikace je v případě této skupiny spolupráce s obcemi, podpora jejich činnosti a v neposlední řadě koordinace a propagace jimi pořádaných aktivit.

4) Turisté a návštěvníci obcí

Tato cílová skupina skýtá řadu příležitostí. Vyjma města Čáslav a obce Žleby na území mikroregionu nejsou turisticky exponované lokality, a to ani v souvislosti s významnějšími pravidelnými kulturními akcemi. Turisté tak v regionu nejsou příliš výraznou skupinou, rovněž místní akce navštěvuje jen malý podíl občanů z širšího okolí. Zefektivnění komunikace směrem k této cílové skupině by bezesporu pomohlo lépe využít místní potenciál cestovního ruchu.

5) Představitelé a zaměstnanci obcí

Tato cílová skupina zahrnuje volené zástupce a zaměstnance 28 členských obcí, v nichž probíhá oboustranná komunikace jak s mikroregionem, tak i mezi obcemi navzájem. Jde o nevelkou, avšak co do kvalitního přenosu informací velmi důležitou skupinu. Právě volení představitelé a zaměstnanci obcí jsou zodpovědní za kvalitní přenos informací, neboť k nim mají přímý přístup a současně jsou těmi, na které se veřejnost často přímo obrací. Od této skupiny se v rámci komunikačního procesu očekává nejvyšší aktivita a relevantní informace, pro něž je ovšem nezbytná dobře fungující interní komunikace.

Výčet cílových skupin nemusí být kompletní, uvedeny jsou nejvýraznější vnímané cílové skupiny, přičemž je zřejmé, že na základě specifických požadavků bude vždy možné charakterizovat jiné skupiny nebo definovat další podskupiny.

AKTUÁLNÍ TRENDY V KOMUNIKACI S OBČANY

Pro komunikaci ve veřejné správě se využívá řada komunikačních kanálů. Ty jsou voleny s ohledem na velikost a charakter obce, cílovou skupinu, komunikované téma, ale také např. v závislosti na finančních možnostech. Zohledněny by měly být rovněž potřeby a preference obyvatel, podnikatelů a dalších aktérů. Představitelé a zaměstnanci obcí přitom mohou komunikovat s občany přímo, tváří v tvář, nebo nepřímou, prostřednictvím nejrůznějších komunikačních kanálů, přičemž způsoby distribuce informací se mnohdy prolínají či doplňují.

Jednoznačně nejefektivnější je osobní komunikace, umožňující pružně reagovat na dotazy a připomínky, což snižuje míru nepochopení; tato forma komunikace je však časově nejnáročnější. Četnost osobní komunikace se úměrně snižuje s velikostí úřadu, na straně druhé o ni klesá zájem u mladších občanů, kteří často preferují elektronickou a do jisté míry anonymní komunikaci.

Byť výše uvedené platí pro komunikaci organizací obecně, komunikace veřejného sektoru má svá specifika. Mezi ně patří zejména menší flexibilita, s jakou úřady reagují na aktuální komunikační trendy, a také omezený rozpočet vyčleněný na komunikaci. Státní správa není vnějšími okolnostmi nucena udržovat svou konkurenceschopnost, a proto mnohdy způsobu své komunikace navenek nevěnuje dostatečnou pozornost. Současně je třeba brát v potaz, že ruku v ruce s rychlým rozvojem komunikač-



ních nástrojů se mění i priority občanů ve způsobu, jakým informace získávají a jaké formy komunikace s veřejnými institucemi preferují.

Rozvoj internetu a digitálních technologií s sebou přinesl zrychlení komunikace a proudění informací, ale také informační přehlcení. V každém okamžiku je produkováno velké množství informací, které se během několika vteřin snadno rozšíří a jsou dostupné kdykoliv a kdekoliv. Toto informační přehlcení s sebou nese i řadu negativních jevů. Klesá potřeba informace aktivně vyhledávat, prostor nebývá věnován ani jejich ověřování. Pro mnohé je složité rozlišovat oficiální, seriózní, důvěryhodné zprávy od dezinformací nebo důležité informace od těch nepodstatných. Snadnost elektronické komunikace je často příčinou vzniku množství zcela zbytečných zpráv.

Informační přehlcení také způsobuje, že lidé příjmu informací často nevěnují dostatečnou pozornost a jen sklouzávají po povrchu. V záplavě nepřeborného množství informací pozornost strhávají zejména vizuální podněty, klesá ochota číst texty; při čtení lidé navíc často nevnímají obsah, ale jen „skenují“ povrch textu – takto získané informace však mozek vzápětí vypouští. Jakákoliv informace tak musí počítat s obrovskou konkurencí jiných podnětů, které ji mohou snadno zastínit, přehlušit. Není proto snadné efektivně komunikovat vlastní informace – je třeba se odlišit, zaujmout, a to pokud možno i vizuálně, utvářet vlastní značku, umožňující rychlou identifikaci, a v neposlední řadě volit takové komunikační prostředky, díky nimž informace cílovou skupinu adresátů skutečně dostihne. V současné době totiž řada lidí zastává postoj, že „pokud je informace důležitá, najde si mě sama“.

Mění se také role komunikačních prostředků. Vedle tradičních médií (noviny, televize apod.) se stále více rozvíjejí online média a sociální sítě. Téměř kdokoli s přístupem k internetu tak může být šířitelem informací, a to včetně dezinformací. Rovněž komunitní život se do určité míry přesunul do online prostředí, na sociální sítě. Právě ty jsou proto současným trendem v externí komunikaci a příležitostí pro instituce veřejné správy, jak veřejnost zapojit do dění i rozhodovacích procesů v obci.

V kontextu výše uvedeného je více než žádoucí, aby obce systematicky pracovaly na utváření svého pozitivního mediálního obrazu – staly se aktivním informačním zdrojem, poskytujícím důvěryhodné informace a usilujícím o oboustranný informační přenos. Moderní úřad má být službou občanům, měl by se tedy přizpůsobovat jejich potřebám, a to i technologicky. Komunikační kanály by však měly být voleny tak, aby byli informováni všichni občané bez rozdílu – i přes rostoucí popularitu online prostředí je proto stále třeba pamatovat i na starší občany, kteří většinou preferují tištěnou formu informací, nebo obecně na ty, kteří nejsou digitálně vybaveni.

Komunikace úřadů s občany by rovněž neměla být omezena pouze na povinné informace, tedy ty, jejichž povinnost zveřejňování je dána platnou legislativou. Otevřenost a důvěryhodnost úřadu určuje zejména kvalita komunikace nepovinné, tedy toho, o čem úřad s veřejností sice komunikovat nemusí, ale chce, do jaké míry obec občany vnímá jako své rovnocenné komunikační partnery, jimž dává svým přístupem najevo, že s nimi chce spolupracovat.

Efektivní komunikace tedy zahrnuje pozornost věnovanou adresátům informací a jejich potřebám, dodržování etických principů, zásad otevřenosti a transparentnosti, nastolení důvěry a vytváření prostoru pro zpětnou vazbu a dialog. Současně podléhá neustálému vývoji, je průběžně analyzována a v reakci na nové trendy jsou implementována nová opatření a uzpůsobovány komunikační kanály.

SPECIFIKA MIKROREGIONU S DOPADEM NA KOMUNIKACI

Mikroregion Čáslavsko sdružuje zejména menší obce, jejichž představitelé většinou nejsou pro výkon svých funkcí uvolnění, rovněž úřednický aparát těchto obcí bývá minimální. Úřední hodiny obecních úřadů jsou za daných okolností omezeny, a tak patří k místním zvyklostem, že komunikace mezi zástupci



KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE MIKROREGIONU ČÁSLAVSKO

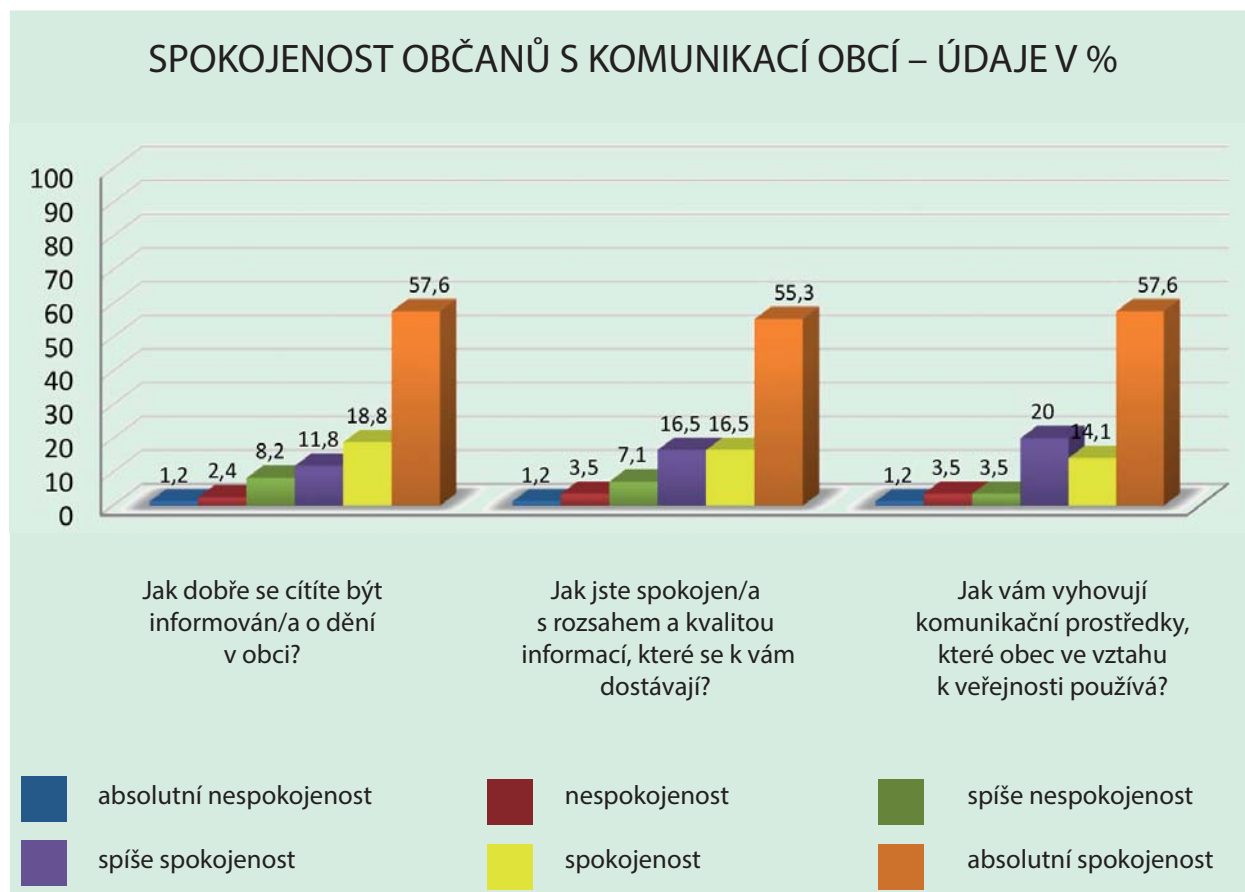
obcí a občany probíhá častěji v přímém osobním kontaktu, a to nezdědka i v neformálním prostředí. Na straně druhé, pokud nejde o informace zásadního charakteru či o problematiku, která se občanů osobně dotýká, jsou většinou v samostatném získávání informací poněkud pasivní a preferují formy komunikace, kdy informace získají bez námahy.

Poměrně velký podíl obyvatelstva mikroregionu tvoří senioři, kteří jsou do značné míry zdrženliví vůči moderním komunikačním kanálům a preferují starší druhy médií – zpravodaje, veřejný rozhlas. Naopak mladší část obyvatel jednoznačně preferuje elektronickou formu informací a žádá, zjednodušeně řečeno, „informace do mobilu“, přičemž se tento požadavek neomezuje pouze na SMS s informacemi zásadního charakteru, ale zájem je rovněž o komunikaci prostřednictvím sociálních sítí, aplikací apod.

Výsledky dotazníkového šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo necelých 100 respondentů, naprostá většina vyplnila dotazník v elektronické podobě. Nízkou odezvu u veřejnosti sice mohl ovlivnit i čas dovolených, v němž průzkum probíhal, předně se však do značné míry potvrdila slova většiny představitelů obcí v tom smyslu, že občané neprojevují příliš velký zájem o činnost obcí a aktivně se do dění a rozhodovacích procesů nezapojují. To mj. potvrzují i odpovědi týkající se získávání zpětné vazby a práce s ní. Zatímco zástupci většiny obcí přiznali, že se aktivně příliš nesnaží získávat zpětnou vazbu od svých občanů, což i část dotázaných potvrdila, více než 50 % respondentů však přesto uvedlo, že obec zpětnou vazbu aktivně získává a systematicky s ní pracuje.

Do průzkumu se zapojili zejména trvale žijící občané (77,6 % respondentů) a chataři a chalupáři (11,8 %), nejčastěji ve věkové kategorii 30–49 let (48,2 %) a 50–64 let (28,2 % respondentů). Potěšující je, že více než tři čtvrtiny dotázaných se cítí být dobře informovány o dění v obci. Převažuje i spokojenost s rozsahem a kvalitou informací a také využívanými komunikačními prostředky. Nejvyšší bodové ohodnocení, tj. maximální spokojenost, přitom ve všech třech kritériích vyjádřilo vždy přes 50 % dotázaných.





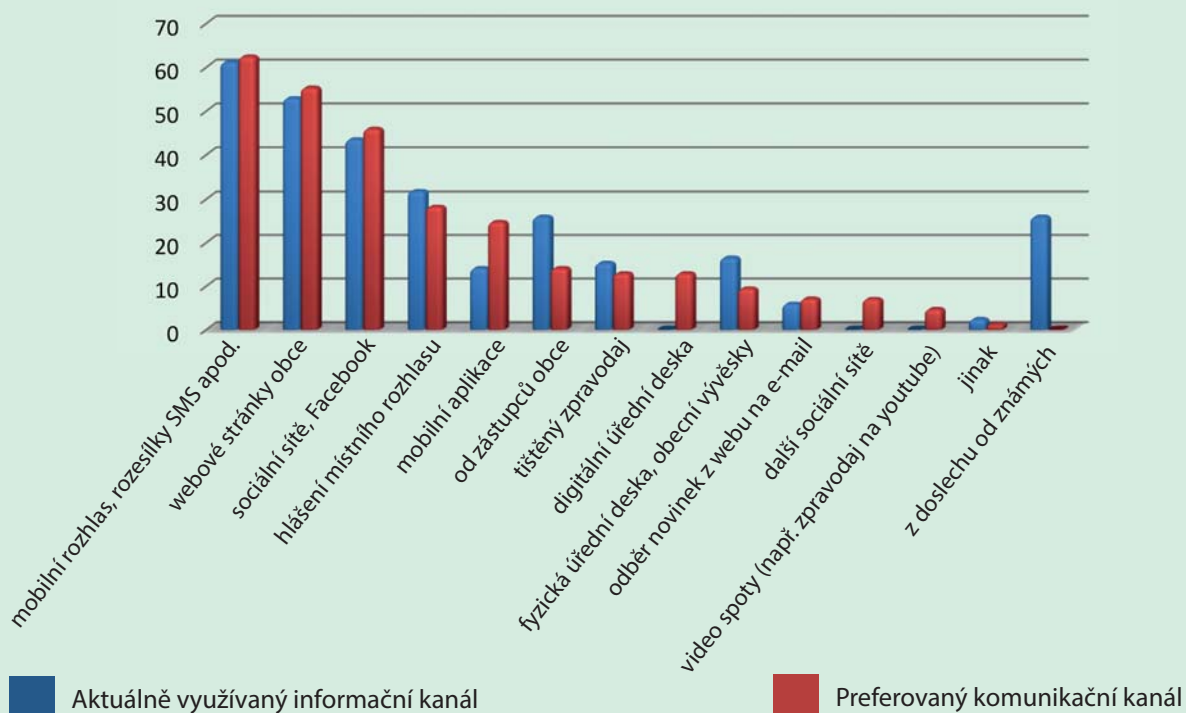
Nejčastěji se občané dozvídají informace prostřednictvím mobilního rozhlasu, který využívá přes 80 % respondentů, dále z webových stránek a sociálních sítí. Z nabídky informačních zdrojů, z níž občané volili tři nejčastější, ale byla poměrně často označena i odpověď „z doslechu od známých“, což není zcela potěšující s ohledem na možnost vzniku dezinformací, neúplnost takto předávaných informací a podobně.

NEJČASTĚJŠÍ ZPŮSOB DOZVÍDÁNÍ SE INFORMACÍ – ÚDAJE V %



Na straně druhé, tři nejčastěji označované komunikační kanály byly současně označeny i jako nejvíce preferované, a to i v obcích, kde aktuálně Facebook není aktivně využíván.

SROVNÁNÍ AKTUÁLNĚ VYUŽÍVANÝCH A PREFEROVANÝCH KOMUNIKAČNÍCH KANÁLŮ – ÚDAJE V %



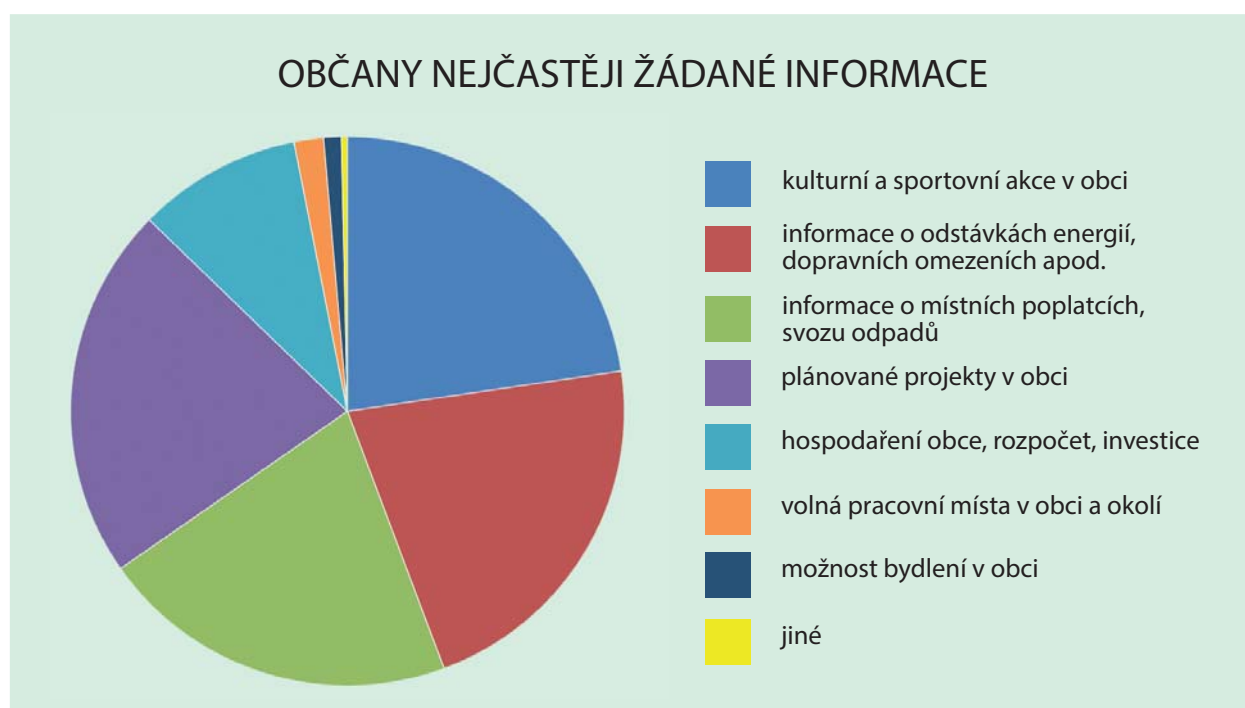


KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE MIKROREGIONU ČÁSLAVSKO

Ze srovnání je rovněž patrný zájem o modernější komunikační formy – mobilní aplikaci a digitální úřední desku, případně o využití dalších sociálních sítí, videospotů apod. Na druhé straně respondenti vyjádřili oproti aktuálně využívaným komunikačním kanálům výrazně menší zájem o fyzickou úřední desku a osobní komunikaci. Zdroj informací „z doslechu od známých“ v nabídce preferovaných komunikačních kanálů z výše uvedených důvodů nebyl uveden.

