



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Koncepce komunikace města

Nymburk

2022

Dokument byl vytvořen v rámci projektu Moderní úřad Nymburk, který je financován z operačního programu Zaměstnanost, registrační číslo CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016728.

Obsah

Úvod	3
Cíle koncepce a její obsah	4
Cíle koncepce.....	4
Obsah koncepce	5
Teoretická východiska a vymezení pojmů.....	7
Komunikace města jako veřejná služba	7
Komunikace interní a externí	8
Cílové skupiny.....	9
Analýza současného stavu komunikace	9
Cílové skupiny.....	10
Komunikační kanály.....	12
SWOT analýza	31
Návrhová část koncepce.....	32
Vize a základní strategické směřování.....	32
Strategické cíle a navrhovaná opatření.....	33
Navrhovaná opatření.....	34
Závěr	43
Přílohy.....	44



Úvod

Komunikační strategie patří k moderním nástrojům řízení města. Definuje zásady a postupy přenosu informací od města k občanovi, ale také naopak od občana k městu (tzv. zpětná vazba) a mezi klíčovými organizacemi města a dalšími subjekty působícími ve městě.

Bez funkční komunikační strategie roste riziko nespokojenosti občanů města s jeho řízením, ztrácí se možnost občanů aktivně participovat na dění ve městě a správa města se připravuje o příležitost vysvětlovat své kroky veřejnosti. Nejen nedávno proběhlé společenské krize jasně ukázaly, že efektivně řízená a srozumitelná komunikace je předpokladem pro nastavení vztahu důvěry mezi veřejnou správou a občany. Její absence pak přispívá k negativní atmosféře ve společnosti, dává příležitost ke konfliktům a nedorozuměním.

Správně nastavená komunikace je však potřebná i mimo krize, v každodenním životě. Napomáhá zlepšovat kvalitu života ve městě – ať už jde o běžné administrativní úkony, využívání sociálních, zdravotních a jiných služeb nebo o volnočasové aktivity. Neméně důležitá je komunikace i pro podporu cestovního ruchu nebo podnikatelské sféry.

Cílem předkládaného dokumentu je poskytnout správě města postup, jehož aplikace podpoří rozvoj města a jeho komunit. Dokument bude sloužit především zaměstnancům města, kteří zajišťují komunikaci s veřejností na různých úrovních a ve všech oblastech, které spadají do působnosti města. Z tohoto pohledu je třeba tento manuál vnímat holisticky tak, aby s ním pracovali, pokud možno všichni zaměstnanci města adekvátně ke své pracovní náplni.

Dokument byl vytvořen externím dodavatelem vybraným na základě veřejné zakázky v rámci projektu Moderní úřad Nymburk a jeho autory jsou odborníci na různé segmenty komunikace, včetně komunikace politické, mediální, marketingové (vč. komunikace na sociálních sítích) nebo komunikace v oblasti nevládního neziskového sektoru a veřejné správy.

Koncepce se opírá a analýzu existujících komunikačních kanálů města a anketu mezi občany města Nymburka.



Cíle koncepce a její obsah

Cíle koncepce

Důvodem vzniku koncepce je potřeba nastavit cíle, nástroje a postupy komunikace města a provázat ji s existující strategií rozvoje města. Aktuálně komunikace není dostatečně strategicky uchopena, a to ani interně, ani externě.

Cílem dokumentu je provést analýzu stávající situace, identifikovat problematické body a navrhnout zlepšení, stejně jako podpořit a zachovat dobrou praxi. Na základě komplexní analýzy zahrnující přehled cílových skupin a hodnocení aktuálně využívaných komunikačních kanálů pak budou navrženy konkrétní strategické cíle a opatření vedoucí k jejich dosažení.

Návrhy budou směřovat k posílení efektivity komunikace, nastavení kompetencí, obsahu i načasování komunikace. Zároveň budou upozorňovat na možná rizika s cílem těmto rizikům předcházet.

Koncepce rovněž směřuje k inovaci vybraných komunikačních kanálů města, které již nevyhovují současným nárokům na moderní elektronické nástroje.

Klíčovými principy, které by dle zadání měla navrhovaná koncepce pokrýt, jsou:

- Efektivnost – snadná a rychlá obsluha, dobrá dostupnost a aktuálnost informací
- Účinnost – zaměření formy komunikace na specifika cílové skupiny, široký záběr, posílení úrovně pronikání komunikovaných témat k veřejnosti
- Otevřenost a transparentnost
- Získávání zpětné vazby od občanů města



Obsah koncepce

Obsah koncepce je v souladu s Metodikou přípravy veřejných strategií a její struktura odpovídá nárokům uvedeným v Typologii strategických a prováděcích dokumentů pro strategický dokument typu „koncepce“. Obsahuje zejména **základní východiska, vizi a základní strategické směřování**. Je také v souladu, s již existujícími strategickými dokumenty (Strategie rozvoje města 2020–2023).

Předložený dokument je strukturován dle následujícího vzoru:

- definice a analýza řešené problematiky (Teoretická východiska, Analýza současného stavu)
- vize a základní strategické směřování (Návrhová část koncepce)
- strategické cíle, příp. specifické cíle (Návrhová část koncepce)
- opatření, jejichž realizace není podrobněji specifikována (Návrhová část koncepce)

Dle zadání zakázky dokument zahrnuje cíle pro období následujících 4–7 let a jeho součástí je také Kodex etické komunikace. Ten podporuje takovou komunikaci úřadu, která je nezaujatá, objektivní, úplná a nic nezastírající.

Navržené cíle a opatření povedou ke zvyšování povědomí o působnosti a službách úřadu, podpoří jeho pozitivní mediální obraz, zkoordinují mediální výstupy jednotlivých úseků MěÚ a zjednoduší a zpružní komunikaci uvnitř organizace při zohlednění potřeb moderní veřejné správy a možností současných technologií a očekávaného vývoje.

Koncepce zohledňuje komunikaci s následujícími cílovými skupinami:

- obyvatelé města a správní oblasti ORP
- návštěvníci města (turisté)
- podnikatelé a jejich zájmová sdružení
- zaměstnanci úřadu
- organizace a instituce města (např. školy, zájmové spolky)
- veřejná správa a ostatní samosprávy
- neziskové organizace
- organizátoři významných akcí
- partnerská města
- média



Využité metody a postup zpracování:

- Desk Research

Úvodní fáze tvorba koncepce zahrnovala zejména sběr podkladů a rešeršní práci, jejichž cílem bylo nashromáždit materiály pro zevrubnou analýzu. Zpracovatel koncepce vycházel zejména z veřejně dostupných zdrojů i interních dokumentů poskytnutých zadavatelem.

- Anketa

Doplňkovým zdrojem dat byla anketa určená pro občany města. Dotazník obsahoval jak otevřené, tak uzavřené otázky. Jeho cílem bylo otestovat ochotu občanů participovat tímto způsobem (online dotazník) a zároveň získat zpětnou vazbu na stávající komunikaci města.

- Analýza podkladů

Analytická část dokumentu se zaměřuje zejména na posouzení efektivity využívaných kanálů komunikace ve vztahu k cílovým skupinám. U jednotlivých kanálů a aktivit jsou připojena doporučení pro možná zlepšení. Syntézou analytických výstupů je pak závěrečná SWOT analýza, z níž vychází i návrhová část koncepce.



Teoretická východiska a vymezení pojmů

Komunikace města jako veřejná služba

Veřejná správa je především službou občanům a poskytování a předávání informací veřejnosti by mělo být chápáno jako její součást.

Komunikace však není pouze jednosměrným tokem informací; komunikace zahrnuje také zpětnou vazbu, tedy přenos názorů a informací od veřejnosti ke správním orgánům. Bez zohlednění názorů a podnětů veřejnosti v rozhodovacích procesech se může stát, že přijatá rozhodnutí nebudou odpovídat realitě praktického života ve městě.

Skrze aktivní komunikaci s veřejností může město posílit svou pozici důvěryhodné instituce tak, aby bylo široce vnímáno jako otevřené, vnímavé, transparentní a komunikativní město, jehož představitelé aktivně dbají na zájmy svých občanů a přispívají tak k celkovému rozvoji města a ke zvyšování jeho atraktivity.