Skutečnost, že veřejnost preferuje elektronickou formu předávání informací, jejich přísun bez vlastní námahy a také pokud možno sdělované zajímavější formou než prostým textem, dokládají i poznámky uvedené v prostorech pro vlastní komentáře, jako např. „preferuji elektronickou formu informací“, „lepší by to bylo v aplikaci“, „je třeba využívat také nějaký druh komunikace prostřednictvím mobilů“ nebo „jde to digitálně, šetříme naše lesy a peníze obce“.

Občany nejvíce zajímají informace týkající se běžného života v obci – pozvánky na místní akce, odstávky energií apod., tedy informace spadající do oblasti nepovinné komunikace obcí.



Z dotazníkového šetření dále vyplynulo, že úřední deska není hlavním zdrojem informací, přestože většina obyvatel ji nepravidelně alespoň letmo sleduje, případně ji sleduje na webových stránkách (ne celá třetina respondentů). Cca 20 % dotázaných však uvedlo, že k fyzické úřední desce má výhrady anebo by preferovali digitální úřední desku.

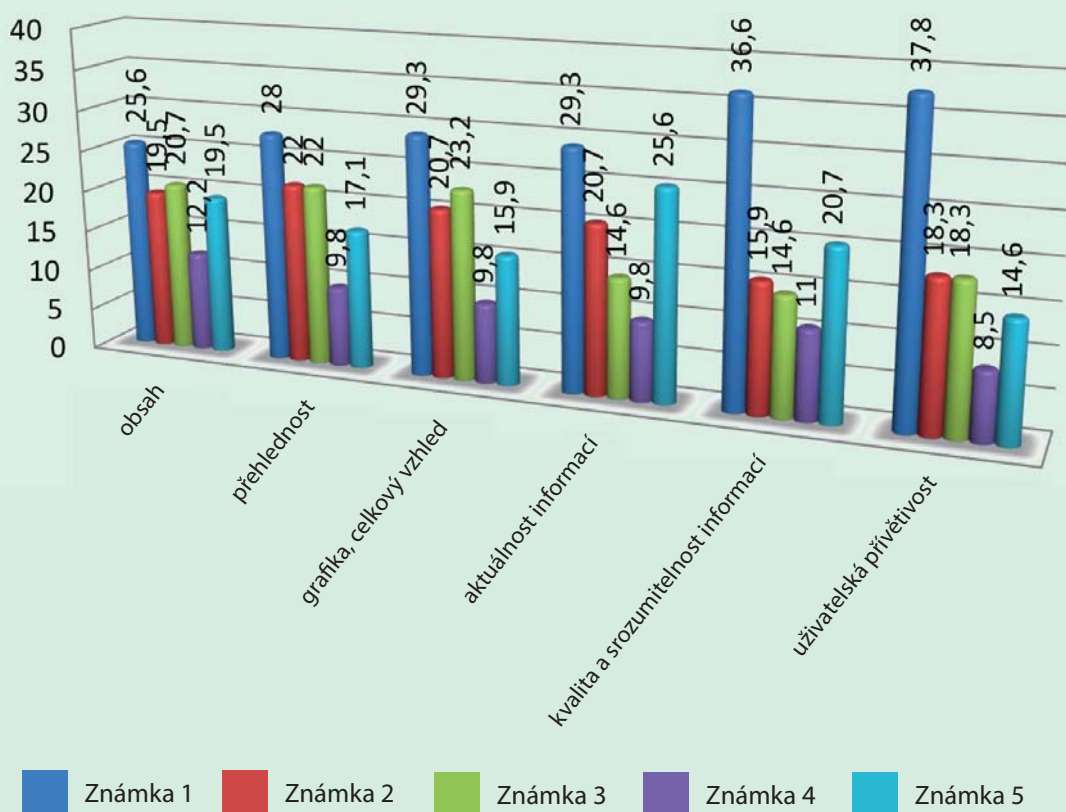
Tištěný zpravodaj, pokud je v obci vydáván, většina respondentů čte a pro 29 % představuje důležitý zdroj informací; naopak jen cca 6 % dotázaných ho nečte vůbec. Cca 35 % občanů uvedlo, že v obci tištěný zpravodaj nevychází, někteří ani netuší, zda v obci je, či není vydáván. Část občanů pak projevilo o tištěný zpravodaj zájem nebo ke stávajícímu vyjádřilo připomínky.

Většina respondentů sleduje webové stránky – pouhých 3,6 % dotázaných uvedlo, že je nesleduje vůbec. Četnost návštěv je ovšem různorodá. Zatímco 36,1 % občanů uvedlo, že na web zavítá alespoň jednou týdně, a 26,5 % jej navštíví alespoň jednou měsíčně, 28 % web obce otevře jen párkrát do roka. Jen 4,8 % respondentů web obce navštěvuje každý den.

Nejrůznorodější odpovědi se vztahovaly k hodnocení webových stránek. Zatímco část respondentů je s nimi spokojena, část naopak hodnotila ve vybraných kritériích i školní známkou 5, tedy s webem absolutně spokojena není.



SPOKOJENOST S WEBEM OBCE – ÚDAJE V %



K nejčastěji využívaným sociálním sítím jednoznačně patří Facebook, který využívá 85,7 % dotázaných. Fanouškem stránky své obce je 59 % z nich, cca 24 % naopak uvedlo, že profil obce nesledují nebo o něm neví.

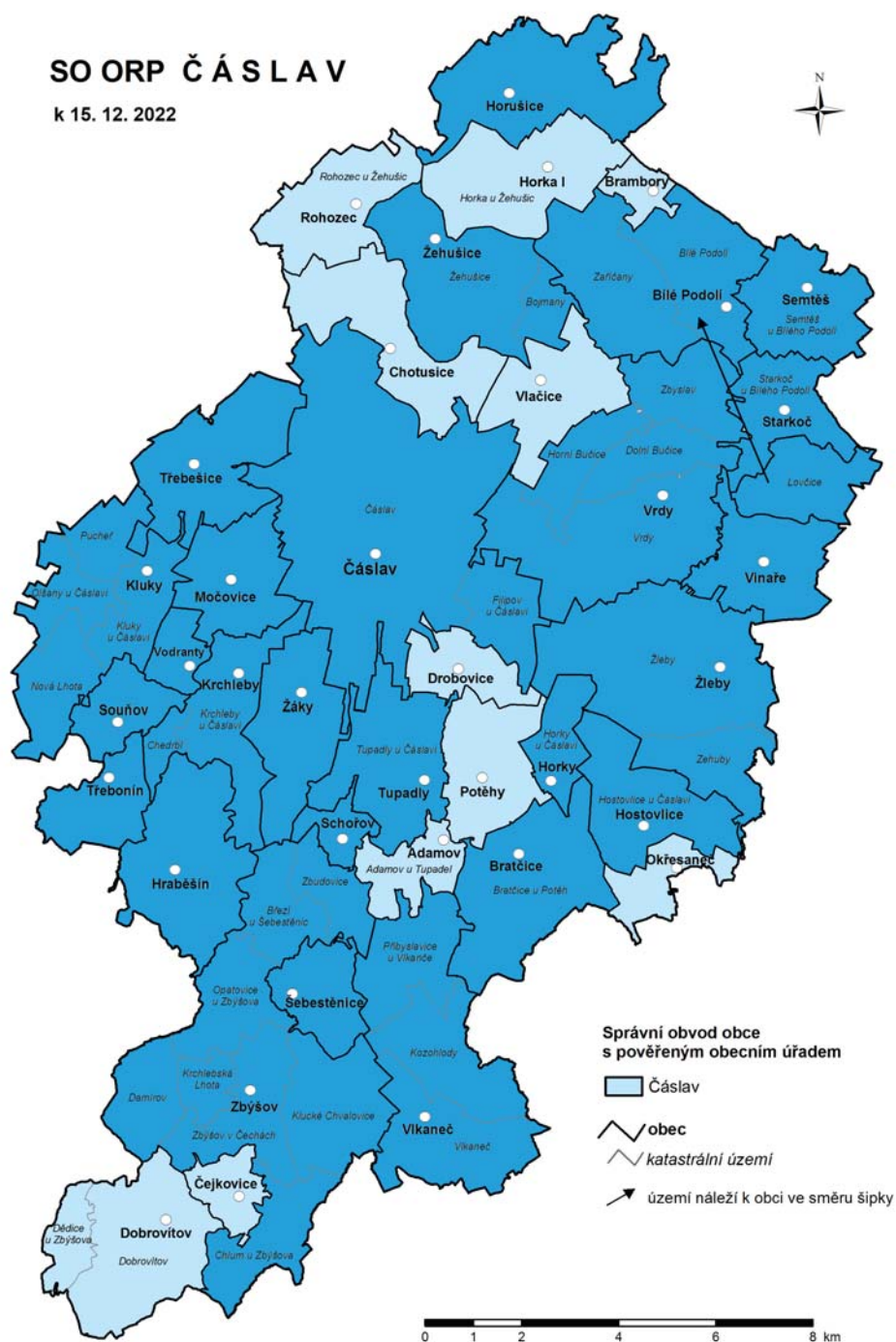
Ze srovnání výsledků dotazníkového šetření s informacemi získanými od zástupců obcí rovněž vyplynulo, že ne vždy mají občané dobrý přehled o tom, jaké komunikační kanály obec skutečně využívá. V některých případech totiž respondenti uváděli, že vybrané komunikační kanály obec nevyužívá, přestože opak je pravdou. Z tohoto důvodu bude v rámci návrhové části pro každou obec doporučeno mj. průběžně informovat o všech dostupných komunikačních kanálech.



KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE MIKROREGIONU

Dobrovolný svazek obcí Mikroregion Čáslavsko byl založen v roce 2007 a postupně se formoval zejména v letech 2015–2016. Od té doby se počet členů rozrostl na současných 28 obcí, převážně z okolí města Čáslav (76 % všech obcí ORP Čáslav), dvě členské obce přísluší k ORP Kutná Hora.

Hlavními cíli mikroregionu je spolupráce obcí v rámci regionálního rozvoje, rozvoje sociálních služeb, zaměstnanosti a zejména zkvalitnění veřejné správy. Vyjma města Čáslav svazek sdružuje převážně menší obce, jimž kancelář mikroregionu dle potřeby poskytuje administrativní podporu. Současně se snaží vytvářet podmínky pro vzájemnou komunikaci a spolupráci obcí, a to zejména v aktuálních otázkách.





Členská obec	Počet obyvatel k 1. 1. 2022	Počet částí obce	Počet členů zastupitelstva	Starosta
Bílé Podolí	596	3	9	uvolněný
Bratčice	391	1	7	neuvolněný
Čáslav	10 128	3	21	uvolněný
Horky	386	1	7	neuvolněný
Horušice	171	1	7	neuvolněný
Hostovlice	256	1	7	neuvolněný
Hraběšín	105	1	7	neuvolněný
Kluky	530	4	7	uvolněný
Krchleby	417	2	7	neuvolněný
Miskovice	1 099	5	15	uvolněný
Močovice	410	1	7	neuvolněný
Semtěš	269	1	7	neuvolněný
Schořov	85	1	5	neuvolněný
Souňov	151	1	7	neuvolněný
Starkoč	149	1	7	neuvolněný
Šebestěnice	83	1	5	neuvolněný
Třebešice	289	1	7	neuvolněný
Třebonín	135	1	5	neuvolněný
Tupadly	666	1	9	neuvolněný
Vidice	274	5	7	uvolněný
Vinaře	265	2	7	neuvolněný
Vlkaneč	615	3	9	uvolněný
Vodranty	85	1	6	neuvolněný
Vrdy	2953	4	15	uvolněný
Zbýšov	630	8	9	uvolněný
Žáký	369	2	7	neuvolněný
Žehušice	827	2	9	uvolněný
Žleby	1384	4	11	uvolněný

*Zvýrazněny jsou obce zapojené v projektu „Přívětivý Mikroregion Čáslavsko“.

Převážnou část komunikace tvoří komunikace s členskými obcemi a spolupracujícími subjekty, nejčastěji prostřednictvím e-mailu, telefonu nebo osobně. V komunikaci s obcemi jde v mnoha případech pouze o jednosměrnou komunikaci směrem k obcím, kdy není očekávána reakce adresátů (rozesílky informací k aktuálním tématům, o dotačních možnostech apod.). Navenek se svazek prezentuje webovými stránkami a disponuje profilem na Facebooku. Komunikace směrem k široké veřejnosti je tedy



KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE MIKROREGIONU ČÁSLAVSKO

omezena jen na několik málo komunikačních kanálů, které navíc nejsou zcela efektivně využívány k cílené propagaci svazku a jeho členských obcí.

Chod kanceláře, tj. veškerou administrativní činnost i komunikaci mikroregionu, zajišťují externě působící předseda DSO a jeden stálý zaměstnanec. V souvislosti s realizací projektu „Přívětivý Mikroregion Čáslavsko“ byl tým posílen o věcného manažera a administrativní pracovníci na celkový přepočtený úvazek 2,5; ostatní činnosti jsou zajišťovány externě na DPP. Z omezených personálních kapacit plyne nedostatek času se komunikaci a propagaci svazku i jeho členských obcí systematicky věnovat. Určité limity přinášejí i stávající komunikační prostředky – omezené využívání moderních komunikačních kanálů, zastaralost webu; pro zvýšení atraktivity informací dlouhodobě chybí i dostatek reprezentativních fotografií.

Zástupci mikroregionu se pravidelně vzdělávají, převažují však spíše oblasti aktuální i pro obce s ohledem na následné poradenství či společné postupy obcí v reakci na legislativní změny, dotační možnosti a podobně. Vzdělávání v oblasti komunikace tak zpravidla nebývá mezi volenými tématy.



Analyza využívaných komunikačních prostředků DSO Mikroregion Čáslavsko

Webové stránky (www.caslavsko.com)

- zastaralá grafika, stránky nevyhovují aktuálním požadavkům z hlediska přístupnosti (zejména chybí responzivita)
- obsahově poměrně rozsáhlý, ne všečen obsah je však pravidelně aktualizován
- integrovaný odkaz na FB profil
- kalendář akcí automaticky přebírá akce jen z několika málo členských obcí

Facebook (Mikroregion Čáslavsko)

- profil veden jako „komunita“
- k 10. 8. 2021 celkem 572 sledujících
- kolísavá aktivita
- příspěvky většinou doplněny obrázkem, sdílené příspěvky i bez vlastního popisu

Mobilní aplikace

- není využívána žádná mobilní aplikace

Zpravodaj

- není vydáván tištěný zpravodaj
- tištěný zpravodaj byl vydáván do r. 2019 jako příloha Čáslavských novin, současně v elektronické verzi na webu
- od r. 2021 je do všech obcí ORP Čáslav zdarma distribuován měsíčník Čáslavské noviny, obsahující i pravidelnou rubriku „Z okolních obcí“, pro niž jsou využívány příspěvky z mikroregionu a obcí ORP

Další formy komunikace

- shromáždění starostů členských obcí (2–3× ročně)
- dílčí setkání starostů v rámci řešení aktuálních témat
- aktivní účast předsedy na jednáních, seminářích apod.



Návrh opatření pro zlepšení komunikace DSO Mikroregion Čáslavsko

Webové stránky

- modernizovat webové stránky, aby splňovaly požadavky na přístupnost a zabezpečení a vzhledem a strukturou odpovídaly aktuálním trendům



- integrovat odkazy na všechny využívané komunikační kanály
- propojit web mikroregionu s weby členských obcí – sdílení kalendáře akcí, úřední desky

Facebook

- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v regionu
- udržovat profil aktivní
- vedle prezentace vlastní činnosti pravidelně prezentovat i členské obce – vlastními příspěvky nebo sdílením příspěvků obcí (mělo by probíhat oboustranně)

Zpravodaj

- v maximální možné míře využívat možnost prezentovat činnost mikroregionu a členských obcí v rubrice „Z okolních obcí“ v měsíčníku Čáslavské noviny
- zvážit vydávání tištěného občasníku, který by informoval o činnosti mikroregionu a dění v jeho členských obcích

Mobilní aplikace

- zavést mobilní aplikaci jako doplňkový informační kanál
- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem mikroregionu
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Další formy komunikace

- průběžně informovat o všech komunikačních kanálech mikroregionu
- sjednotit identifikaci mikroregionu na hlavičkových papírech a dalších dokumentech – pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu pozvánek a plakátů

Závěr

Komunikace mikroregionu s veřejností je v současnosti poněkud omezena. Hlavní příčinou jsou nedostatečné personální kapacity, jimiž kancelář mikroregionu disponuje. Prioritou zaměstnanců je zajištění běžné činnosti, komunikace s členskými obcemi a dalšími subjekty a řešení aktuálních témat; na externí komunikaci, zejména směrem k široké veřejnosti, často nezbyvá prostor. Moderní komunikaci ztěžují i zastaralé a uživatelsky ne zcela přívětivé webové stránky a absence dalších moderních komunikačních prostředků, např. mobilní aplikace. Obecně není nastaven jednoznačný komunikační plán.

Efektivní komunikace mikroregionu by měla zahrnovat nejen prezentaci vlastní činnosti, ale rovněž aktivity členských obcí a dalších spolupracujících subjektů, v neposlední řadě by měla podporovat kulturní a sportovní život v regionu, turismus nevyjímaje. Komunikace v tomto rozsahu je závislá na fungující spolupráci s členskými obcemi, u nichž je třeba dlouhodobě budovat a posilovat dojem důvěryhodné organizace.