Efektivně realizovaná komunikační strategie významně posílí kredit města jak ve vztahu k občanům, tak ve vztahu k ostatním aktérům v regionu. Komunikační strategie stanoví postup, jakým bude veřejnost a další klíčoví aktéři informováni o probíhajících aktivitách města a jak se mohou do procesu zapojit. Účelem je zajistit, aby široká veřejnost pochopila důvody a činnosti související s řízením města a seznámila se s dosaženými výsledky.

Funkční vztah mezi občanem a veřejnou správou je založený na soustavné, oboustranné komunikaci. Jejím výsledkem je schopnost domluvit se s většinou zúčastněných stran a shodnout se na přijatelných a respektovatelných kompromisech. Komunikaci lze vnímat ve dvou úrovních:

- Povinná komunikace určující standardy chování vyplývající z příslušných zákonů, vyhlášek a norem, které je třeba respektovat. Poskytuje byrokratická pravidla hry, omezení, mantinely a sankce. Vytváří předpoklady pro fungování systému jako celku.
- Nepovinná komunikace, která není ošetřena zákonem, vychází z tradic, kultury, obecných zvyklostí a představ o slušnosti, respektuje místní specifika a reaguje na konkrétní problémy. Pomáhá najít společná řešení a spoluvytváří vytváří občanskou společnost. Na nepovinné komunikaci do značné míry závisí, jak občané město vnímají a zda přijímají formální pravidla.



Absence nepovinné komunikace, případně neexistující či nefungující procesní přístup k ní, může způsobovat řadu problémů a v každodenním styku mezi radnicí a občanem např. při řešení konkrétních životních situací. Může tak narušovat vnímání radnice jako důstojného, seriózního a profesionálního partnera občana.

Komunikace interní a externí

Komunikace města má dvě složky: komunikaci interní (uvnitř úřadu) a komunikaci externí (od města k občanům a dalším institucím). Předmětem zadání je vytvoření externě orientované komunikační strategie. Tou se úřad nebo město prezentuje ve vnějším prostředí, a právě na základě vnější komunikace je úřad a jeho zaměstnanci či samotné město a jeho vedení vnímáno občany a také jimi nejčastěji posuzováno a hodnoceno.

Klíčovou součástí komunikace je příjemce sdělení. Ten je nejdůležitější součástí komunikace. Jinými slovy, příjemce sdělení je důležitější osobou než původce sdělení. To v praxi znamená, že pokud správa nebo samospráva vyše k občanům jakékoli sdělení, a toto sdělení je přinejmenším nezanedbatelnou částí občanů pochopeno odchylně od zamýšleného cíle komunikace, je třeba komunikaci upravit - připustit nedostatek vzniká na úrovni původce komunikace.

Komunikace zajišťuje tok informací mezi úřadem nebo městem a veřejností, ale také vytváří pozitivní obraz města, a to jak vůči občanům města, tak vůči obyvatelům celého regionu či návštěvníkům.

Pro kvalitní komunikaci je potřeba optimální komunikační mix, který využívá všechny dostupné nástroje, které má úřad nebo město k dispozici, s ohledem na to, co chce sdělit a na jakou cílovou skupinu informace cílí.

Pro efektivní, kvalitní a úspěšnou komunikaci úřadu nebo města je však nezbytné, aby zaměstnanci úřadu měli správné informace ve chvíli, kdy je potřebují. Každý zaměstnanec také musí vědět, jaké jsou jeho povinnosti z hlediska komunikace a jaké jsou odpovědnosti z hlediska komunikace.

Pokud má být komunikace města úspěšná, musí zaměstnanci, kteří zprostředkovávají informace cílovým skupinám, musí mít správné a úplné informace a musí vědět, jak mají postupovat. Z tohoto důvodu se tato strategie také částečně zabývá interní komunikací města. Všechny komunikační aktivity úřadu a města mají vliv na chování zaměstnanců a nelze je od sebe zcela oddělit.



Cílové skupiny

Cílovou skupinou komunikace se rozumí specifickými charakteristikami vymezení příjemci komunikačních sdělení. Rozdělení příjemců sdělení na cílové skupiny napomáhá nastavit komunikační strategii tak, aby zahrnovala všechny adresáty sdělení, s nimiž chce město komunikovat. Zejména slouží k tomu, aby pro každou cílovou skupinu existovalo funkční komunikační spojení (kanál), prostřednictvím kterého se k němu dostávají relevantní informace. Liší se rovněž forma, kterou je vhodné informace předávat (např. pro seniorní občany města může být online komunikace komplikovaná, pro jinou věkovou skupinu je tato forma preferovaná).