Je tedy žádoucí nastavit komunikační plán mikroregionu a změnit postoj ke komunikaci jako k jedné z prioritních aktivit, bez níž nebude možné povědomí o činnosti mikroregionu zvýšit. Pomoci by mohlo i posílení personálních kapacit. Pro usnadnění administrace je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace.

Atraktivita obcí a dění v nich nejsou dostatečně propagovány za hranice obcí. Cílem mikroregionu je stát se obcím partnerem v propagaci, který účinně napomůže zvýšení návštěvnosti místních akcí i turistické atraktivita obcí.



KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE JEDNOTLIVÝCH OBCÍ

Bratčice

Obec Bratčice leží zhruba 7 km jihovýchodně od města Čáslav, schoulená pod nedalekou Tisí skálou. K počátku roku 2021 zde bylo hlášeno 385 obyvatel v průměrném věku 44 let.

První písemná zmínka o obci pochází z roku 1126. Název obce se vyvíjel a současný tvar Bratčice byl úředně stanoven až v r. 1925. K dominantám obce patří kostel sv. Václava, v obci se narodil Ing. Jan Perner, stavitel první lokomotivní železnice v Čechách.

V obci je vedena knihovna a fungují dva sportovní kluby a sbor dobrovolných hasičů. Vyjma fotbalového klubu, který se prezentuje vlastním webem a facebookovým profilem, spolky nevyužívají vlastní komunikační kanály, na případné propagaci pořádaných akcí spolupracují s obcí.

Na komunikaci obce směrem k veřejnosti se podílí několik osob – starosta, externí zaměstnankyně a předsedkyně informační komise. Zástupnost je však řešena pouze pro část informačních kanálů, v některých případech tedy vzniká časová prodleva, než je informace zveřejněna. Tvorbu místního zpravodaje zajišťuje informační komise.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků.



Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Bratčice

Webové stránky (www.bratcice.cz)

- responzivní web, moderní grafika
- web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je poměrně přehledný a obsah se daří udržovat aktuální
- chybí možnost fulltextového vyhledávání
- nejsou integrovány odkazy na další komunikační kanály
- chybí propojení se spolupracujícími subjekty a některými místními organizacemi (mikroregion, knihovna)

Stacionární úřední deska

- aktuální vývěsní tabule jsou ve velmi špatném stavu a na nevyhovujícím místě – chybí bezbariérový přístup (vyvýšený chodník), místo není příliš frekventované
- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – vlivem zatékání se vitrína zamlžuje, dokumenty se vlní a žloutnou
- prostorová kapacita je nedostatečná pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena i přehlednost; řada dokumentů zveřejňována pouze jako oznámení
- uživatelsky nepřívětivá – problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí

Místní rozhlas

- bezdrátový digitální, občasné technické potíže (nabíjení apod.), v některých částech obce horší slyšitelnost
- záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu, ale informace je současně rozesílána i mobilním rozhlasem

Mobilní rozhlas

- pokryto necelých 40 % obce
- zprávy chodí do aplikace, e-mailem i SMS, přičemž e-mail a aplikace chodí duplicitně, SMS pouze těm uživatelům, kteří nevyužívají aplikaci ani e-mail



Mobilní aplikace

- obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci
- v minulosti byla nabízena aplikace „V obraze“, ale pro malý zájem byla zrušena (malý přínos, pouze duplikace informací z webu)

Facebook (Bratčice)

- profil obce veden jako „komunita“, identifikace prostřednictvím znaku a popisu, z něhož je zřejmé, že jde o oficiální profil obce
- k 10. 8. 2021 celkem 296 sledujících
- aktivita kolísá, prodlevy mezi příspěvky i několik měsíců
- příspěvky většinou doplněny vlastním textem a fotografií; není využíváno sdílení příspěvků – publikace jako printscreeny obrazovek, což není uživatelsky zcela přívětivé

Zpravodaj

- vydáván jako občasník, distribuován zdarma do schránek, elektronická podoba dostupná na webu
- doplňován letáky do schránky k aktuálnímu dění (svoz odpadu apod.)
- pro grafickou úpravu využívána jednoduchá šablona

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – zpravidla bez zájmu veřejnosti
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky se znakem není příliš využívána, jednotný styl vykazují plakáty k akcím pořádaným obcí
- Instagram



Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Bratčice

Webové stránky

- integrovat odkazy na všechny využívané komunikační kanály
- začlenit prokliky na spolupracující subjekty – mikroregion, knihovna apod.
- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, propis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Stacionární úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce

Mobilní rozhlas

- jednoznačně definovat formu a obsah rozesílek, neduplikovat rozesílku téže informace
- zaslání SMS omezit pouze na krizové a důležité informace a pro ty, kteří nemají přístup k internetu či chytrý telefon

Mobilní aplikace

- zavést mobilní aplikaci jako doplňkový informační kanál
- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky



Facebook

- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci
- udržovat profil aktivní

Zpravodaj

- vytvořit jednoduchou grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP

Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce
 - pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci

Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel. Personální zajištění komunikace je dostačující, vhodné by bylo zajistit zástupnost pro všechny využívané kanály.

V současnosti je největším problémem úřední deska, která je po uzavření obchodu na málo frekventovaném místě, není zcela vyřešen bezbariérový přístup a vitríny samotné jsou již ve špatném technickém stavu. Pořízení elektronické úřední desky a jejím umístěním na frekventovanější místo v obci budou tyto nedostatky odstraněny. S mladší generací obec komunikuje na sociálních sítích, vedle toho je chce oslovit i prostřednictvím mobilní aplikace. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Horky

Obec Horky se nachází asi 6 km jihovýchodně od Čáslavi. K počátku roku 2021 zde bylo hlášeno 387 obyvatel v průměrném věku 41,9 let.

Existence obce je doložena již v r. 1268, a to v souvislosti s místním kostelem. Jeho zbytky jsou obsaženy v budově současného barokního kostela sv. Václava, který je dominantou obce. Obec leží uprostřed otevřeného krajiny a její okolí přímo vybízí k cykloturistice.

Na společenském životě v obci se podílejí dva aktivní sportovní oddíly. S veřejností komunikují samostatně, vedle toho funguje dobrá spolupráce s obcí.

Téměř veškerou komunikaci zajišťuje externí administrativní zaměstnanec obce v rámci své pracovní náplně. Zástupnost není s ohledem na časovou flexibilitu zaměstnance řešena. Interní komunikace funguje dobře, pověřený zaměstnanec je přítomen všem důležitým jednáním i v úřední hodiny, naprostou většinu informací tak má přímo od zdroje.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků.



Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Horky

Webové stránky (www.horkyucaslavi.cz)

- zastaralá grafika, stránky nevyhovují aktuálním požadavkům z hlediska přístupnosti (zejména chybí responzivita)
- web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je poměrně přehledný a obsah se daří udržovat aktuální
- integrovaný odkaz na Facebook obce
- chybí propojení se spolupracujícími subjekty (mikroregion, spolky v obci)

Stacionární úřední deska

- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – zamrznutí, mlžení, rychlé blednutí dokumentů vlivem přímého slunečního svitu
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena i přehlednost; řada dokumentů zveřejňována pouze jako oznámení
- uživatelsky nepřívětivá – problematičtější vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí, nutnost výměny dlouhodobě zveřejněných dokumentů kvůli vyblednutí textu

Místní rozhlas

- horší technický stav – špatná slyšitelnost (v plánu je modernizace)
- záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu ani prostřednictvím jiných komunikačních kanálů

Mobilní rozhlas

- pokryto asi 40 domácností
- obec nevyužívá žádnou aplikaci; na základě přihlášky rozesílá informační e-maily a SMS (SMS spíše jako upozornění na e-mail)

Mobilní aplikace

- obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci

Facebook (Horky u Čáslavi)

- profil obce veden jako „organizace“, identifikace prostřednictvím popisu, z něhož je zřejmé, že jde



o oficiální profil obce, znak pro identifikaci není využit

- k 10. 8. 2021 celkem 574 sledujících
- pravidelná aktivita
- příspěvky většinou doplněny obrázkem nebo videem, sdílené příspěvky i bez vlastního popisu

Zpravodaj

- aktuálně není vydáván – vydávání přerušeno z důvodu nedostatečných personálních kapacit
- příležitostně jej nahrazují letáky do schránky k aktuálnímu dění (svoz odpadu apod.)
- původní zpravodaj byl vydáván jako občasník a distribuován zdarma do schránek, dostupný byl rovněž elektronicky na webu obce

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez zájmu veřejnosti
- veřejné schůze k aktuálním tématům
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky se znakem, ale užíváno nejednotně, jednotný styl postrádají i plakáty k akcím pořádaným obcí



Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Horky

Webové stránky

- modernizovat webové stránky, aby splňovaly požadavky na přístupnost a zabezpečení a vzhledem a strukturou odpovídaly aktuálním trendům
- integrovat odkazy na všechny obcí využívané komunikační kanály
- začlenit prokliky na spolupracující subjekty – spolky, mikroregion apod.
- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, popis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce, Facebooku apod.

Mobilní rozhlas

- jednoznačně definovat formu a obsah rozesílek, neduplikovat rozesílku téže informace
- zasílání SMS omezit pouze na krizové a důležité informace a pro ty, kteří nemají přístup k internetu či chytrý telefon

Mobilní aplikace

- zavést mobilní aplikaci jako doplňkový informační kanál
- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- k identifikaci obce využít znak
- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci
- udržovat profil aktivní



Zpravodaj

- zvážit obnovení vydávání zpravodaje nebo příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
- pro distribuované tiskoviny vytvořit jednotnou grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce

Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce – pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci

Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel. Personální zajištění komunikace je dostačující, nicméně lze doporučit zajištění zástupnosti pro správu všech komunikačních kanálů, tzn. proškolení více pracovníků či zástupců obce.

V současnosti jsou největším problémem webové stránky, které nesplňují všechny zákonné požadavky na přístupnost, a i vzhledově jsou zastaralé. Pořízením elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. Pro starší generaci by bylo vhodné obnovit vydávání tištěného zpravodaje, mladší generaci chce obec vedle Facebooku oslovit i prostřednictvím mobilní aplikace. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Horušice

Obec Horušice leží na úpatí Železných hor na samé hranici Středočeského kraje, asi 11 km severně od Čáslavi. K počátku roku 2022 zde bylo hlášeno 171 obyvatel v průměrném věku 48,4 let.

První písemná zmínka o obci je datována k roku 1369, kdy je obec jmenována v listině sedleckého kláštera, k němuž náležela. Vedle toho v polovině 16. století část usedlostí patřila i k žehušickému panství. Od počátku 19. století vlastnil Horušice až do zrušení vrchnostenské správy kníže Karel Schwarzenberg. Na okraji obce se nachází kulturní památka, bývalá rezidence sedleckého kláštera. Na návsi stojí kaplička.

V obci je v provozu pobočka Pošta Partner a obecní knihovna. Na společenském životě v obci se dále podílí Sokol. Pro komunikaci s veřejností nevyužívají vlastních komunikačních kanálů, na propagaci pořádaných akcí spolupracují s obcí.

Většinu komunikace zajišťuje starosta nebo místostarosta obce, v obsluze všech komunikačních kanálů se dokáží zastoupit. Interní komunikace je jasně nastavena, funguje dobře a flexibilně.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků, jehož se účastní pověřený pracovník.



Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Horušice

Webové stránky (www.obechorusice.cz)

- responzivní web, jednoduchá starší grafika
- web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je poměrně přehledný a obsah se daří udržovat aktuální
- chybí možnost fulltextového vyhledávání
- drobné nedostatky v souvislosti s požadavky na přístupnost webu
- nejsou integrovány odkazy na další komunikační kanály
- propojení se spolupracujícími subjekty formou vlastních stránek zařazených v menu, vč. možnosti přímého prokliku

Stacionární úřední deska

- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – mlžení, rychlé blednutí dokumentů vlivem přímého slunečního svitu
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena i přehlednost; řada dokumentů zveřejňována pouze jako oznámení
- uživatelsky nepřívětivá – problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí

Místní rozhlas

- horší slyšitelnost – nedosahuje do všech lokalit, kolísá i vlivem nepříznivého počasí
- záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu ani prostřednictvím jiných komunikačních kanálů

Mobilní rozhlas

- není využíván

Mobilní aplikace

- obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci

Facebook

- obec nemá zřízen facebookový profil



Zpravodaj

- není vydáván
- příležitostně jej nahrazují letáky do schránky k aktuálnímu dění (místní poplatky apod.)

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez většího zájmu veřejnosti
- veřejné schůze k aktuálním tématům
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím jednotné hlavičky bez znaku; plakáty k obecním akcím bez jednotného stylu



Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Horušice

Webové stránky

- odstranit dílčí nedostatky v přístupnosti webu nebo zvážit modernizaci webu
- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, propis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce, Facebooku apod.

Mobilní rozhlas

- zavést službu tohoto charakteru
- jednoznačně definovat formu a obsah rozesílek, neduplikovat rozesílku téže informace
- zaslání SMS omezit pouze na krizové a důležité informace a pro ty, kteří nemají přístup k internetu či chytrý telefon

Mobilní aplikace

- zavést mobilní aplikaci jako doplňkový informační kanál
- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- založit facebookový profil obce
- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci
- udržovat profil aktivní

Zpravodaj

- pro distribuované tiskoviny vytvořit jednotnou grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce

Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- nechat navrhnout a schválit znak obce, kterým by se obec prezentovala



- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce – pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci

Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel a také efektivitu jednotlivých komunikačních kanálů. Personální zajištění komunikace je dostačující ve vztahu k aktuálně využívaným komunikačním kanálům. Obec má zájem jejich nabídku podstatně rozšířit, což s sebou přinese i vyšší nároky na personální zajištění.

Obec zatím nemá přiznaný znak. Navržením a udělením znaku obec získá prostředek, jímž se bude moci prezentovat a utvářet s jeho využitím svou vizuální identitu. Současně obec nevyužívá sociální sítě ani jiné moderní komunikační kanály. Uvědomuje si však, že tyto komunikační prostředky jsou pro mladší a střední generaci (a často již i pro seniory) uživatelsky přívětivější, a proto je plánuje zavést. Pořízení elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Hostovlice

Obec Hostovlice se nachází asi 8 km jihovýchodně od Čáslavi. K počátku roku 2021 zde bylo hlášeno 253 obyvatel v průměrném věku 42,2 let.

První písemná zmínka o obci pochází z roku 1244, kdy obec patřila Bunovi, vladykovi z Hostovic a na Žamberce. V roce 1614 se Hostovlice i s dvorem po někdejší tvrzi staly součástí žlebského panství a sdílelo jeho osudy. Na návsi se nachází zvonička, okolí obce láká k cykloturistice.

Na společenském životě v obci se podílejí tři spolky – SDH, TJ Hostovlice a Český svaz chovatelů Hostovic, který každoročně pořádá zimní výstavu králíků a holubů přinejmenším regionálního významu. Vyjma svazu chovatelů subjekty komunikují s veřejností prostřednictvím komunikačních kanálů obce, chovatelé je využívají vedle své webové prezentace rovněž.

Většinu komunikace zajišťuje zaměstnankyně úřadu nebo starostka obce, v obsluze všech komunikačních kanálů se dokáží zastoupit. Interní komunikace funguje dobře a velmi flexibilně.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků.



Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Hostovlice

Webové stránky (www.obec-hostovlice.cz)

- responzivní web, moderní grafika
- web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je poměrně přehledný a obsah se daří udržovat aktuální
- integrovány odkazy na další komunikační kanály
- propojení se spolupracujícími subjekty a některými místními organizacemi formou banneru, ale bez možnosti přímého prokliku

Stacionární úřední deska

- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – mlžení, rychlé blednutí dokumentů vlivem přímého slunečního svitu
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena i přehlednost; řada dokumentů zveřejňována pouze jako oznámení
- uživatelsky nepřívětivá – problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí

Místní rozhlas

- dobrá slyšitelnost
- záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu ani prostřednictvím jiných komunikačních kanálů, totožná informace je vkládána na web jako aktualita

Mobilní rozhlas

- není využíván

Mobilní aplikace

- nabízena je aplikace „V obraze“, ale ne zcela odpovídá požadavkům

Facebook

- obec nemá zřízen facebookový profil



Zpravodaj

- není vydáván
- příležitostně jej nahrazují letáky do schránky k aktuálnímu dění (svoz odpadu apod.)

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez zájmu veřejnosti
- veřejné schůze k aktuálním tématům
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- korespondence a dokumenty obce – obec nemá znak, nevyužívá jednotné hlavičkové papíry ani šablony pro plakátky k obecním akcím



Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Hostovlice

Webové stránky

- začlenit prokliky na spolupracující subjekty – spolky, mikroregion apod.
- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, propis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce, Facebooku apod.

Mobilní rozhlas

- zavést službu tohoto charakteru
- jednoznačně definovat formu a obsah rozesílek, neduplikovat rozesílku téže informace
- zasílání SMS omezit pouze na krizové a důležité informace a pro ty, kteří nemají přístup k internetu či chytrý telefon

Mobilní aplikace

- zavést mobilní aplikaci jako doplňkový informační kanál
- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- založit facebookový profil obce
- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci
- udržovat profil aktivní

Zpravodaj

- zvážit vydávání zpravodaje nebo příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
- pro distribuované tiskoviny vytvořit jednotnou grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce

**Další formy komunikace**

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- nechat navrhnout a schválit znak obce, kterým by se obec prezentovala
- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce
 - pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci

Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel a také efektivitu jednotlivých komunikačních kanálů. Personální zajištění komunikace je dostačující ve vztahu k aktuálně využívaným komunikačním kanálům. Obec má zájem jejich nabídku podstatně rozšířit, což s sebou přinese i vyšší nároky na personální zajištění.

Obec zatím nemá přiznaný znak. Navržením a udělením znaku obec získá prostředek, jímž se bude moci prezentovat a utvářet s jeho využitím svou vizuální identitu. Současně obec nevyužívá sociální sítě ani jiné moderní komunikační kanály. Uvědomuje si však, že tyto komunikační prostředky jsou pro mladší a střední generaci uživatelsky přívětivější, a proto je plánuje zavést. Pořízení elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Miskovice

Obec Miskovice leží pod vrchem Vysoká (471 m n. m.) cca 4,5 km západně od Kutné Hory a náleží k ní rovněž místní části Bylany, Hořany, Mezholezy a Přitoky. K počátku roku 2022 zde bylo hlášeno 1111 obyvatel v průměrném věku 40,9 let.

Území obce bylo osídleno již od neolitické doby, o čemž svědčí četné vykopávky. První písemná zmínka o obci Miskovice pak pochází z r. 1309. Oblast byla po staletí úzce spjata s vápenictvím, jedna ze čtyř dochovaných vápenek je i kulturní památkou. Vzhledem ke své poloze plní území obce roli příměstské rekreační oblasti pro Kutnou Horu.