Jako klíčové pro komunikaci města byly identifikovány níže vyjmenované cílové skupiny. Jejich specifikace a nástroje vhodné pro pokrytí potřeb pro komunikaci s nimi následují v analytické části dokumentu.

- obyvatelé města a správní oblasti ORP
- návštěvníci města (turisté)
- podnikatelé a jejich zájmová sdružení
- zaměstnanci úřadu
- organizace a instituce města (např. školy, zájmové spolky)
- veřejná správa a ostatní samosprávy
- neziskové organizace
- organizátoři významných akcí
- partnerská města
- média

Analýza současného stavu komunikace

V analýze aktuálního stavu komunikace zahrnuje podrobnější specifikaci cílových skupin a popis očekávání a priorit pro komunikaci s nimi. Následuje zhodnocení aktuálně využívaných komunikačních kanálů. V této části jsou rovněž využita zjištění z ankety mezi občany města zaměřené na vnímanou kvalitu komunikace. Na závěr jsou zjištění shrnuta v tzv. SWOT analýze.



Cílové skupiny

V následující tabulce jsou podrobněji specifikovány cílové skupiny, priority a potřeby pro komunikaci s nimi a vhodné komunikační kanály/nástroje.

Cílová skupina	Specifikace	Priority a potřeby	Vhodné kanály pro komunikaci
Obyvatelé města a správní oblasti ORP	<ul style="list-style-type: none"> → nejpočetnější → různorodá (rodiče, senioři, děti a mládež, nezaměstnaní atp.) 	<ul style="list-style-type: none"> → snadná komunikace s úřady, orientace → řešení různých životních situací → dostatek informací o aktuálním dění ve městě → vzájemnost – participace na veřejném životě města 	<ul style="list-style-type: none"> → webové stránky města, sociální sítě → Nymburský zpravodaj → úřední deska → městský rozhlas → setkání s občany → interakce se zaměstnanci úřadu → Portál občana
Návštěvníci města (turisté)	<ul style="list-style-type: none"> → z regionu → mimo region → zahraniční → lázeňští hosté (Poděbrady) 	<ul style="list-style-type: none"> → pohodlný přístup k informacím → primárně zájem o volnočasové aktivity /kultura/sport a navazující služby → dostupnost informací předem 	<ul style="list-style-type: none"> → webové stránky města, sociální sítě → Turistické informační centrum → média (regionální, celostátní) → mobilní aplikace
Podnikatelé a jejich zájmová sdružení	<ul style="list-style-type: none"> → místní podnikatelé → investoři → Podnikatelský inkubátor 	<ul style="list-style-type: none"> → dobrá informovanost o plánovaných projektech města (dotační výzvy apod.) → potenciál pro spolupráci na propagaci města 	<ul style="list-style-type: none"> → webové stránky města, sociální sítě → pracovní setkání se zástupci města → rozvojové a networkingové akce → setkání s občany



Zaměstnanci úřadu	<ul style="list-style-type: none"> → svým vystupováním spoluurčují vztah občanů k úřadu → mohou šířit informace o činnosti úřadu/dění ve městě i ve svém soukromém životě (neformálně) 	<ul style="list-style-type: none"> → potřeba dobré informovanosti, tzn. funkční interní komunikace → schopnost předávat přesné, srozumitelné informace → proklientský přístup – snaha o kultivovanou a respektující komunikaci 	<ul style="list-style-type: none"> → interní komunikace v rámci úřadu → pracovní porady → mailing/intranet → pracovní schůzky
Organizace a instituce města	<ul style="list-style-type: none"> → školské instituce → kulturní zařízení města (Městská knihovna Nymburk, Nymburské kulturní centrum...) → sociální a zdravotní služby (Městská nemocnice Nymburk) → Technické služby města Nymburk 	<ul style="list-style-type: none"> → spolupráce a podpora ze strany města → vzájemná dobrá informovanost → synergie v komunikaci 	<ul style="list-style-type: none"> → pravidelné pracovní schůzky/porady → mailing
Veřejná správa a ostatní samosprávy	<ul style="list-style-type: none"> → Vymezeno legislativně (přenesená působnost) 	<ul style="list-style-type: none"> → plnění povinností plynoucích z legislativy → udržování dobrých vztahů, vzájemná dobrá informovanost 	<ul style="list-style-type: none"> → komunikace dle vymezených kompetencí zaměstnanců úřadu → mailing → pracovní setkání
Neziskové organizace	<ul style="list-style-type: none"> → Různé oblasti působení 	<ul style="list-style-type: none"> → spolupráce na propagaci akcí a činností 	<ul style="list-style-type: none"> → pracovní setkání → mailing → webové stránky města