V obci je mateřská škola, knihovna a pobočka Pošty Partner. Na společenském životě v obci se podílí řada místních sdružení a spolků. Všechny subjekty využívají pro komunikaci s veřejností komunikačních kanálů obce, spolupráce funguje dobře. Vedle toho komunikují škola a některé další subjekty rovněž samostatně prostřednictvím vlastních webových stránek či facebookových profilů.

Obec je v komunikaci s veřejností aktivní. Zajišťují ji administrativní pracovníci spolu se starostou a místostarostou, přičemž jsou vzájemně zástupní. Vedle toho se starosta pravidelně setkává s občany i v neformálním prostředí, a to ve všech místních částech. Interní komunikace funguje dobře.

Představitelé obce i zaměstnanci se snaží průběžně vzdělávat, a to příležitostně i v oblasti komunikace. Prezenční školení se omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků. Ve větší míře využívají on-line školení, webinářů apod., jejichž nabídka s tematikou komunikace obcí s veřejností je však omezená.



Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Miskovice

Webové stránky (www.miskovice-kh.cz)

- responzivní web, jednoduchá grafika
- web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je poměrně přehledný a obsah se daří udržovat aktuální
- nejsou integrovány odkazy na další komunikační kanály obce
- chybí propojení s některými spolupracujícími subjekty (mikroregiony apod.)

Stacionární úřední deska

- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – zamrzání, mlžení, rychlé blednutí či žloutnutí dokumentů vlivem přímého slunečního svitu
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena i přehlednost; řada dokumentů zveřejňována pouze jako oznámení
- uživatelsky nepřívětivá – nepraktická manipulace s dvířky, problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí

Místní rozhlas

- digitální rozhlas zaveden do všech místních částí, vcelku dobrá slyšitelnost
- odkaz na záznam hlášení na webu prostřednictvím RSS kanálu není uživatelsky přívětivý

Mobilní rozhlas

- pokryto asi 45 % domácností
- obec nevyužívá žádnou aplikaci; na základě přihlášky rozesílá informační e-maily a SMS

Mobilní aplikace

- obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci

**Facebook** (Obecní úřad Miskovice)

- profil obce veden jako „městská infrastruktura“, identifikace prostřednictvím znaku, chybí popis, z něhož by bylo zřejmé, že jde o oficiální profil obce
- k 20. 10. 2022 celkem 378 sledujících
- pravidelná aktivita
- příspěvky většinou doplněny obrázkem nebo videem, sdílené příspěvky i bez vlastního popisu

Zpravodaj

- vychází jako občasník, distribuce zdarma do schránek, starší čísla dostupná v elektronické verzi na webu
- pro úpravu využívána jednoduchá šablona, grafiku zajišťuje externista

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez většího zájmu veřejnosti
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí, pravidelně iniciována starostou obce
- díky novým prostorům, kde se občané mohou sdružovat, obec plánuje obnovit řadu společenských akcí
- korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky se znakem, plakáty k akcím pořádaným obcí připravuje externista bez akcentu na jednotný vizuální styl

**Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Miskovice****Webové stránky**

- integrovat odkazy na všechny využívané komunikační kanály
- začlenit prokliky na spolupracující subjekty – spolky, mikroregion apod.
- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, popis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořádit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- upravit odkaz na záznamy hlášení na webu, aby byla snadněji přístupná
- propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis nebo záznam snadno dostupnou formou na webu obce, Facebooku apod.

Mobilní rozhlas

- zvážit pořízení produktu tohoto charakteru s cílem usnadnit administraci rozesílek
- jednoznačně definovat formu a obsah rozesílek, neduplikovat rozesílku téže informace
- zaslání SMS omezit pouze na krizové a důležité informace a pro ty, kteří nemají přístup k internetu či chytrý telefon

Mobilní aplikace

- zavést mobilní aplikaci jako doplňkový informační kanál
- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- doplnit popis, aby bylo zřejmé, že jde o oficiální profil obce
- definovat jednotný vizuální styl příspěvků



KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE MIKROREGIONU ČÁSLAVSKO

- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci
- udržovat profil aktivní

Zpravodaj

- pravidelně doplňovat na web elektronickou verzi zpravodaje
- vytvořit grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce

Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce – pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci

Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel. Personální zajištění komunikace je dostačující, dobře je nastavena i vzájemná zástupnost. Obec pracuje se zpětnou vazbou občanů a příležitostně ji i sama iniciuje.

Často využívaným komunikačním kanálem jsou zprávy SMS, bylo by proto vhodné pořídit nástroj pro usnadnění administrace kontaktů a rozesílek. Pořízením elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. Mladší generaci chce obec vedle Facebooku oslovit i prostřednictvím mobilní aplikace. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Semtěš

Obec Semtěš se nachází asi 10 km jihozápadně od Čáslavi. K počátku roku 2021 zde bylo hlášeno 270 obyvatel v průměrném věku 43,1 let.

První písemná zmínka je doložena k r. 1322. Dominantou obce je tvrz, z níž se dochovala 22 m vysoká gotická věž, tzv. „Bašta“, zapsaná jako kulturní památka ČR. Nedaleko stojí rovněž evangelický kostel, postavený v letech 1860–1863.

Na společenském životě v obci se podílí sbor dobrovolných hasičů a uskupení Potomci zlatého třmene ze Semtěše. S veřejností komunikují zejména prostřednictvím komunikačních kanálů obce.

Téměř veškerou komunikaci zajišťuje hospodářka obce v rámci své pracovní náplně, v případě potřeby ji zčásti zastoupí starostka obce, ale komplexně zástupnost není řešena. Interní komunikace funguje dobře.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků, případně jsou využívány tematicky zaměřené webináře.



Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Semtěš

Webové stránky (www.semtes.cz)

- responzivní web, moderní grafika
- web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je poměrně přehledný a obsah se daří udržovat aktuální
- integrovány odkazy na vybrané další komunikační kanály
- propojení se spolupracujícími subjekty formou přímého prokliku

Stacionární úřední deska

- nová, ve večerních hodinách osvětlení na čidlo
- pouze částečná bezbariérovost
- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – zamlžování, blednutí dokumentů
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena i přehlednost; řada dokumentů zveřejňována pouze jako oznámení
- uživatelsky nepřívětivá – problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí

Místní rozhlas

- bezdrátový digitální rozhlas, místy horší slyšitelnost
- záznam posledního hlášení je dostupný na webu

Mobilní rozhlas

- obec nevyužívá žádnou aplikaci; na základě přihlášky rozesílá SMS

Mobilní aplikace

- nabízena je aplikace „V obraze“, ale ne zcela odpovídá požadavkům (pouze cca 30 uživatelů)



Facebook (Obec Semtěš)

- profil obce veden jako „místní firma“, identifikace prostřednictvím popisu, z něhož je zřejmé, že jde o oficiální profil obce, znak pro identifikaci není využit
- k 10. 8. 2021 celkem 120 sledujících
- pravidelná aktivita
- příspěvky většinou doplněny obrázkem nebo videem, sdílené příspěvky i bez vlastního popisu

Zpravodaj

- není vydáván

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez zájmu veřejnosti
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- korespondence a dokumenty obce – identifikace pomocí hlavičky, ale užíváno nejednotně, jednotný styl postrádají i plakáty k akcím pořádaným obcí



Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Semtěš

Webové stránky

- integrovat odkazy na všechny komunikační kanály obce
- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, propis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce, Facebooku apod.

Mobilní rozhlas

- zvážit pořízení produktu tohoto charakteru s cílem usnadnit administraci rozesílek

Mobilní aplikace

- zavést mobilní aplikaci jako doplňkový informační kanál
- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci
- udržovat profil aktivní

Zpravodaj

- obec aktuálně neuvažuje o vydávání tištěného zpravodaje
- příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP



Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce – pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci

Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel a také efektivitu jednotlivých komunikačních kanálů. Personální zajištění komunikace je dostačující, nicméně lze doporučit zajištění zástupnosti pro správu všech komunikačních kanálů, tzn. proškolení více pracovníků či zástupců obce.

Často využívaným komunikačním kanálem jsou rozesílky SMS, bylo by proto vhodné pořídit nástroj pro usnadnění administrace kontaktů a rozesílek. Pořízením elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. Mladší generaci chce obec vedle Facebooku oslovit i prostřednictvím mobilní aplikace. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Starkoč

Obec Starkoč se nachází asi 9 km severovýchodně od Čáslavi. K počátku roku 2021 zde bylo hlášeno 146 obyvatel v průměrném věku 47,2 let.

První písemná zmínka je doložena k r. 1352. Dominantou obce je barokní kostel Nanebevzetí Panny Marie z r. 1738. Oblíbeným místem je v současnosti i „Starkočská vyhlídka“, hojně navštěvovaná turisty a cyklisty.

Na společenském životě v obci se podílí sbor dobrovolných hasičů, TJ Sokol Starkoč a v neposlední řadě i Spolek za záchranu kostela, který byl založen za účelem obnovy kostela a organizuje v něm kulturní akce. S veřejností komunikují zejména prostřednictvím komunikačních kanálů obce.

Komunikaci obce s veřejností zajišťují starosta, místostarostka a administrativní pracovníce obce, přičemž při správě všech komunikačních kanálů jsou navzájem zástupní. Interní komunikace funguje dobře.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvič při zavádění nových komunikačních prostředků.



Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Starkoč

Webové stránky (www.starkoc.cz)

- responzivní web, moderní grafika
- web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je poměrně přehledný a obsah se daří udržovat aktuální
- integrovány odkazy na vybrané další komunikační kanály
- propojení se spolupracujícími subjekty formou přímého prokliku

Úřední deska

- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – zamlžování, blednutí dokumentů v důsledku přímého slunečního svitu
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena i přehlednost; řada dokumentů zveřejňována pouze jako oznámení, případně zmenšených apod.
- uživatelsky nepřívětivá – problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí

Místní rozhlas

- není využíván

Mobilní rozhlas

- pokryto 95 % nemovitostí v obci
- rozesílány pouze SMS, další možnosti této komunikační platformy (mail, aplikace) nejsou využívány

Mobilní aplikace

- nabízena je aplikace „V obraze“, ale ne zcela odpovídá požadavkům (není příliš využívána)

Facebook (Obec Starkoč)

- profil obce veden jako „město“, identifikace prostřednictvím znaku, z popisu není zcela zřejmé, že jde o oficiální profil obce
- k 10. 8. 2021 celkem 401 sledujících
- nárazová aktivita
- příspěvky většinou doplněny obrázkem, sdílení příspěvků není příliš využíváno



Zpravodaj

- aktuálně není vydáván – vydávání přerušeno z důvodu nedostatečných personálních kapacit
- příležitostně jej nahrazují letáky do schránky k aktuálnímu dění (svoz odpadu apod.)
- původní zpravodaj byl vydáván jako občasník a distribuován zdarma do schránek, dostupný byl rovněž elektronicky na webu obce

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez zájmu veřejnosti
- 1 × ročně veřejná beseda – hojně navštěvovaná
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- korespondence a dokumenty obce – identifikace pomocí jednotné hlavičky, ale zájem o její modernizaci, jednotný styl postrádají i plakáty k akcím pořádaným obcí



Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Starkoč

Webové stránky

- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, popis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- obec aktuálně neuvažuje o zavedení veřejného rozhlasu

Mobilní rozhlas

- vedle aktuální zavedené rozesílky SMS zvážit i možnost využívání dalších funkcionalit dané komunikační platformy za účelem úspory finančních prostředků
- jednoznačně definovat formu a obsah rozesílek, neduplikovat rozesílku téže informace
- zaslání SMS omezit pouze na krizové a důležité informace a pro ty, kteří nemají přístup k internetu či chytrý telefon

Mobilní aplikace

- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci
- udržovat pravidelnou aktivitu

Zpravodaj

- zvážit obnovení vydávání zpravodaje nebo příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
- pro distribuované tiskoviny vytvořit jednotnou grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce



Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- pro identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci

Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel a také efektivitu jednotlivých komunikačních kanálů. Personální zajištění komunikace je dostačující a vcelku dobře je zajištěna i zástupnost.

Nejefektivnějším komunikačním kanálem jsou rozesílky SMS, díky nimž je informačně pokryta naprostá většina domácností v obci. Pořízení elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. Pro starší generaci by bylo vhodné obnovit vydávání tištěného zpravodaje, mladší generaci chce obec vedle Facebooku oslovit i prostřednictvím mobilní aplikace. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Třebonín

Obec Třebonín se nachází asi 9 km jihozápadně od Čáslavi. K počátku roku 2021 zde bylo hlášeno 139 obyvatel v průměrném věku 44,2 let.

První písemná zmínka je doložena k r. 1194. V okolí Třebonína se nacházela tři hradiště, přičemž největší z nich, Hrádek u Třebonína, měl výlučně obranný charakter. Třebonín rovněž ležel v blízkosti zemské stezky. Dominantou obce je románský kostel sv. Matouše.

Spolkový život v obci prakticky neexistuje.

Veškerou komunikaci zajišťuje neuvolněná starostka obce, v případě nutnosti zástupu místostarosta či hospodářka obce. V souvislosti s informacemi sdělovanými veřejnosti tak téměř neexistuje interní komunikace – informace pro veřejnost pochází zpravidla přímo od zdroje.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků.



Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Třebonín

Webové stránky (www.trebonin.cz)

- responzivní web, moderní grafika
- web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je poměrně přehledný a obsah se daří udržovat aktuální
- integrovány odkazy na vybrané další komunikační kanály
- propojení se spolupracujícími subjekty a některými místními organizacemi formou přímého prokliku

Stacionární úřední deska

- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – mlžení, rychlé blednutí dokumentů vlivem přímého slunečního svitu
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena i přehlednost; řada dokumentů zveřejňována pouze jako oznámení
- uživatelsky nepřívětivá – problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí

Místní rozhlas

- horší slyšitelnost (tříštění zvuku); v plánu modernizace
- záznam hlášení není zveřejňován prostřednictvím žádného jiného komunikačního kanálu

Mobilní rozhlas

- pokryto cca 98 % domácností v obci
- veškeré důležité informace jsou zasílány výhradně formou SMS, další možnosti této komunikační platformy (mail, aplikace) nejsou využívány

Mobilní aplikace

- nabízena je aplikace „V obraze“, ale ne zcela odpovídá požadavkům (není příliš využívána)

Facebook (obec Třebonín)

- profil obce veden jako „komunita“, identifikace prostřednictvím znaku na suvenýru obce, z popisu není zřejmé, že jde o oficiální profil obce
- k 10. 8. 2021 celkem 66 sledujících
- profil není aktivně využíván
- většinu příspěvků tvoří pozvánky na události, jiné typy příspěvků nejsou vkládány



Zpravodaj

- není vydáván
- příležitostně jej nahrazují letáky do schránky k aktuálnímu dění (svoz odpadu apod.)

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez zájmu veřejnosti
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- korespondence a dokumenty obce – identifikace pomocí hlavičky, ale užíváno nejednotně, jednotný styl postrádají i plakáty k akcím pořádaným obcí



Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Třebonín

Webové stránky

- integrovat prokliky na další komunikační kanály
- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, propis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů
- umístit ÚD na vhodnější místo

Místní rozhlas

- propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce, Facebooku apod.

Mobilní rozhlas

- vedle aktuální zavedené rozesílky SMS zvážit i možnost využívání dalších funkcionalit dané komunikační platformy za účelem úspory finančních prostředků
- zasílání SMS omezit pouze na krizové a důležité informace a pro ty, kteří nemají přístup k internetu či chytrý telefon

Mobilní aplikace

- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci
- udržovat profil aktivní

Zpravodaj

- obec neuvažuje o zavedení pravidelného vydávání zpravodaje
- pro distribuované tiskoviny vytvořit jednotnou grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP

Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce – pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci



Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel a také efektivitu jednotlivých komunikačních kanálů. Největším úskalím, limitujícím komunikaci obce, je nedostatek času, resp. nedostatečné personální kapacity pro komunikaci obce s veřejností, dostatečně není řešena ani zástupnost.

Nejefektivnějším komunikačním kanálem jsou rozesílky SMS, díky nimž je informačně pokryta naprostá většina domácností v obci. Pořízením elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. Mladší generaci chce obec oslovit prostřednictvím Facebooku a mobilní aplikace. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Tupadly

Obec Tupadly se nachází asi 5 km jižně od Čáslavi. K počátku roku 2021 zde bylo hlášeno 672 obyvatel v průměrném věku 40,3 let.

První písemná zmínka o obci pochází z roku 1242. Dominantou obce je zámek, původně raně renesanční, rozšířený v době vrcholného baroka. Zámek je v soukromém vlastnictví a veřejnosti nepřístupný.

V obci je mateřská škola, knihovna a působí zde několik spolků a sdružení. Mateřská škola se prezentuje vlastním webem, ostatní subjekty využívají komunikačních kanálů obce, vzájemná spolupráce je na dobré úrovni.

Komunikaci zajišťují zejména zastupitelé obce, přičemž zástupnost je zajištěna. Tištěný občasník kompletně připravuje externí zaměstnankyně. Interní komunikace funguje dobře.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvič při zavádění nových komunikačních prostředků.



Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Tupadly

Webové stránky (www.tupadly.cz)

- responzivní web, moderní grafika
- web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je poměrně přehledný a obsah se daří udržovat aktuální
- integrovány odkazy na další komunikační kanály
- propojení se spolupracujícími subjekty a některými místními organizacemi formou přímého prokliku

Stacionární úřední deska

- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – mlžení, blednutí dokumentů vlivem přímého slunečního svitu
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena i přehlednost; řada dokumentů zveřejňována pouze jako oznámení
- uživatelsky nepřívětivá – problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí

Místní rozhlas

- po rekonstrukci, přesto není slyšitelnost zcela bezproblémová (tříštění zvuku v různých částech obce)
- záznam hlášení není zveřejňován na webu, informace je však současně rozesílána mobilním rozhlasem

Mobilní rozhlas

- k odběru zaregistrována cca 1/3 obyvatel obce
- veškeré důležité informace jsou zasílány formou SMS, využívány jsou i další možnosti této komunikační platformy (mail, aplikace)

Mobilní aplikace

- nabízena je aplikace „V obraze“, ale ne zcela odpovídá požadavkům (není příliš využívána)

Facebook (Tupadly u Čáslavi)

- profil obce veden jako „organizace“, identifikace prostřednictvím znaku a popisu, z něhož je zřejmé, že jde o oficiální profil obce
- k 10. 8. 2021 celkem 829 sledujících
- pravidelná aktivita
- příspěvky opatřeny vlastním komentářem vč. značky autora příspěvku a doplněny obrázkem, sdílené příspěvky většinou s vlastním popisem



Zpravodaj

- vydáván jako občasník, distribuován zdarma do schránek, elektronická podoba dostupná na webu
- pro grafickou úpravu využívána jednoduchá šablona

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez zájmu veřejnosti
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- korespondence a dokumenty obce – identifikace pomocí hlavičky, ale užíváno nejednotně, jednotný styl postrádají i plakáty k akcím pořádaným obcí



Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Tupadly

Webové stránky

- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, propis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- jednoznačněji propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce apod.

Mobilní rozhlas

- aktuální způsob využití této komunikační platformy je vyhovující

Mobilní aplikace

- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci

Zpravodaj

- vytvořit jednotnou grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP

Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce – pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci



Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel a také efektivitu jednotlivých komunikačních kanálů. Personální zajištění komunikace je dostačující.

Nejefektivnějším komunikačním kanálem v obci je mobilní rozhlas, popř. veřejný rozhlas. Pořízením elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. S mladší generací obec komunikuje na Facebooku, vedle toho ji chce oslovit i prostřednictvím mobilní aplikace. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Vidice

Obec Vidice leží cca 10 km jihozápadně od Kutné Hory a náleží k ní rovněž místní části Karlov, Nová Lhota, Roztěž a Tuchotice, s nimiž tvoří Vidice jednu obec od roku 1960. K počátku roku 2022 zde bylo hlášeno 274 obyvatel v průměrném věku 42,8 let.

Obec je doložena od počátku 14. století, první písemná zmínka je z roku 1303. Dominantou Vidic je kostel sv. Mikuláše, doložený již ve 14. století, u kostela se košatí staletá památná lípa. Nad vsí Nová Lhota se nacházejí usazeniny křídového moře, díky čemuž je oblast bohatá na zkameněliny. V roce 2003 zde byla nalezena i část kostry dinosaura. Roztěži dominuje dnes soukromý lovecký empírový zámek, postavený v 17. století na místě někdejšího „Hradu na Strži“. V Tuchoticích stojí za zmínku kaplička na návsi, která nahradila někdejší obecní zvoničku, dříve umístěnou na místní škole. Karlov, tzv. Doubrava, patří mezi nemladší obce kutnohorského okresu. Do katastru obce na východě zasahuje vodní nádrž Vrchlice. Její stavba byla zahájena v roce 1966, v dubnu 1973 byla uvedena do provozu. Přehrada zatopila i někdejší osadu Stará Lhota.

Na společenském životě v obci se podílí několik místních sdružení a spolků. Všechny subjekty využívají pro komunikaci s veřejností komunikačních kanálů obce, spolupráce je na dobré úrovni.

Komunikaci obce s veřejností zajišťují zejména starosta a hospodářka obce, kteří se vzájemně dokáží zastoupit. Interní komunikace funguje dobře.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků.



Analyza využívaných komunikačních prostředků obce Vidice

Webové stránky (www.obecvidice.cz)

- responzivní web, jednoduchá grafika
- web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je poměrně přehledný a obsah se daří udržovat aktuální
- integrovány odkazy na další komunikační kanály
- propojení se spolupracujícími subjekty (mikroregiony, spolky v obci) je neúplné a nejednotné – stránky spolků v přípravě, prokliky z banneru směřují někdy na obsah webu obce, jindy přímo na weby daných subjektů

Stacionární úřední deska

- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – mlžení, rychlé blednutí dokumentů vlivem přímého slunečního svitu
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena i přehlednost; řada dokumentů zveřejňována pouze jako oznámení
- uživatelsky nepřívětivá – problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí

Místní rozhlas

- není využíván

Mobilní rozhlas

- pokryto asi 85 % domácností
- obec nevyužívá žádnou aplikaci; na základě přihlášky dostupné na webu rozesílá SMS
- uživatelsky nepřívětivé a časově náročné řešení prostřednictvím SMS brány – nutnost dávkových rozesílek po 20 odběratelích, ruční práce s databází adresátů (aktualizace, třídění apod.)



Mobilní aplikace

- obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci

Facebook (Obec Vidice)

- profil obce veden jako „právní“, identifikace prostřednictvím znaku a popisu, z něhož je vcelku zřejmé, že jde o oficiální profil obce
- k 20. 10. 2022 celkem 86 sledujících
- aktivita kolísá, mezi příspěvky různě dlouhé časové intervaly
- příspěvky většinou stručné, zpravidla doplněny obrázkem nebo odkazem na web obce; obsah z jiných profilů není sdílen

Zpravodaj

- aktuálně není vydáván, o jeho zavedení obec uvažuje
- příležitostně jej nahrazují letáky do schránky k aktuálnímu dění (svoz odpadu apod.)

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez většího zájmu veřejnosti
- veřejné schůze k aktuálním tématům
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky se znakem, plakáty k akcím pořádaným obcí jednotný styl postrádají



Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Vidice

Webové stránky

- začlenit prokliky na všechny spolupracující subjekty (spolky, mikroregion apod.), sjednotit typ URL odkazů a doplnit chybějící obsah
- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, popis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- obec aktuálně neuvažuje o zavedení veřejného rozhlasu

Mobilní rozhlas

- zvážit pořízení produktu tohoto charakteru s cílem usnadnit administraci rozesílek
- jednoznačně definovat formu a obsah rozesílek, neduplikovat rozesílku téže informace
- zasílání SMS omezit pouze na krizové a důležité informace a pro ty, kteří nemají přístup k internetu či chytrý telefon

Mobilní aplikace

- zavést mobilní aplikaci jako doplňkový informační kanál
- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci



- udržovat profil aktivní

Zpravodaj

- pokusit se sestavit redakční radu, která by kompletně zajišťovala vydávání zpravodaje
- pro distribuované tiskoviny vytvořit jednotnou grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce

Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce – pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci

Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel. Personální zajištění komunikace je dostačující, nicméně lze doporučit zajištění zástupnosti pro správu všech komunikačních kanálů, tzn. proškolení více pracovníků či zástupců obce.

V současnosti je největším problémem administrativní náročnost rozesílek SMS, problém odstraní pořízení mobilní aplikace s touto funkcionalitou. Pořízením elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. Pro starší generaci by bylo vhodné zvážit vydávání tištěného zpravodaje, mladší generaci chce obec vedle Facebooku oslovit i prostřednictvím mobilní aplikace. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Vrdy

Obec Vrdy se nachází necelých 6 km severovýchodně od města Čáslav. K počátku roku 2021 zde bylo hlášeno 2977 obyvatel v průměrném věku 42,8 let. Součástí obce jsou i místní části Dolní a Horní Bučice a Zbyslav.

Přestože nejstarší doklady pravěkého osídlení okolí obce pocházejí z mladší doby kamenné, první písemná zmínka o obci pochází až z roku 1307. Od poloviny 19. století je možno Vrdy charakterizovat jako průmyslovou obec, což do značné míry utvářelo i architektonický ráz obce. Podniky vyrábějící bioethanol či betonové stavební prvky patří za jedny z největších zaměstnavatelů v regionu.

Obec disponuje základní občanskou vybaveností, je zde mateřská i základní škola a knihovna fungující i jako kulturní centrum. Vedle toho zde působí celá řada spolků a zájmových organizací. Školy komunikují s veřejností zcela samostatně, knihovna má vlastní sekci na webu obce a svůj facebookový profil, na webu obce lze rovněž nalézt kontakty a odkazy na webové stránky spolků a sportovních klubů. Komunikace s těmito organizacemi má rezervy, neprojevují zájem o prezentaci svých aktivit v rámci komunikačních kanálů obce v takovém rozsahu, jak by bylo žádoucí.

Téměř veškerou komunikaci zajišťuje zaměstnankyně úřadu v rámci své pracovní náplně, facebookový profil spravuje starosta. Zástupnost aktuálně není zajištěna, zaměstnankyně je však schopna informace zveřejňovat flexibilně i z domova.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků.



Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Vrdy

Webové stránky (www.obecvrdy.cz)

- responzivní web, starší grafika
- web je poměrně rozsáhlý, ale obsah se daří průběžně aktualizovat
- integrovány odkazy na vybrané další komunikační kanály
- propojení se spolupracujícími subjekty a některými místními organizacemi formou přímého prokliku

Stacionární úřední deska

- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – mlžení, blednutí dokumentů, zamrzání desky v mrazivém období
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena čitelnost i přehlednost; řada dokumentů je zmenšována nebo zveřejňována pouze jako oznámení
- uživatelsky nepřívětivá – problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí

Místní rozhlas

- po rekonstrukci, přesto není slyšitelnost zcela bezproblémová (tříštění zvuku v některých částech obce)
- záznam hlášení není zveřejňován na webu, informace je však současně rozesílána prostřednictvím SMS

Mobilní rozhlas

- využívána je platforma SMS infokanál
- registrováno cca 500 kontaktů
- veškeré důležité informace jsou zasílány výhradně formou SMS, další možnosti této komunikační platformy (mail) nejsou využívány



Mobilní aplikace

- nabízena je aplikace „V obraze“, ale ne zcela odpovídá požadavkům (není příliš využívána)

Facebook (FB Vrdu-news)

- nejde o oficiální profil obce, ale soukromou aktivitu starosty – vyvolává však dojem oficiálního kanálu, neboť řada příspěvků je signována s uvedením funkce
- profil veden jako „komunita“, profil se neprezentuje jako oficiální komunikační kanál obce
- k 10. 8. 2021 celkem 1827 sledujících
- pravidelná aktivita
- příspěvky doplněny často obrázkem či videem, sdílené příspěvky s vlastním komentářem i bez něho

Zpravodaj

- aktuálně není vydáván – vydávání přerušeno z důvodu nedostatečných personálních kapacit
- původní zpravodaj byl vydáván jako občasník a distribuován na hojně frekventovaná místa v obci (knihovna, obchody) k volnému odběru, dostupný byl rovněž elektronicky na webu obce

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez zájmu veřejnosti
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- korespondence a dokumenty obce – identifikace pomocí hlavičky, ale užíváno nejednotně, jednotný styl postrádají i plakáty k akcím pořádaným obcí



Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Vrdu

Webové stránky

- modernizovat vzhled webových stránek
- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, popis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- jednoznačněji propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce apod.

Mobilní rozhlas

- vedle aktuálně zavedené rozesílky SMS zvážit i možnost využívání dalších funkcionalit dané komunikační platformy za účelem úspory finančních prostředků
- jednoznačně definovat formu a obsah rozesílek, neduplikovat rozesílku téže informace
- zaslání SMS omezit pouze na krizové a důležité informace a pro ty, kteří nemají přístup k internetu či chytrý telefon

Mobilní aplikace

- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- zavést oficiální profil obce
- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci



Zpravodaj

- zvážit obnovení vydávání zpravodaje nebo příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
- pro distribuované tiskoviny vytvořit jednotnou grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce

Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce
 - pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci

Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel a také efektivitu jednotlivých komunikačních kanálů. Personální zajištění komunikace je dostačující, nicméně lze doporučit zajištění zástupnosti pro správu všech komunikačních kanálů, tzn. proškolit více pracovníků či zástupců obce.

Facebookový profil by bylo vhodné jednoznačně vymezit, resp. zavést oficiální profil obce. Pořízením elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. Pro starší generaci by bylo vhodné obnovit vydávání zpravodaje. Mladší generaci chce obec vedle Facebooku oslovit i prostřednictvím mobilní aplikace. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Žehušice

Městys Žehušice se nachází 10 km severně od města Čáslav. K počátku roku zde bylo hlášeno 825 obyvatel v průměrném věku 39 let. Součástí obce je místní část Bojmany.

Okolí Žehušic bylo osídleno již v dávných dobách, první písemná zmínka o obci pak pochází z roku 1352. Obec je známa zejména díky přírodní památce Žehušická obora, v níž jsou chováni bílí jeleni. Obora, stejně jako místní zámek, jsou v soukromém vlastnictví a veřejnosti nepřístupné.

V městysi je MŠ a ZŠ a několik činných spolků, které s veřejností komunikují samostatně i ve spolupráci s městysem, přičemž vzájemná komunikace funguje dobře, plynule.

Převážnou část komunikace zajišťuje referentka úřadu jako součást své pracovní náplně. Zástupnost je zajištěna, nicméně další uživatelé se při správě webu cítí nejistě, příp. potřebují navést telefonicky. Tištěný zpravodaj zpracovává redakční rada. Interní komunikace funguje dobře, vše se řeší u jednoho stolu.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků.



Analyza využívaných komunikačních prostředků městyse Žehušice

Webové stránky (www.zehusice.cz)

- responzivní web, moderní grafika
- web je poměrně rozsáhlý, při aktuálním personálním zajištění náročný na aktualizaci
 - chybí multiuživatelská licence pro editační prostředí
- integrovány odkazy na další komunikační kanály
- propojení se spolupracujícími subjekty a některými místními organizacemi formou přímého prokliku

Stacionární úřední deska

- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – mlžení, blednutí dokumentů a jejich vlnění se vlivem vlhkosti
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena čitelnost i přehlednost; řada dokumentů je zveřejňována pouze jako oznámení a v plném rozsahu na doplňkových vývěskách v chodbě úřadu, která ale není přístupná nepřetržitě
- uživatelsky nepřívětivá – časová náročnost vyvěšování (strategické místo v obci, ale větší vzdálenost od úřadu), problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí, v zimním období zamrzání zámků

Místní rozhlas

- v některých částech horší slyšitelnost (tříštění zvuku, chybějící ampliony)
- záznam hlášení není zveřejňován prostřednictvím žádného jiného komunikačního kanálu

Mobilní rozhlas

- není využíván

Mobilní aplikace

- nabízena je aplikace „V obraze“, ale ne zcela odpovídá požadavkům (využívá pouze část mladší generace)

Facebook (Městys Žehušice)

- profil veden jako „státní organizace“, identifikace prostřednictvím znaku, z popisu není zcela zřejmé, že jde o oficiální profil městyse



- k 10. 8. 2021 celkem 322 sledujících
- pravidelná aktivita, ale příspěvky částečně kopírují webové stránky
- facebookový profil je propojen s webem i administračně – příspěvky zveřejněné z redakčního rozhraní webu se však na Facebooku často nezobrazují zcela vhodně – postrádají slovní komentář, který by specifikoval informaci, na kterou odkaz vede, odkazy často nesměřují na konkrétní příspěvek, ale na hlavní stránku aktualit webu

Zpravodaj

- vydáván jako čtvrtletník, distribuován zdarma do schránek, elektronická podoba dostupná na webu
- pro grafickou úpravu využívána jednoduchá šablona

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez zájmu veřejnosti
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- odběr novinek z webu na e-mail – využívá jen nepatrné procento obyvatel
- korespondence a dokumenty obce – identifikace pomocí hlavičky, ale užíváno nejednotně, jednotný styl postrádají i plakáty k akcím pořádaným obcí



Návrh opatření pro zlepšení komunikace městyse Žehušice

Webové stránky

- zajistit multiuživatelskou licenci pro správu webu
- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, propis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce apod.

Mobilní rozhlas

- zvážit zavedení služby tohoto typu

Mobilní aplikace

- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci

Zpravodaj

- vytvořit grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP



Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce – pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci

Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel a také efektivitu jednotlivých komunikačních kanálů. Zatímco senioři preferují tištěný zpravodaj a hlášení rozhlasu, mladší generace, které aktuálně díky nové zástavbě přibývá, je více nakloněna moderním komunikačním platformám. Personální zajištění komunikace je dostačující, vhodné by bylo proškolení všech uživatelů tak, aby byla zajištěna plná zástupnost bez potřeby dalších konzultací.

Mladší generaci chce obec oslovit i prostřednictvím mobilní aplikace. Facebookový profil působí jako částečná kopie webu, bylo by vhodné jej využívat interaktivněji. Pořízení elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly provázány, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



Žleby

Obec Žleby leží na hranici Středočeského a Pardubického kraje 7 km východně od města Čáslav. K počátku roku zde bylo hlášeno 1361 obyvatel v průměrném věku 42,8 let. Součástí obce jsou místní části Kamenné Mosty, Markovice a Zehuby.

První písemná zmínka o obci pochází z roku 1278. Dominantou obce je romantický zámek, tyčící se na ostrohu v meandru řeky Doubravy; součástí expozic jsou mj. rozsáhlé sbírky zbraní. Turisticky oblíbená je i místní obora s chovem bílých jelenů a dravců.

V obci je MŠ a ZŠ, knihovna a několik činných spolků, které s veřejností komunikují samostatně i ve spolupráci s obcí.

Komunikaci zajišťuje několik osob, přičemž každý zaměstnanec obsluhuje vybraný komunikační kanál bez zajištění vzájemné zástupnosti. Tištěný zpravodaj zpracovává po obsahové stránce zastupitelka obce, po grafické stránce IT pracovník. Tento režim klade zvýšené nároky na interní komunikaci a také čas potřebný k neustálému předávání/přeposílání informací, který by bylo možné využít efektivněji.

Představitelé obce ani zaměstnanci se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků.



Analýza využívaných komunikačních prostředků obce Žleby

Webové stránky (www.ouzeby.cz)

- responzivní web, starší grafika
- web je poměrně rozsáhlý, ale obsah se daří průběžně aktualizovat
- chybí multiuživatelská licence pro editační prostředí
- chybí možnost fulltextového vyhledávání
- integrovány odkazy na vybrané další komunikační kanály
- propojení se spolupracujícími subjekty a některými místními organizacemi formou přímého prokliku

Stacionární úřední deska

- stávající vitríny jsou zastaralé a vzhledem k výšce umístění dokumentů je nelze považovat za zcela bezbariérové
- čitelnost dokumentů značně kolísá v důsledku povětrnostních vlivů – mlžení, blednutí a žloutnutí dokumentů a jejich vlnění se vlivem vlhkosti
- prostorová kapacita je nedostačující pro mnohdy velké množství zveřejňovaných dokumentů, čímž je často omezena čitelnost i přehlednost; řada dokumentů je zveřejňována pouze jako oznámení
- uživatelsky nepřívětivá, problematické vyvěšování zejména při větrném a deštivém počasí, v zimním období zamrzání zámeků

Místní rozhlas

- bezdrátový digitální rozhlas s možností záznamu hlášení, v některých částech horší slyšitelnost (tříštění zvuku)
- záznam hlášení zveřejňován na webových stránkách

Mobilní rozhlas

- registrováno asi 20 % obyvatel
- rozesílají se zejména e-maily a zprávy do aplikace, SMS využívány pro krizové informace
- multiuživatelská licence – i pro MŠ a ZŠ, škola však přístupu nevyužívá, informace jí rozesílá úřad



Mobilní aplikace

- obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci

Facebook (Informační centrum a knihovna Žleby)

- obec se prezentuje profilem informačního centra a knihovny, identifikace prostřednictvím znaku a popisu není využita
- profil veden jako „veřejné služby“, k 10. 8. 2021 celkem 100 sledujících
- pravidelná aktivita
- příspěvky většinou doplněny vlastním popisem a obrázkem, popisem zpravidla doplněny i odkazy na webové stránky

Zpravodaj

- vydáván jako občasník, distribuován zdarma do schránek, elektronická podoba dostupná na webu
- pro grafickou úpravu využívána jednoduchá šablona

Další formy komunikace

- veřejná jednání zastupitelstva obce – bez zájmu veřejnosti
- osobní komunikace – často i v neformálním prostředí
- korespondence a dokumenty obce – identifikace pomocí hlavičky, ale užíváno nejednotně, jednotný styl postrádají i plakáty k akcím pořádaným obcí



Návrh opatření pro zlepšení komunikace obce Žleby

Webové stránky

- modernizovat grafickou stránku
- zajistit multiuživatelskou licenci pro správu webu
- propojit web obce s webem mikroregionu – sdílení kalendáře akcí, propis úřední desky mikroregionu na ÚD obce

Úřední deska

- pořídit digitální úřední desku, díky níž bude možné pohodlně zobrazovat veškerý obsah ÚD nezávisle na denní době, současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů

Místní rozhlas

- propojit s dalšími komunikačními kanály – mobilním rozhlasem, Facebookem apod.