		<ul style="list-style-type: none"> → vzájemná dobrá informovanost → sdílení dobré praxe 	<ul style="list-style-type: none"> → setkání s občany
Organizátoři významných akcí	<ul style="list-style-type: none"> → Lokální / externí → Již zavedené akce/nové akce 	<ul style="list-style-type: none"> → udržení funkční spolupráce → nabídky nových spoluprací 	<ul style="list-style-type: none"> → webové stránky města → média → osobní schůzky
Partnerská města	<ul style="list-style-type: none"> → Újfehértó (Maďarsko) → Vrútky (Slovensko) → San Giorgio (Itálie) → Neuruppin (Německo) → Żarów (Polsko) 	<ul style="list-style-type: none"> → pravidelný kontakt → rozvíjení partnerského vztahu → propojování lokálních subjektů → sdílení a přenos dobré praxe 	<ul style="list-style-type: none"> → pravidelná setkání (online) v udržitelné frekvenci → mailing
Média	<ul style="list-style-type: none"> → regionální → celostátní 	<ul style="list-style-type: none"> → včasná, profesionální a transparentní komunikace → proaktivní přístup města k novinářům → prioritou je pozitivní komunikace 	<ul style="list-style-type: none"> → tiskové zprávy → tiskové konference /setkání s novináři → webové stránky města

Komunikační kanály

Město Nymburk v komunikaci využívá kombinaci nástrojů, která naplňuje potřebnou variabilitu – jde tedy o nástroje digitální (online) i tradiční tisk, rozhlas nebo osobní setkání. Následující část obsahuje kromě jejich výčtu také zhodnocení toho, zda jsou využívány efektivně, případně zda je možnost jejich využití upravit tak, aby lépe splňovaly nároky na funkční a oboustranně pozitivně vnímané propojení správy města a příjemce sdělení. V doporučující části jsou využity podněty z ankety mezi občany města.

Ankety byla provedena s cílem získat doplňující informace pro analýzu. Otázky prověřovaly, zda komunikační kanály využívané městem dosahují k příjemcům sdělení (zda lidé daný kanál znají). Zjišťovaly také, které z kanálů lidé vnímají jako užitečné nebo jaké by v komunikaci města uvítali změny.



Ve spolupráci se zástupci města byli občané o anketě informováni prostřednictvím sociálních sítí, informací na webu, v Nymburském zpravodaji a letáky umístěnými v Turistickém informačním centru, na výlepových plochách i v budově městského úřadu. Letáky byl rovněž distribuovány na společenské akci Posvícení s jarmarkem. Sběr dat probíhal v období červen – říjen 2022.

N Mluvme spolu!

Anketa pro občany města

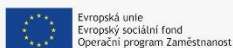


**Chceme, aby informace z radnice byly ještě dostupnější.
Pomozte nám vyplněním dotazníku.**

Do ankety se zapojíte
na webové stránce:
<https://bit.ly/anketaNBK>
nebo za pomoci **QR kódu**.



Připraveno v rámci projektu Moderní úřad Nymburk, který je financován z operačního programu Zaměstnanost, registrační číslo CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016728.



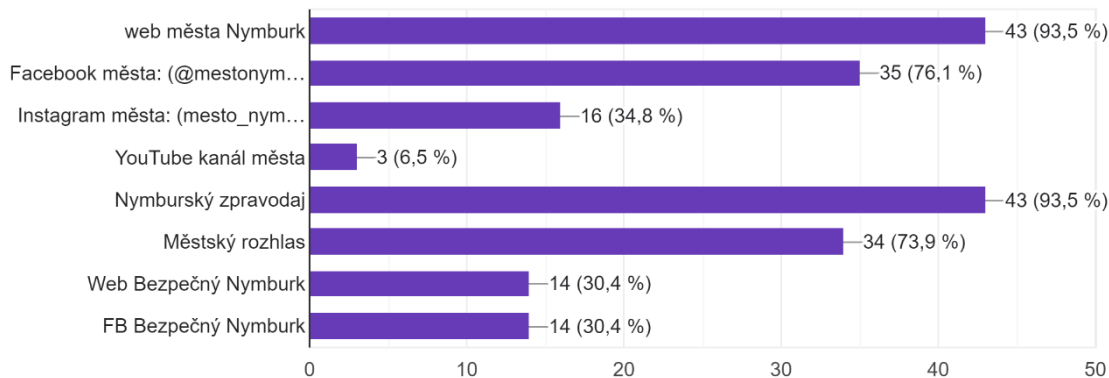
Nymburk



Obr.: Anketa mezi občany – Obeznašenost s komunikačními kanály města Nymburk

Znáte některá z následujících médií?

46 odpovědí

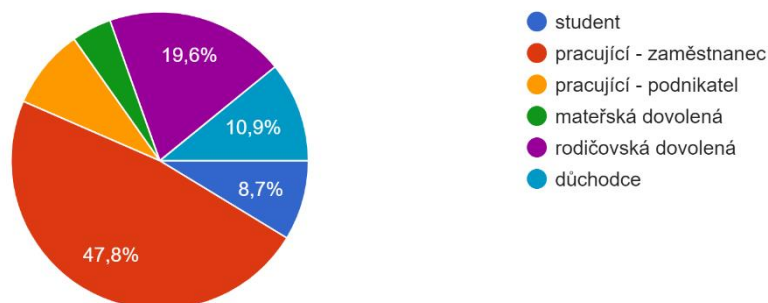


Anketa není zdrojem, z něhož by bylo možné jednoznačně vyvozovat konkrétní opatření. Je však cenným vzhledem do uvažování vzorku těch občanů, kteří se ke komunikaci města chtěli vyjádřit.