Mobilní rozhlas

- jednoznačně definovat formu a obsah rozesílek, neduplikovat rozesílku téže informace

Mobilní aplikace

- zavést mobilní aplikaci jako doplňkový informační kanál
- propojit mobilní aplikaci s webovými stránkami a FB profilem obce
- provázat aplikaci s ostatními obcemi v regionu – sdílení pozvánek na kulturní a sportovní akce apod.
- umožnit zobrazovat notifikace s upozorněním na novinky

Facebook

- zavést oficiální profil obce
- definovat jednotný vizuální styl příspěvků
- prostřednictvím FB zapojit místní komunitu do života v obci



Zpravodaj

- vytvořit grafickou šablonu korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP

Další formy komunikace

- průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce
- sjednotit identifikaci obce na hlavičkových papírech a dalších dokumentech obce – pro tento účel vytvořit šablony korespondující s nově nastaveným vizuálním stylem obce
- vytvořit grafickou šablonu pro tvorbu plakátů – pozvánek na kulturní a sportovní akce v obci

Závěr

Obec dobře vnímá rozdíly mezi preferovanými komunikačními formami u jednotlivých skupin obyvatel a také efektivitu jednotlivých komunikačních kanálů. Zatímco senioři preferují tištěný zpravodaj a hlášení rozhlasu, mladší generace je více nakloněna moderním komunikačním platformám. Personální zajištění komunikace je dostačující, nevyhovující je však organizace správy jednotlivých komunikačních kanálů. Je žádoucí, aby bylo proškoleno více osob, které budou vzájemně zástupné při obsluze všech komunikačních platforem.

Facebookový profil by bylo vhodné jednoznačně vymezit, resp. zavést oficiální profil obce. Pořízením elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stacionární úřední desky. Mladší generaci chce obec oslovit i prostřednictvím mobilní aplikace. Je žádoucí, aby veškeré komunikační kanály byly prováděny, a to pokud možno i z hlediska editace v zájmu minimální administrativní zátěže.

Atraktivita obce a dění v ní nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. Vedle spolupráce na propagaci místních akcí s okolními obcemi, potažmo mikroregionem, lze doporučit i kroky vedoucí směrem k posílení turistické atraktivity obce.



SHRNUTÍ NÁVRHOVÉ ČÁSTI

Není pochyb, že komunikace hraje ve veřejném životě velmi významnou roli. Aktivní, vstřícná a otevřená komunikace úřadů pomáhá budovat vztahy s občany, zvyšuje jejich důvěru v úřad a zájem o veřejné dění. Důležité přitom není jen množství sdělovaných informací, ale také forma, jakou jsou podávány – vedle požadavků na srozumitelnost je třeba dbát i na efektivnost komunikačního procesu, a to jak z hlediska dosahu informací ke všem adresátům, tak z hlediska komfortnosti komunikačního procesu.

Jedním z prvních kroků, které by měly směřovat k naplnění cílů této komunikační strategie, bude sestavení komunikačních plánů obcí a v nich určit, jaký obsah, jakou formou a jakými komunikačními kanály bude sdělován. Rovněž je vhodné, aby obce definovaly osoby odpovědné za vnější komunikaci a editory jednotlivých komunikačních kanálů, kteří budou v problematice proškoleni, přičemž je třeba myslet i na zajištění zástupnosti v případě nepřítomnosti. Opomenuto by nemělo být ani další průběžné vzdělávání, umožňující sledovat aktuální trendy v komunikaci a přizpůsobovat jim komunikaci úřadu.

Současně je žádoucí sjednotit a jednoznačně odlišit oficiální komunikační kanály obcí od neoficiálních tak, aby se v nich veřejnost snáze orientovala. Zejména na sociální síti Facebook je vhodné identifikovat oficiální profily obcí znakem a jednoznačným popisem, aby nemohlo dojít k záměně s profily zájmových skupin či stejnojmenných obcí v jiných částech republiky apod.

Většina do projektu zapojených obcí nemá komunikační kanály příliš provázány, a to jak z hlediska zveřejňovaného obsahu, tak z hlediska obsluhy, což není uživatelsky přívětivé a zvyšuje časové nároky na editaci. V některých případech se pak provázanost jeví jako poněkud problematická – např. sdílení odkazů na weby na Facebooku většinou působí nepřehledně až nevzhledně z důvodu nevhodného formátu náhledu webových stránek nebo vlivem chybějícího komentáře k odkazu. Součástí realizace navrhovaných opatření proto budou i drobné změny estetického charakteru či v nastavení, a to nejen v rámci Facebooku, ale i na webových stránkách. Přestože provázanost obsahové stránky jednotlivých komunikačních kanálů je bezesporu výhodou, neměly by se však vzájemně kopírovat, ale naopak doplňovat.

Obecně lze doporučit, aby představitelé a zaměstnanci obcí zodpovědní za komunikaci věnovali pozornost nejen sdělovanému obsahu, ale i formě či grafické úpravě informací. K tomu mají napomoci i nové manuály jednotného vizuálního stylu spolu s elektronickým balíčkem šablon k okamžitému využití a také pořízení nových komunikačních kanálů – digitálních úředních desek a mobilní aplikace. V průběhu projektu budou zařazeny také vzdělávací aktivity pro zástupce zapojených obcí, a to se zaměřením na využití nově zaváděných komunikačních prostředků (elektronické ÚD, mobilní aplikace) i na efektivní práci s těmi stávajícími. Úvodní vzdělávací aktivitou bude práce s jednotným vizuálním stylem obce a jeho aplikace do praxe tak, aby si díky němu obce postupně utvářely svou jednotnou a snadno rozpoznatelnou image.

Vedle toho by měl jednotný vizuální styl obcí odrážet i jejich členství v mikroregionu a napomoci tak sjednocení komunikace nejen v rámci obcí, ale i v rámci mikroregionu s cílem zvýšit o něm povědomí a budovat pocit sounáležitosti k regionu jako celku. Spojující grafický prvek vychází právě z loga mikroregionu, vzájemnou spojitost lze podpořit i vzájemným odkazováním na mikroregion/členské obce při zveřejňování příspěvků – samozřejmě tam, kde je to vzhledem k charakteru příspěvku vhodné. Prestiž mikroregionu mohou obce pomoci zvýšit i pořízením uvítacích cedulí u příjezdových komunikací s informací o členství v mikroregionu.



STRUČNÁ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE OSTATNÍCH ČLENSKÝCH OBCÍ MIKROREGIONU

V rámci ostatních členských obcí nebyla analýza zpracovávána pro město Čáslav, které souběžně s projektem „Přívětivý Mikroregion Čáslavsko“ rovněž realizuje projekt zaměřený na komunikaci, v rámci něhož zpracovává vlastní komunikační strategii.

Bílé Podolí

Analýza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.bilepodoli.cz)	
• responzivní web, moderní grafika • web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je vcelku přehledný a obsah se daří udržovat aktuální • fulltextové vyhledávání • integrovány odkazy na některé další komunikační kanály	• začlenit prokliky na spolupracující subjekty – mikroregion apod.
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule se nachází na frekventovaném místě vedle budovy OÚ, bezbariérový přístup • vlivem povětrnostních podmínek se ÚD zamlžuje • i přes problematické vyvěšování je kapacita dostačující	• obec neuvažuje o modernizaci ÚD, současný stav je dostačující
Místní rozhlas	
• dobrá kvalita slyšitelnosti • záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu ani prostřednictvím jiných komunikačních kanálů	• propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce
Mobilní rozhlas	
• není využíván	• zvážit zavedení služby tohoto charakteru
Mobilní aplikace	
• nabízena aplikace „V obraze“, ale ne zcela odpovídá požadavkům (bez velkého zájmu veřejnosti)	• zvážit zavedení mobilní aplikace společné pro mikroregion
Facebook	
• obec nemá zřízen facebookový profil	• zvážit založení facebookového profilu obce
Zpravodaj	
• aktuálně nevychází	• zvážit vydávání zpravodaje nebo příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce – zpravidla bez zájmu veřejnosti • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky • vývěsní plochy umístěné v místních částech městyse	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce



Hraběšín

Analýza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.hrabesin.cz)	
• responzivní web, starší grafika • web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je vcelku přehledný a obsah se daří udržovat aktuální • fultextové vyhledávání • integrovány odkazy na některé další komunikační kanály a spolupracující subjekty	• zvážit modernizaci grafiky webu
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule se nachází v blízkosti budovy OÚ, bezbariérový přístup • kapacitně dostačující • při dlouhodobém zveřejnění klesá čitelnost dokumentů	• obec neuvažuje o modernizaci ÚD, současný stav je dostačující
Místní rozhlas	
• vcelku dobrá slyšitelnost • záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu ani prostřednictvím jiných komunikačních kanálů	• propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce
Mobilní rozhlas	
• není využíván	• zvážit zavedení služby tohoto charakteru
Mobilní aplikace	
• není využívána žádná mobilní aplikace	• zvážit zavedení mobilní aplikace společné pro mikroregion
Facebook (Hraběšín)	
• profil obce veden jako „Veřejné služby a služby státní správy“, identifikace prostřednictvím popisu, z něhož je zřejmé, že jde o oficiální profil obce • k 10. 8. 2021 celkem 170 sledujících • pravidelná aktivita • příspěvky vždy s úvodním slovem a fotografií	• doplnit identifikaci znakem – pro profilovou fotku upravit velikost znaku tak, aby se zobrazoval celý
Zpravodaj	
• není vydáván, nahrazován občasnými informačními letáky do schránek	• zvážit vydávání zpravodaje nebo příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • veřejné schůze • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce

**Kluky**

Analýza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.kluky.cz)	
• responzivní web, starší grafika • web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je vcelku přehledný a obsah se daří udržovat aktuální • chybí fultextové vyhledávání • integrovány odkazy na některé další komunikační kanály	• začlenit prokliky na spolupracující subjekty – mikroregion apod.
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule jsou prostorově dostačující, bezbariérové	• obec neuvažuje o modernizaci ÚD, současný stav je vyhovující
Místní rozhlas	
• dobrá kvalita slyšitelnosti • přehled odvysílaných hlášení dohledatelný na webu obce	• stav vyhovuje
Mobilní rozhlas	
• obec aktuálně zavádí tuto službu s plánem plně využívat všech nabízených funkcionalit – zprávy do aplikace, e-mail, pro starší občany SMS	• propagovat zaváděnou službu, mj. začleněním odkazu na ni na webové stránky
Mobilní aplikace	
• obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci vyjma Mobilního Rozhlasu	• zvážit zavedení mobilní aplikace společné pro mikroregion
Facebook (Obec Kluky u Kutné Hory)	
• profil obce veden jako „Radnice“, identifikace prostřednictvím popisu, z něhož je zřejmé, že jde o oficiální profil obce • k 10. 8. 2021 celkem 442 sledujících • pravidelná aktivita • příspěvky vždy s úvodním slovem a fotografií	• zachovat současný stav
Zpravodaj	
• vychází pravidelně jako čtvrtletník, elektronická podoba je k dispozici na webu	• příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce, pořádaná také v místních částech • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím jednotné hlavičky	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce



Krchleby

Analýza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.krchleby-kh.cz)	
• responzivní web • web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je vcelku přehledný a obsah se daří udržovat aktuální • fulltextové vyhledávání • integrovány odkazy na některé další komunikační kanály a spolupracující subjekty	• zachovat současný stav
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule se nachází v „chytré“ autobusové čekárně, bezbariérový přístup • bezproblémové vyvěšování	• obec neuvažuje o modernizaci ÚD, současný stav je vyhovující
Místní rozhlas	
• dobrá kvalita slyšitelnosti • záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu ani prostřednictvím jiných komunikačních kanálů	• propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce
Mobilní rozhlas	
• veškeré důležité informace jsou zasílány výhradně formou SMS • využívány i další možnosti této komunikační platformy (e-maily)	• zvážit rovněž rozesílky zpráv do aplikace jako alternativu k SMS pro uživatele chytrých telefonů
Mobilní aplikace	
• obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci	• zvážit zavedení mobilní aplikace společné pro mikroregion
Facebook	
• obec nemá zřízen facebookový profil	• zvážit založení facebookového profilu obce
Zpravodaj	
• vychází jako čtvrtletník • elektronická podoba není k dispozici na webu • příležitostně doplněn letáky do schránky	• doplnit elektronickou podobu na web • příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky • vývěsní plochy umístěné i v místní části	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce



Močovice

Analyza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.mocovice.cz)	
• responzivní web, starší grafika, problematické zobrazení některých stránek • web není příliš rozsáhlý, díky čemuž se obsah daří udržovat aktuální • fulltextové vyhledávání • integrovány odkazy na některé další spolupracující subjekty	• upravit zobrazení (např. u hlavní stránky se na mobilních zařízeních řádka textu nezobrazují celé) • začlenit prokliky na všechny spolupracující subjekty – mikroregion apod.
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule se nachází na budově OÚ, bezbariérový přístup • prostorová kapacita je nedostačující	• obec zatím neuvažuje o modernizaci ÚD
Místní rozhlas	
• dobrá kvalita slyšitelnosti • přepis hlášení je dostupný na webu a prostřednictvím RSS kanálu zveřejňován i v Mobilním Rozhlase	• zachovat současný stav
Mobilní rozhlas	
• je využíván velice málo – pouze 16 odběratelů • provázanost s hlášením rozhlasu prostřednictvím RSS kanálu – informace pouze o hlášení místního rozhlasu • SMS, e-maily ani zprávy do aplikace jinak nejsou využívány	• častěji informovat o možnosti tohoto komunikačního kanálu • zvážit pro vybrané informace zavedení rozesílek SMS, e-mailů či zpráv do aplikace
Mobilní aplikace	
• obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci	• zvážit zavedení mobilní aplikace společné pro mikroregion
Facebook	
• obec nemá zřízen facebookový profil	• zvážit založení facebookového profilu obce
Zpravodaj	
• zpravodaj vydáván jako čtvrtletník, elektronická podoba dostupná na webu	• příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce – zpravidla bez zájmu veřejnosti • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky není využívána • vývěsní plocha v místním konzumu	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce • zlepšit identifikaci obce používáním hlavičkového papíru



Schořov

Analýza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.schorov.cz)	
• responzivní web, starší grafika • web není příliš rozsáhlý, díky čemuž se obsah daří udržovat aktuální • fulltextové vyhledávání • nejsou integrovány odkazy na spolupracující subjekty ani další komunikační kanály	• začlenit prokliky na spolupracující subjekty – mikroregion apod. • začlenit odkazy na další obce využívané komunikační kanály
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule se nachází vedle budovy OÚ, prostorově dostačující, bezbariérový přístup	• obec neuvažuje o modernizaci ÚD, současný stav je vyhovující
Místní rozhlas	
• dobrá kvalita slyšitelnosti • záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu, ale je dostupný prostřednictvím mobilního rozhlasu	• propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce
Mobilní rozhlas	
• zprávy chodí pouze formou SMS	• častěji informovat o možnosti tohoto komunikačního kanálu • vedle aktuální zavedené rozesílky SMS zvážit i možnost využívání dalších funkcionalit dané komunikační platformy za účelem úspory finančních prostředků
Mobilní aplikace	
• obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci	• zvážit zavedení mobilní aplikace společné pro mikroregion
Facebook (Obec Schořov)	
• profil obce veden jako „Město“, identifikace prostřednictvím popisu, z něhož je zřejmé, že jde o oficiální profil obce • k 10. 8. 2021 celkem 174 sledujících • pravidelná aktivita • příspěvky většinou doplněny textem a fotografií	• definovat jednotný vizuální styl příspěvků
Zpravodaj	
• není vydáván	• zvážit vydávání zpravodaje nebo příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky je využívána pouze k úřední komunikaci	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce



Souňov

Analýza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.sounov.cz)	
• responzivní web, moderní grafika • web není příliš rozsáhlý, díky čemuž se obsah daří udržovat aktuální • fulltextové vyhledávání • integrovány odkazy na některé další komunikační kanály, nejsou integrovány odkazy na spolupracující subjekty	• začlenit prokliky na spolupracující subjekty – mikroregion apod.
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule jsou umístěny vedle autobusové zastávky, bezbariérový přístup, kapacitně vyhovují	• obec neuvažuje o modernizaci ÚD, současný stav je vyhovující
Místní rozhlas	
• špatná srozumitelnost v některých částech • záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu	• propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce
Mobilní rozhlas	
• není využíván	• zvážit zavedení služby tohoto charakteru
Mobilní aplikace	
• obec využívá mobilní aplikaci „V obraze“, z webových stránek se nové informace přepisují přímo do aplikace • občany využívána	• zachovat stav, je vyhovující
Facebook (Obec Souňov)	
• profil obce veden jako „Státní organizace“, identifikace prostřednictvím stručného popisu, z něhož je zřejmé, že jde o oficiální profil obce • k 10. 8. 2021 celkem 205 sledujících • pravidelná aktivita • příspěvky většinou doplněny textem a fotografií	• definovat jednotný vizuální styl příspěvků
Zpravodaj	
• není vydáván • v případě potřeby nahrazen letáky do schránky	• zvážit vydávání zpravodaje nebo příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce – zpravidla bez zájmu veřejnosti • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky je využívána pouze k úřední komunikaci	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce



Šebestnice

Analýza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.sebestenice.cz)	
• responzivní web, starší grafika • web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je vcelku přehledný a obsah se daří udržovat aktuální • fulltextové vyhledávání • integrovány odkazy na spolupracující subjekty, nejsou integrovány odkazy na další komunikační kanály	• integrovat odkazy na další komunikační kanály
Stacionární úřední deska	
• aktuální vývěsní tabule jsou umístěny v blízkosti budovy OÚ, prostorově vyhovující, bezbariérový přístup	• obec plánuje stávající ÚD rozšířit o další plochy přímo u budovy OÚ
Místní rozhlas	
• dobrá slyšitelnost • záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu, ale je rozesílán prostřednictvím mobilního rozhlasu	• propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce
Mobilní rozhlas	
• informace odesílány pouze jako SMS, ale dochází k třídění odběratelů dle obsahu sdělení	• vedle aktuální zavedené rozesílky SMS zvážit i možnost využívání dalších funkcionalit dané komunikační platformy za účelem úspory finančních prostředků • zasílání SMS omezit pouze na krizové informace a pro ty, kteří nemají přístup k internetu či chytrý telefon
Mobilní aplikace	
• obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci	• zvážit zavedení mobilní aplikace společné pro mikroregion
Facebook	
• obec nemá zřízen facebookový profil	• zvážit založení facebookového profilu obce
Zpravodaj	
• není vydáván	• zvážit vydávání zpravodaje nebo příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky je využívána pouze k úřední komunikaci	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce



Třebesice

Analyza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.trebesice.cz)	
• responzivní web, moderní grafika • web je přehledný a obsah se daří udržovat aktuální • fulltextové vyhledávání • jsou integrovány odkazy na další komunikační kanály i spolupracující subjekty	• zachovat současný stav
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule je umístěna u budovy OÚ • kapacitně dostačující, bezbariérový přístup	• obec neuvažuje o modernizaci ÚD, současný stav je vyhovující
Místní rozhlas	
• dobrá slyšitelnost • záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu ani prostřednictvím jiných komunikačních kanálů	• propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce
Mobilní rozhlas	
• obec nevyužívá žádnou aplikaci – na základě přihlášky rozesílá manuálně SMS	• obec zatím neuvažuje o pořízení produktu tohoto typu
Mobilní aplikace	
• obec využívá mobilní aplikaci „V obraze“	• současný stav vyhovuje
Facebook (Obec Třebesice – okr. Kutná Hora)	
• profil obce veden jako „Veřejné služby a služby státní správy“, identifikace prostřednictvím znaku, chybí popis, z něhož by bylo zřejmé, že jde o oficiální profil obce • k 10. 8. 2021 celkem 107 sledujících • pravidelná aktivita • příspěvky doplněny vlastním textem a fotografií	• k identifikaci obce doplnit popis obce
Zpravodaj	
• není vydáván • v případě potřeby nahrazen letáky do schránky	• zvážit vydávání zpravodaje nebo příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce



Vinaře

Analýza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.vinare.cz)	
• responzivní web, moderní grafika • web je přehledný a obsah se daří udržovat aktuální • fulltextové vyhledávání • integrovány odkazy na některé další komunikační kanály a spolupracující subjekty	• doplnit prokliky na všechny komunikační kanály
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule je umístěna u budovy OÚ a současně je v prostorách OÚ digitální panel • kapacitně nedostačující, bezbariérový přístup vlivem povětrnostních vlivů se dokumenty vlní	• obec uvažuje o modernizaci ÚD
Místní rozhlas	
• není využíván	• zavedení místního rozhlasu se v této době jeví jako neekonomické
Mobilní rozhlas	
• rozesílky tříděny – primárně odesílány zprávy do aplikace a e-mailu, SMS pouze v krizových situacích a pro ty, kteří se zaregistrovali pouze s telefonním číslem	• zachovat současný stav
Mobilní aplikace	
• obec má vyvinutou vlastní aplikaci, zatím však ve zkušebním režimu – ještě není nabízena veřejnosti	• nabídnout aplikaci občanům a propagovat ji • zvážit zavedení mobilní aplikace společné pro mikroregion
Facebook (Vinaře a Vinice)	
• nejde o oficiální profil obce, ale je tak využíván, k identifikaci je využit znak; veden jako „Společnost“ • k 10. 8. 2021 celkem 248 sledujících • pravidelná aktivita • příspěvky zpravidla doplněny vlastním textem a fotografií	• upravit na oficiální profil obce, případně zavést nový profil obce (neoficiální profil by se neměl prezentovat znakem obce) • v případě oficiálního profilu upravit velikost znaku pro profilovou fotku tak, aby se znak zobrazoval celý
Zpravodaj	
• vydáván jako občasník, elektronická verze dostupná na webu	• příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce – zpravidla bez zájmu veřejnosti • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky • vývěsní plocha v místní části	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce



Vlkanec

Analyza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.vlkanec.cz)	
• responzivní web, moderní grafika • web je přehledný a obsah se daří udržovat aktuální • fulltextové vyhledávání • integrovány odkazy na další komunikační kanály a některé spolupracující subjekty	• začlenit prokliky na všechny spolupracující subjekty – mikroregion apod.
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule je umístěna u budovy OÚ • kapacitně dostačující, bezbariérový přístup	• obec neuvažuje o modernizaci ÚD, současný stav je vyhovující
Místní rozhlas	
• dobrá slyšitelnost • záznam hlášení nebo jeho přepis je dostupný na webu obce	• současný stav vyhovuje
Mobilní rozhlas	
• obec nevyužívá žádnou aplikaci – na základě přihlášky rozesílá manuálně SMS	• zvážit zavedení aplikace umožňující služby tohoto charakteru v širším rozsahu (SMS, mobilní aplikace, e-mail)
Mobilní aplikace	
• obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci	• zvážit zavedení mobilní aplikace společné pro mikroregion
Facebook (Obec Vlkanec)	
• profil obce veden jako „Státní organizace“, identifikace prostřednictvím popisu, z něhož je zřejmé, že jde o oficiální profil obce, znak pro identifikaci není využíván • k 10. 8. 2021 celkem 81 sledujících • pravidelná aktivita • příspěvky často pouze jako obrázek bez doprovodného komentáře	• k identifikaci obce využít nově přidělený znak, rozměr obrázku upravit tak, aby se v profilovém rámečku zobrazoval celý • příspěvky pokud možno doplňovat vlastním komentářem
Zpravodaj	
• je vydáván cca 3× do roka, elektronická verze dostupná na webu	• příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky zatím není využívána	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce • v souvislosti s nedávným přidělením znaku zvážit zpracování jednotného vizuálního stylu obce, díky němuž by obec nastavila jednotné užívání znaku



Vodranty

Analýza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.vodranty.cz)	
• zastaralá grafika, stránky nevyhovují aktuálním požadavkům z hlediska přístupnosti (zejména chybí responzivita) • web není příliš rozsáhlý, daří se ho udržovat aktuální • chybí možnost fulltextového vyhledávání • nejsou integrovány prokliky na spolupracující subjekty	• zvážit modernizaci webu
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule je umístěna u budovy OÚ • kapacitně nedostačující • chybí bezbariérový přístup (vyvýšený chodník)	• zvážit rozšíření vývěsních ploch • zajistit bezbariérovost
Místní rozhlas	
• dobrá slyšitelnost • záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu ani prostřednictvím jiných komunikačních kanálů	• propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce
Mobilní rozhlas	
• není využíván	• zvážit zavedení služby tohoto charakteru
Mobilní aplikace	
• obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci	• zvážit zavedení mobilní aplikace společné pro mikroregion
Facebook	
• obec nemá zřízen facebookový profil	• zvážit založení facebookového profilu obce
Zpravodaj	
• zpravodaj vydáván jako čtvrtletník, elektronická podoba není dostupná na webu	• doplnit elektronickou podobu na web
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • telefonická komunikace • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky	• zvážit rozšíření komunikačních kanálů obce



Analyza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.zbysovvcechach.cz)	
• responzivní web, moderní grafika • web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je vcelku přehledný a daří se udržovat aktuální • fulltextové vyhledávání • integrovány odkazy na další komunikační kanály a některé spolupracující subjekty	• začlenit prokliky na všechny spolupracující subjekty – mikroregion apod.
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule je zastaralá, problematická obsluha • kapacitně nedostačující • bezbariérový přístup	• zvážit modernizaci úřední desky
Místní rozhlas	
• není využíván	• zavedení místního rozhlasu se v této době jeví jako neekonomické
Mobilní rozhlas	
• není využíván	• zvážit zavedení služby tohoto charakteru
Mobilní aplikace	
• obec využívá mobilní aplikaci „V obraze“	• současný stav vyhovuje
Facebook (Obecní úřad Zbýšov)	
• profil veden jako „Komunitní centrum“ • z popisu není zcela zřejmé, že jde o oficiální profil obce, znak pro identifikaci není využíván • k 30. 11. 2022 celkem 107 sledujících • pravidelná aktivita • příspěvky zpravidla tvořeny obrázkem a textovým komentářem	• upravit popis obce, aby bylo zřejmé, že jde o oficiální profil obce • k identifikaci využít také znak, rozměr obrázku upravit tak, aby se v profilovém rámečku zobrazoval celý
Zpravodaj	
• vydáván jako čtvrtletník, elektronická podoba zveřejňována na webu	• příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce • veřejné schůze k aktuálním tématům • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • vývěsní plochy ve všech místních částech • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce • postupně modernizovat vývěsní plochy



Žáky

Analýza komunikačních prostředků	Návrh opatření pro zlepšení
Webové stránky (www.obec-zaky.cz)	
• responzivní web, moderní grafika • web není příliš rozsáhlý, díky čemuž je vcelku přehledný a daří se udržovat aktuální • chybí možnost fulltextového vyhledávání • integrovány odkazy na další komunikační kanály, chybí prokliky na spolupracující subjekty	• začlenit prokliky na spolupracující subjekty – mikroregion apod.
Stacionární úřední deska	
• vývěsní tabule je umístěna u autobusové zastávky • kapacitně dostačující, bezbariérový přístup	• obec neuvažuje o modernizaci ÚD, současný stav je dostačující
Místní rozhlas	
• dobrá slyšitelnost • záznam hlášení nebo jeho přepis není dostupný na webu ani prostřednictvím jiných komunikačních kanálů	• propojit s dalšími komunikačními kanály – zveřejňovat přepis na webu obce
Mobilní rozhlas	
• obec nevyužívá žádnou aplikaci – na základě přihlášky rozesílá manuálně SMS	• zvážit zavedení aplikace umožňující služby tohoto charakteru v širším rozsahu (SMS, mobilní aplikace, e-mail)
Mobilní aplikace	
• obec nevyužívá žádnou mobilní aplikaci	• zvážit zavedení mobilní aplikace společné pro mikroregion
Facebook (Obec Žáky – Štrampouch)	
• nejde o oficiální profil obce • profil veden jako „Veřejná skupina“ – přispívat mohou všichni členové • k 10. 8. 2021 celkem 218 členů	• zvážit založení oficiálního facebookového profilu obce
Zpravodaj	
• vydáván 1× ročně jako shrnutí roku, elektronická podoba není zveřejňována na webu • v případě potřeby nahrazen letáky do schránky	• elektronickou podobu zpravodaje uveřejňovat na webu • zvážit častější vydávání zpravodaje nebo příležitostně prezentovat obec v Čáslavských novinách v rámci rubriky ORP
Další formy komunikace	
• veřejná jednání zastupitelstva obce • osobní komunikace – často i v neformálním prostředí • vývěsní plocha v místní části • korespondence a dokumenty obce – identifikace obce prostřednictvím hlavičky	• průběžně informovat občany o všech komunikačních kanálech obce



Závěr

Členské obce mikroregionu mají dobrý přehled o preferovaných komunikačních kanálech u jednotlivých skupin obyvatel. O tom svědčí i fakt, že většina obcí se snaží komunikovat se svými občany nejen skrze úřední desku, webové stránky či léty prověřený místní rozhlas, ale hojně také modernějšími komunikačními kanály – prostřednictvím mobilního rozhlasu, mobilní aplikace nebo profilu na Facebooku.

Ve většině obcí aktuální nastavení komunikace vyhovuje, přesto řada z nich vnímá potřebu stávající komunikační kanály rozšířit či modernizovat, případně je využívat efektivněji. V uplynulých zhruba dvou letech např. velká část obcí upgradovala webové stránky. V mnoha případech jsou však zcela limitujícím faktorem pro zavádění dalších komunikačních kanálů personální kapacity, zvláště u malých obcí. V některých případech obce rovněž zvažují finanční stránku nových komunikačních kanálů v přímé vazbě na efektivitu takto vynaložených prostředků. Představitelé ani zaměstnanci obce se v oblasti komunikace systematicky nevzdělávají – školení se vesměs omezují na zácvik při zavádění nových komunikačních prostředků. Minimálně část obcí by však možnosti školení v oblasti komunikace ráda využila.

Naprostá většina obcí zatím neuvažuje o pořízení digitální úřední desky. Jedním z důvodů je věkové složení obyvatel obcí s početným zastoupením seniorů, u nichž není jisté, zda by takovou novinku přijali. Mnoho obcí naopak zavedlo nějakou formu mobilního rozhlasu, který je občany vítán. Do všech obcí, vyjma Miskovic a Vidic, které nejsou součástí ORP Čáslav, jsou každý měsíc zdarma distribuovány Čáslavské noviny, v nichž se mohou prezentovat i jednotlivé obce. Ty ale této možnosti zatím příliš často nevyužívají; v řadě z nich chybí někdo, kdo by měl čas a chuť příspěvky psát.

Rozdílné názory jsou patrné ve vztahu k mobilním aplikacím. Zatímco část obcí aplikaci nabízí (zpravidla od poskytovatele webových stránek) a je s ní vesměs spokojena, část obcí o žádné aplikaci zatím neuvažuje, zejména s ohledem na věkové složení obyvatelstva obce a časové možnosti pro její obsluhu. Obdobná situace panuje i u sociálních sítí, které obce zavádějí zejména na základě požadavků mladší generace.

S ohledem na výše uvedené jsou v rámci doporučení ke zlepšení komunikace těchto obcí uváděny pouze drobné a pozvolné změny, nikoli výraznější zásahy do zavedených způsobů komunikace. Přestože by v řadě obcí bylo žádoucí rozšířit komunikační kanály i o modernější formy, nedoporučujeme je zavádět, pokud pro obec není reálné personálně zajistit jejich pravidelnou správu.

V takovém případě je vhodnější zaměřit se na maximální efektivitu stávajících komunikačních kanálů, a to jak z hlediska dosahu informací, tak z hlediska uživatelské přívětivosti pro obsluhu. Vedle toho doporučujeme informovat průběžně občany o všech obcí využívaných komunikačních kanálech – např. na webové stránky umístit prokliky na mobilní rozhlas, Facebook či mobilní aplikaci, jsou-li obcí využívány, případně také zveřejňovat elektronickou podobu místního zpravodaje či přepis / záznam hlášení místního rozhlasu, není-li hlášení dostupné ještě jinou formou (mobilní rozhlas, na FB apod.). Podobně je možné informovat o komunikačních kanálech i na vývěškách obcí, v místním zpravodaji či informačním letáku atd.

Atraktivita obcí a dění v nich nejsou dostatečně propagovány za hranice obce. V tomto směru lze doporučit spolupráci na propagaci místních akcí s okolními obcemi a mikroregionem s cílem oslovit větší skupinu obyvatel regionu.



ZÁVĚR

Smyslem komunikační strategie Mikroregionu Čáslavsko je nastavit komunikační procesy mikroregionu i zapojených obcí tak, aby se jejich komunikace ve vztahu k veřejnosti stala nejen otevřenější, ale také modernější a efektivnější.

Na základě analýzy současného stavu byly sestaveny návrhy opatření pro jednotlivé obce i mikroregion, která by měla vést ke zlepšení komunikace a současně také k usnadnění editace jednotlivých komunikačních kanálů.

Pro dosažení těchto cílů je důležité, aby byly realizovány všechny dílčí kroky projektu „Přívětivý Mikroregion Čáslavsko“, které umožní jednotlivá návrhová opatření uvést v praxi. Vedle toho je nezbytné rovněž přičinění osob za komunikaci zodpovědných, bez jejichž interakce nelze naplnění stanovených cílů dosáhnout.

Komunikační strategii a využití jednotlivých komunikačních nástrojů je třeba pravidelně vyhodnocovat a v reakci na aktuální trendy a požadavky aktualizovat.



SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

DPP	dohoda o provedení práce
DSO	dobrovolný svazek obcí
FB	Facebook
IT	informační technologie
OCR skenování	skenování do upravitelného textového souboru
ORP	obec s rozšířenou působností
OÚ	obecní úřad
SDH	sbor dobrovolných hasičů
TJ	tělovýchovná jednota
ÚD	úřední deska
mobilní rozhlas	Obecně služba/produkt umožňující rozesílku SMS, e-mailů apod. občanům, kteří se zaregistrovali k odběru těchto zpráv. Obce nejčastěji využívají aplikaci s totožným názvem – Mobilní Rozhlas.

Použitá literatura a zdroje

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Počet obyvatel v obcích – k 1. 1. 2021. [cit. 2021-08-17].
Dostupné online: <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112021>.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Počet obyvatel v obcích – k 1. 1. 2022. [cit. 2022-11-30].
Dostupné online: <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112022>.

HEGER, Vladimír. Komunikace ve veřejné správě. Praha: Grada Publishing, 2012.

KOPECKÝ, Ladislav. Public relations. Dějiny - teorie – praxe. Praha: Grada Publishing, 2013.

www.statnisprava.cz

Webové stránky a facebookové profily členských obcí Mikroregionu Čáslavsko

PŘÍLOHY

Dotazník pro veřejnost



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Vážení občané, rádi bychom Vás požádali o několik minut Vašeho času pro vyplnění následujícího dotazníku. Jeho cílem je zjistit, jak Vám vyhovuje způsob komunikace obce s občany, příp. jaké formy komunikace by Vám do budoucna nejvíce vyhovovaly. Průzkum je realizován v rámci projektu „Přívětivý Mikroregion Čáslavsko“, reg. č. CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016770. Cílem projektu je zkvalitnění komunikace v mikroregionu se zaměřením na moderní formy komunikace. Vyplnění dotazníku je anonymní. Děkujeme. Mikroregion Čáslavsko



1. Hodnotím obec/městys/město: _____

2. Jaký je Váš vztah k obci?

- ☐ Žiji zde trvale ☐ Mám zde chatu/chalupu, na kterou pravidelně jezdím
☐ Mám zde trvalý pobyt, ale většinu týdne pobývám jinde ☐ Jiný – prosím uveďte _____

3. Do jaké věkové kategorie spadáte?

- ☐ 0 – 14 let ☐ 15 – 19 let ☐ 20 – 29 let ☐ 30 – 49 let ☐ 50 – 64 let ☐ 65+

4. Vyberte prosím ke každému tvrzení bodové ohodnocení. 0 b. = absolutní nespokojenost, 5 b. naprostá spokojenost.

Jak dobře se cítíte být informován/a o dění v obci?