Obr.: Respondenti ankety – pozice na trhu práce

Vaše pozice na trhu práce

46 odpovědí



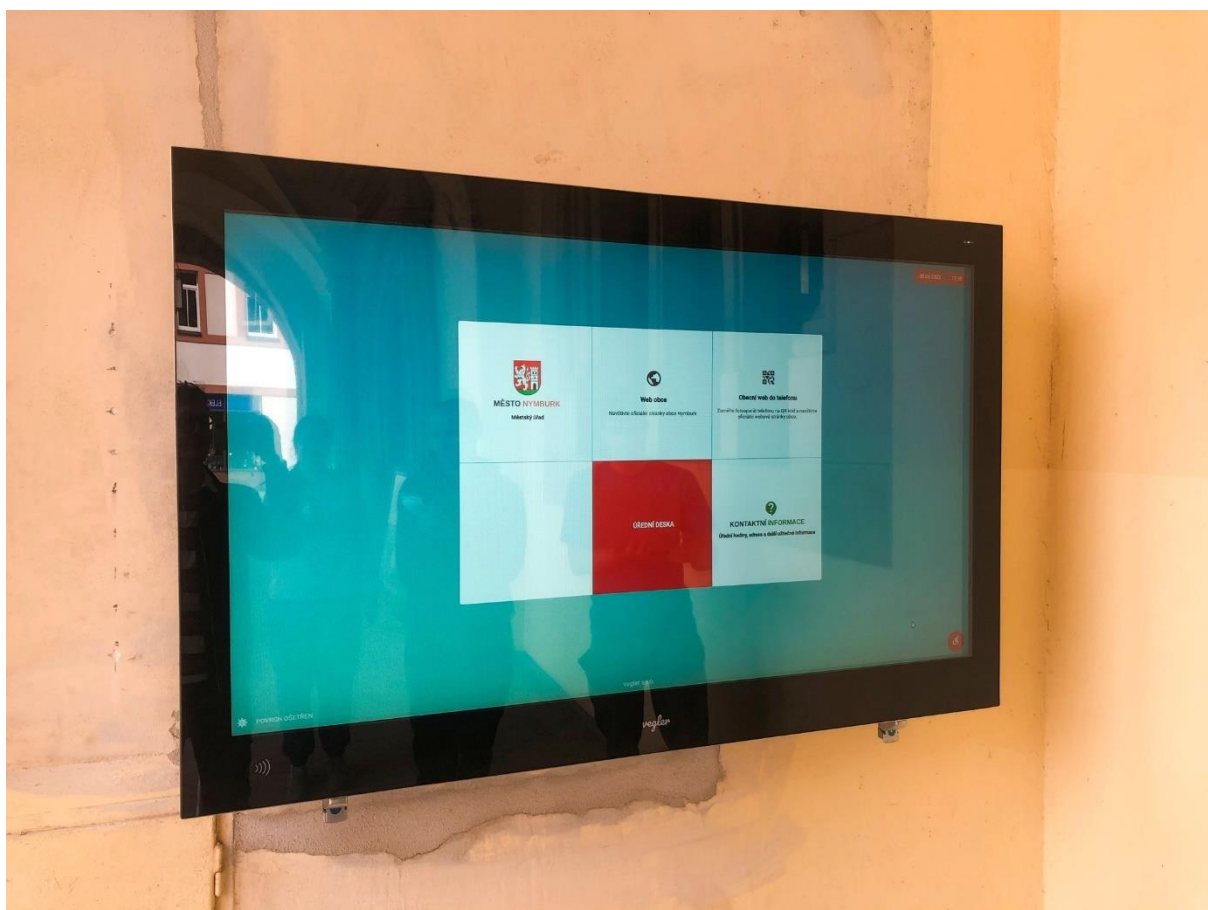
Úřední deska

Město Nymburk v rámci realizace projektu Moderní úřad Nymburk pořídilo elektronickou úřední desku. Ta je od února 2022 umístěna na místě původní vitríny. Na úřední desce je možno dohledat veškeré povinně zveřejňované dokumenty, prohlížet web města, kalendář akcí i Nymburský zpravodaj. Dotykový displej je uzpůsobený také pro hendikepované. Elektronická deska také umožňuje připojení k veřejné wifi síti.

Doporučení:

Elektronická úřední deska je ideálním nástrojem, který zajistí nepřetržitý přístup veřejnosti k informacím. Moderní a interaktivní formou umožňuje prezentovat velké množství dokumentů a informací. Klíčové pro efektivní využití je udržet informace na desce aktuální.

Obr.: Nová elektronická deska



Portál občana

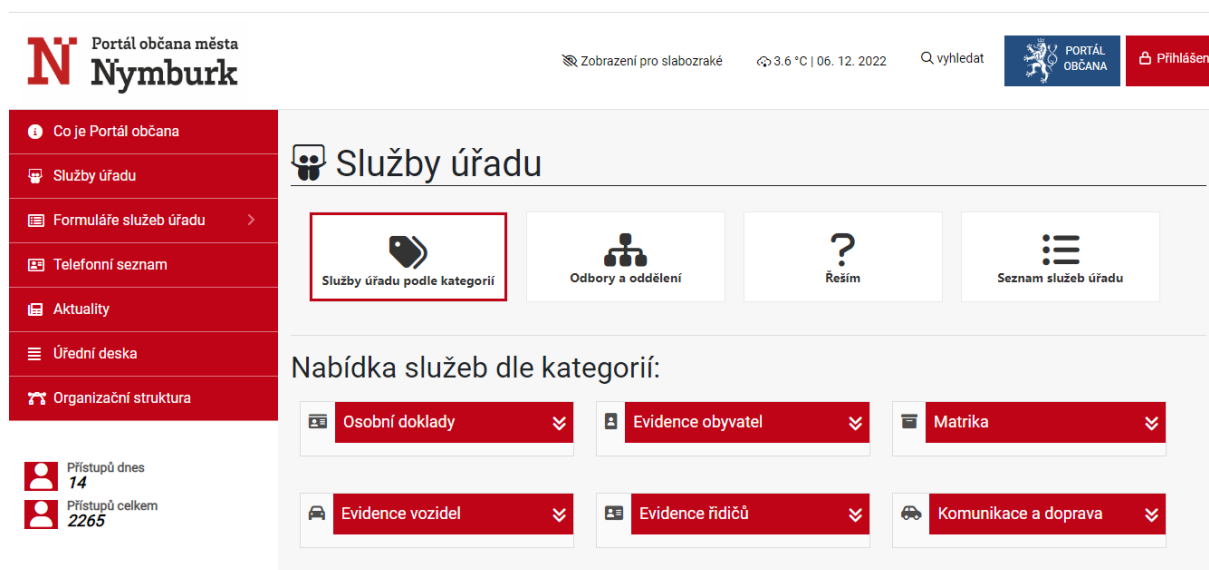
Portál občana je dalším z prvků moderní správy města, které město Nymburk spustilo v rámci realizace projektu Moderní úřad Nymburk. Portál občana umožňuje vyřízení úředních úkonů kdykoliv i mimo pracovní dobu úřadu. Nymburský Portál občana byl spuštěn zároveň s novou verzí webu.