Jak jste spokojen/a s rozsahem a kvalitou informací, které se k Vám dostávají?

Jak Vám vyhovují komunikační prostředky, které obec ve vztahu k veřejnosti využívá?

0	1	2	3	4	5

5. Jak se dozvídáte většinu informací o fungování obce a společ. životě v ní? Označte prosím 3 nejčastější zdroje.

- ☐ z webových stránek obcí ☐ z mobilní aplikace
☐ na sociálních sítích ☐ od zástupců obce na základě přímého dotazování
☐ prostřednictvím Mobilního rozhlasu, SMS apod. ☐ z doslechu od známých
☐ z hlášení místního rozhlasu ☐ z jiných než obecních zdrojů – jiné než obecní webové stránky, profily na soc. sítích apod.
☐ z místního zpravodaje ☐ jinak – popište prosím _____
☐ z fyzické úřední desky, vývěsek či plakátovacích ploch
☐ odebírám novinky z webu na e-mail

6. Označte prosím 3 Vámi preferované komunikační kanály (bez ohledu na to, zda je obec aktuálně využívá či nikoliv).

- ☐ webové stránky obce ☐ elektronický e-mailový zpravodaj
☐ Facebook ☐ odběr novinek z webu na e-mail
☐ další sociální sítě ☐ fyzická úřední deska, obecní vývěsky, plakát. plochy
☐ veřejný rozhlas ☐ osobní komunikace se zástupci obce
☐ Mobilní rozhlas, SMS info apod. ☐ video spoty (např. zpravodaj na youtube)
☐ mobilní aplikace ☐ jiné – uveďte prosím _____
☐ digitální úřední deska
☐ tištěný zpravodaj

7. Které typy informací jsou pro Vás nejdůležitější? Vyberte prosím max. 4 možnosti.

- ☐ kulturní a sportovní akce v obci ☐ hospodaření obce – rozpočet, investice ...
☐ odstávky energií, dopravní omezení apod. ☐ volná pracovní místa v obci a blízkém okolí
☐ informace o místních poplatcích, svozu odpadů ☐ možnosti bydlení v obci
☐ plánované projekty v obci ☐ jiné – uveďte prosím _____

8. Se kterými z těchto tvrzení o „papírové“ úřední desce se nejvíce ztotožňujete? Vyberte prosím max. 3 možnosti.

- ☐ Sleduji ji pravidelně, je to můj hlavní zdroj informací. ☐ K fyzické úřední desce mám výhrady - je pro mne hůře přístupná, nesnadno se orientuji v dokumentech, obsah není vždy dobře čitelný apod.
☐ Nepravidelně ji sleduji, ale není to můj hlavní informační zdroj. ☐ Uvítal/a bych pořízení digitální dotykové úřední desky, kde by dokumenty byly přehlednější uspořádány a lépe čitelné.
☐ Jdu-li kolem, letmo přeždu obsah, ale moc ho nečtu. ☐ Jiné – uveďte prosím _____
☐ Vůbec ji nesleduji, sleduji ji v el. podobě na webu.
☐ K fyzické úřední desce nemám výhrady - je pro mne dobře přístupná, dokumenty jsou přehledné, dobře čitelné, snadno se v nich orientuji.



KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE MIKROREGIONU ČÁSLAVSKO

9. Se kterými z následujících tvrzení o veřejném rozhlasu se nejvíce ztotožňujete? Vyberte prosím max. 3 možnosti.

- ☐ Obec veřejný rozhlas nevyužívá.
- ☐ Obec veřejný rozhlas nevyužívá, ale tuto formu komunikace bych ocenil/a.
- ☐ Je to můj hlavní zdroj informací.
- ☐ Obsah hlášení si vyslechnu, ale důležitější jsou pro mě jiné informační kanály.
- ☐ Obsahu hlášení nevěnuji pozornost.
- ☐ Mám k němu výhrady - nevyhovuje mi čas hlášení, kvalita zvuku apod.

10. Vyberte prosím odpovídající tvrzení o odběru novin z webu na e-mail.

- ☐ Tuto možnost web obce neumožňuje.
- ☐ Tuto možnost web obce nemá, ale ocenil/a bych ji.
- ☐ Odběr novin využívám a jsem s ním spokojen/a.
- ☐ Odběr novin mám nastavený, ale tyto e-maily moc nečtu.
- ☐ Odběr novin je možný, ale nevyužívám.

11. Se kterými z následujících tvrzení o mobilním rozhlasu / mobilní aplikaci se nejvíce ztotožňujete?

- ☐ Tato možnost v obci není k dispozici.
- ☐ Tato možnost v obci není k dispozici, ale o mobilní rozhlas mám zájem.
- ☐ Využívám mobilní rozhlas.
- ☐ Tato možnost v obci není k dispozici, ale o mobilní aplikaci mám zájem.
- ☐ Využívám mobilní aplikaci.
- ☐ Tyto komun. kanály nevyužívám a nemám o ně zájem.

12. Se kterými z následujících tvrzení o tištěném zpravodaji se nejvíce ztotožňujete?

- ☐ V obci tištěný zpravodaj nevychází.
- ☐ V obci zpravodaj nevychází, ale uvítal/a bych ho.
- ☐ Obecní zpravodaj čtu, je to pro mne důležitý zdroj informací.
- ☐ Obecní zpravodaj čtu, ale není to můj hl. zdroj informací.
- ☐ Obecní zpravodaj nečtu.
- ☐ Ke zpravodaji mám výhrady - prosíme uveďte _____

13. Jak je v obci pracováno se zpětnou vazbou (s podněty občanů, nahlášenými závadami apod.)?

- ☐ Obec se aktivně snaží zpětnou vazbu získávat a systematicky s ní pracuje.
- ☐ Obec se aktivně snaží zpětnou vazbu získávat, ale není příliš zřejmé, jak s ní následně pracuje.
- ☐ Obec se zpětnou vazbou pracuje, ale příliš se nesnaží ji aktivně získávat.
- ☐ Nemám pocit, že by obec s podněty občanů pracovala.

14. Máte přístup k internetu? V případě odpovědi „NE“ můžete přeskočit otázky č. 15-18.

- ☐ ANO
- ☐ NE
- ☐ Jen příležitostně (např. využívání počítače v knihovně apod.)

15. Jak často navštěvujete webové stránky obce?

- ☐ každý den
- ☐ alespoň 1x měsíčně
- ☐ vůbec je nesleduji
- ☐ alespoň 1x týdně
- ☐ jen párkrát do roka

16. Ohodnoťte jako ve škole (1 nejlepší, 5 nejhorší), jak jste spokojen/a s web. stránkami v následujících aspektech:

Grafika, celkový vzhled – jak se mi web líbí?
Přehlednost – jak rychle se zorientuji a najdu, co potřebuji?
Obsah – odpovídá obsah mým očekáváním, najdu vše, co hledám?
Aktuálnost informací
Kvalita a srozumitelnost informací – jsou informace v dostatečném rozsahu (nemusím nic dohledávat) a rozumím jim dobře?
Uživatelská přívětivost – jak pohodlně se mi s webem pracuje?

1	2	3	4	5

17. Sledujete svou obec na Facebooku (FB)?

- ☐ Ano, jsem fanouškem stránky.
- ☐ Netuším, zda má obec profil na FB, je mi to jedno.
- ☐ Víím, že má obec profil na FB, ale nesleduji ho.
- ☐ Facebook nevyužívám.

18. Jaké aplikace/sociální sítě nejčastěji využíváte?

- ☐ Facebook
- ☐ Snapchat
- ☐ Clubhouse
- ☐ Instagram
- ☐ TikTok
- ☐ jiné – uveďte: _____

19. Prostor pro Vaše komentáře, podněty a připomínky ke komunikaci obce směrem k veřejnosti: Co Vám chybí, co byste uvítali, co byste změnili ...



Devatero zásad kvalitní komunikace

Kvalitní komunikace podléhá neustálému vývoji, zpětné vazbě a jejímu vyhodnocení a v případě potřeby zavádění nových opatření či komunikačních kanálů.

To, jak obec komunikuje s veřejností, utváří do značné míry pověst úřadu. Dobrá komunikace mezi úřadem a občany je postavena především na důvěře – cílem komunikace úřadu je důvěru posilovat, rozhodně ne ji narušit či ztratit. Je rovněž dobré mít na paměti, že zvláště v prostředí sociálních sítí zpravidla interagujeme s větším publikem, než se zdá.

1. Odvaha

Nebojíme se komunikovat. Jsme otevření podnětům zvenčí a inspirujeme se jimi. Nebojíme se zkusit něco nového, a pokud se novinka neosvědčí, s klidem ji opustíme.

2. Aktivita

V komunikaci jsme aktivní. Reagujeme rychle – je-li odpověď známá, nečekáme na konec zákonné lhůty. U běžné korespondence ideálně odpovíme do 48 hodin, pokud potřebujeme čas na zjištění informací, sdělíme alespoň, že se odpovědí zabýváme.

Komunikujeme pravidelně, větší množství informací raději rozložíme v čase. Nemáme-li aktuálně co sdělovat, využijeme prostor pro zapojení občanů.

3. Srozumitelnost a přiměřenost

Úřední styl je pro mnoho občanů špatně srozumitelný. Komunikujeme proto přirozeným jazykem, podle zvoleného komunikačního kanálu možno i neformálním tak, aby byl obsah sdělení jasný široké veřejnosti. Informace předkládáme s adekvátním vysvětlením, v přiměřeném kontextu, aby bylo snadné je pochopit, ale nezahlcujeme všemi detaily.

4. Pravdivost a otevřenost

Prezentujeme pravdivé a úplné informace, informace z cizích zdrojů ověřujeme. Raději odmítneme odpovědět, než si vymýšlet nebo překrucovat či přikrášlovat fakta. Nepředstíráme jistotu tam, kde pracujeme jen s pravděpodobností či domněnkou. Argumentujeme jen skutečnými a logickými důvody. Nezastíráme skutečný cíl, který sledujeme.

5. Dostupnost

Víme, že nikdo nesleduje všechny komunikační kanály. Důležitý obsah proto šíříme prostřednictvím vícero komunikačních kanálů, aby se dostal pokud možno ke všem.

Při zveřejňování informací volíme cestu, která bude snadno přístupná pro občany – kde je to možné, vyhneme se proto dokumentům ke stažení, u rozsáhlejších příloh se pokusme stručně shrnout to nej důležitější, co je v dokumentu uvedeno, aby občané základní informaci získali i bez nutnosti se probírat několika stranami úředního textu.

6. Aktuálnost a včasnost

Potřebné informace sdělujeme občanům včas tak, aby měli možnost na ně adekvátně zareagovat. Současně dbáme na vhodnost termínu sdělení – příliš velký časový předstih může způsobit, že bude informace zapomenuta; předejít tomu můžeme připomínáním informace.

7. Pokora a vstřícnost

Ke komunikaci přistupujeme s pokorou a úctou ke komunikačním partnerům, respektujeme individualitu každého občana. Ověřujeme, zda navržený postup je pro občana vyhovující.

Nebagatelizujeme jeho problém či situaci, ani se neprezentujeme jako odborník, pokud jím v dané oblasti nejsme. Neprosazujeme postup či řešení, o němž sami nejsme přesvědčeni.



8. Zpětná vazba

Nečekáme, až zpětnou vazbu dostaneme z iniciativy občanů. Aktivně se zajímáme, zda pochopili obsah sdělení, podněcujeme je ke komunikaci s úřadem, ptáme se, zapojujeme občany do diskuze – a dáváme jim také najevo, jak s jejich podněty pracujeme.

Pokud se občané ptají nebo vznášejí podněty a připomínky, nenecháváme je v žádném případě bez reakce. Nebojíme se ani kritiky, negativní komentáře nemažeme a slušně, s klidem na ně reagujeme.

9. Slušně a s klidem i v krizi

Bez ohledu na slovník a styl vyjádření druhé strany zůstáváme pokud možno klidní a zachováváme slušnost. Ve vypjatých situacích se snažíme uklidňovat a umožnit tak racionální postup.

V krizových situacích neděláme mrtvého brouka, naopak informační toky dobře zorganizujeme a průběžně komunikujeme, abychom předešli vzniku a šíření fám nebo paniky.

Užitečné tipy

• ILUSTRAČNÍ OBRÁZKY

Pro propagaci akcí nebo jako ilustrační obrázky v žádném případě nejsou vhodné obrázky volně stažené z internetu (zobrazené pomocí vyhledávače, stažené ze sociálních sítí, soukromých fotogalerií a podobně), neboť se na ně zpravidla vztahují autorská práva. Vhodné je vyhnout se i obrázkům, na nichž jsou zobrazeny známé značky (ochranné známky – např. Apple, Coca Cola apod.). U snímků, na nichž je identifikovatelná osoba, bychom správně měli mít její souhlas.

Doporučujeme proto využívat jen vlastní fotografie nebo takové, k jejichž užití máte prokazatelnou licenci; volně lze užívat také díla po vypršení autorské ochrany (70 let po smrti autora) a snímky, u nichž se autoři majetkových práv vzdali. Ty bývají zveřejňovány pod licencí Public Domain (volné dílo) nebo Creative Commons Zero (CC0). Pokud není možné podmínky užití obrázku dohledat anebo licence neodpovídá účelu užití, sahnete po snímku z fotobank, v nichž autoři uveřejňují své snímky s volnou licencí k užití pro běžné účely, případně jsou podmínky licence zřetelně uvedeny. Podmínky fotobank většinou zakazují prodej zveřejněných obrázků a fyzických produktů s nimi nebo např. vytváření kompilací, jinak je lze zpravidla volně využít bez nutnosti uvádět zdroj. Doporučit lze např.

- **www.pixabay.com/cs** – největší fotobanka, vyhledávání i v ČR; vyhněte se jen sponzorovaným obrázkům
- **www.pikwizard.com**
- **www.unsplash.com**
- **www.pexels.com**
- **https://commons.wikimedia.org** – obrázky pod různými licencemi – nutno zkontrolovat licenci uvedenou pod snímkem

Nebojte se anglických zdrojů – pokud se stránky nepřeloží do češtiny automaticky, klikněte v textu pravým tlačítkem myši a zvolte „přeložit do jazyka čeština“ – překlad sice nebude dokonalý, ale srozumitelný určitě ano. Lepších výsledků vyhledávání ale v některých galeriích dosáhnete zadáváním hesel v angličtině.

• FOTKY OSOB NA AKCÍCH A GDPR

Na řadě místních akcí jsou pořizovány fotky či videozáznamy, které následně obec zveřejňuje na svých webových stránkách, Facebooku nebo v místním zpravodaji, případně využívá v kronice. V případě fotografování za účelem informovat o průběhu události můžete využít tzv. zpravodajské licence, kdy není třeba souhlas zachycených osob, nejsou-li uvedena jejich jména. Fotky je ovšem před publikací třeba podrobit kontrole a vyřadit snímky, které by kohokoliv zachycovaly nelichotivě, mohly jej zesměšnit, dehonestovat apod.



Vedle toho lze doporučit o záměru akci tímto způsobem dokumentovat a snímky zveřejnit již předem informovat na plakátech, pozvánkách i přímo na akci, je-li to reálné. Formulace může znít např.: „Na akci bude pořizována fotodokumentace/videozáznam za účelem informovat o průběhu akce na webových stránkách, Facebooku ...“ nebo „... za účelem propagace činnosti spolku XY.“ Informaci je možné rovněž doplnit: „V případě Vašeho nesouhlasu se zveřejněním své osoby kontaktujte pořadatele na e-mailu ...“ U akcí, na něž se účastníci přihlašují, typicky např. výstavy, je vhodné souhlas se zachycením osoby zpracovat do přihlášky.

● FORMÁTY DOKUMENTŮ

Při práci s dokumenty je mnohdy třeba změnit formát dokumentu, zmenšit velikost souboru, spojit několik dokumentů v jeden nebo soubor naopak rozdělit, otočit nebo např. převést dokument do strojově čitelného formátu. Pro tyto účely dobře poslouží i volně dostupné aplikace (fungující často jako imaginární tiskárny), např.

– **PDF24 Creator** – volně ke stažení, popř. možnost využít rovněž online na:

<https://tools.pdf24.org/cs/creator>; umožňuje řadu operací se soubory včetně převodu na strojově čitelný text, začernění textu či převod PDF na jiný formát vč. DOC, současně umožňuje uložit soubor do různých formátů vč. JPG

– **PDFill**

– **PDF Creator**

V souvislosti s požadavky, které na weby veřejných subjektů klade zákon č. 99/2019 Sb., o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací a o změně zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů, je nutné dbát mj. na strojovou čitelnost dokumentů zveřejňovaných na webu obce, případný audiovizuální obsah pak doplňovat i textovou informací. Tento požadavek nabyde na významu i v souvislosti s případnou možností hlasitého předčítání obsahu digitální úřední desky – pokud obsah ÚD nebude strojově čitelný, předčítání nebude možné.

Zcela nejprístupnější formou je proto vkládání webového obsahu ve formě textu, nikoliv jako přílohu. To bezesporu uvítají i uživatelé navštěvující web z chytrého telefonu či stahující obsah do mobilní aplikace. V případě skenování příloh je pak nutné volit metodu OCR, popř. naskenovaný soubor následně do strojově čitelné podoby převést.

● GENERÁTOR QR KÓDU

Chceme-li dokument doplnit o QR kód s odkazem na vybraný obsah, můžeme ho v několika málo krocích lehce vygenerovat na webu.

QR kód přitom nemusí odkazovat pouze na webové stránky, ale rovněž např. na vizitku nebo kontaktní údaje, událost v kalendáři nebo dokument, oblíbené jsou QR kódy obsahující platební údaje apod.

– <https://qrgenerator.cz/> – bez registrace, v češtině

– <https://goqr.me/> – bez registrace, i v angličtině velmi intuitivní ovládání

● FB PŘÍSPĚVEK

Free verze k tvorbě příspěvků pro sociální sítě a spousty připravených šablon k využití.

– **Figma.com**

– **Canva.com**

● JAZYKOVÉ PŘÍRUČKY

Pokud se nám někdy stane, že si nejsme jisti správným pravopisem, dobře poslouží online jazykové příručky, v nichž je možné oproti tištěným slovníkům rychle vyhledávat.

– <https://prirucka.ujc.cas.cz/>

Zahrnuje slovníkovou část, v níž lze vyhledávat slova a jejich tvary vč. dělení, uváděn je i příklad užití, příp. upozornění na možnou záměnu s podobným výrazem; současně nabízí i odkazy na část



výkladovou, členěnou podle jednotlivých témat pravopisných jevů – ve výkladové části lze vyhledávat i samostatně.

– **<https://www.pravidla.cz/>**

Zahrnuje slovníkovou část obsahující tvary slov a příp. podobná či příbuzná slova.

Výkladová část odpovídá svým rozsahem tištěným Pravidlům českého pravopisu.