Doporučení:

Město by mělo zajistit, aby Portál občana sloužil co největší skupině klientů. Ideální cestou by byla komunikační kampaň, která představuje výhody této služby, seznamuje občany s principy eGovernmentu a odpovídá na případné otázky nebo obavy. Vhodnými prostředky jsou kromě letáčků nebo video návodů také workshopy, na kterých si zájemci funkčnost Portálu mohou vyzkoušet.

Pozn. Tato kampaň je v rámci projektu plánována.

Obr.: Portál občana města Nymburk



Obr.: Ilustrační ukázka z kampaně Ministerstva vnitra ČR – Mobilní klíč pro přihlášení do Portálu občana



Mobilní klíč - aplikace pro přihlášení do datové schránky i na Portálu občana

Setkání s občany

Setkání s občany probíhala pravidelně od roku 2014 do roku 2018, kdy bylo v plánu vždy sedm setkání v různých lokalitách ve městě, a to od dubna do září (každý rok se místa (ulice) měnila). Z těchto setkání vždy vznikl seznam úkolů. Setkávání byla přerušena s ohledem na omezení spojená s pandemií covid-19. Pro rok 2022 bylo opět naplánováno sedm setkání s občany.

Další setkání byla organizována v souvislosti s určitým tématem např. beseda s občany nad projektem revitalizace Jankovic, představení nové lávky, představení systému monitoringu zápachu, revitalizace zeleně, vizuální styl města, koncepce dopravy, úprava ulice Palackého třída a Na Rejdišti (setkání přímo na místě) a další.

Setkání s občany jsou v komunikaci města velmi vítaným a užitečným prvkem. Zkušenost s omezením přímých setkání v době covidu-19 jednoznačně potvrdila, že přímou interakci nelze plně nahradit jinou formou komunikace (online kanály apod.). Osobní kontakt napomáhá budování komunitních vztahů i vzájemnému porozumění, byť u kontroverzních témat může být komunikace „tváří v tvář“ náročná. Přímými setkáními navíc zástupci města vysílají jasný signál, že o záležitostech města chtějí s občany diskutovat, jsou připraveni naslouchat jim, zapojit je do rozhodování a v případě potřeby i obhájit i kroky radnice.

Doporučení:

Význam osobních setkání lze v jistém ohledu přirovnat k efektům kontaktní kampaně, která je častá zejména v období před volbami (typicky parlamentními, prezidentskými). Zde je nutné zdůraznit, že setkání ve smyslu této koncepce nelze ze strany reprezentace města vnímat jako nástroj politického soupeření (tzv. permanentní kampaň). Takový přístup by smysl setkání i jejich možné přínosy pro komunikaci města ohrozil.

Setkání umožňují komunikaci s těmi občany, kteří z různých důvodů nejsou dosažitelní online komunikací (nevyužívají sociální sítě, nesledují web města) či jinými komunikačními nástroji, které město využívá. Setkání „naživo“ mohou být jedinou cestou, jak se s těmito občany spojit. I proto je potřebné při plánování setkání mít na zřeteli, aby co nejvíce občanů mělo informaci o tom, že se setkání konají. O jejich konání je vhodné informovat různými kanály. Rovněž je nezbytné plánovat setkání v časech, kdy mají občané možnost se jich zúčastnit (např. s ohledem na pracovní dobu, péči o děti apod.) – zde je možné vycházet z dosavadních zkušeností. Důležitou součástí setkání by mělo být získání zpětné vazby od zúčastněných a práce s ní.



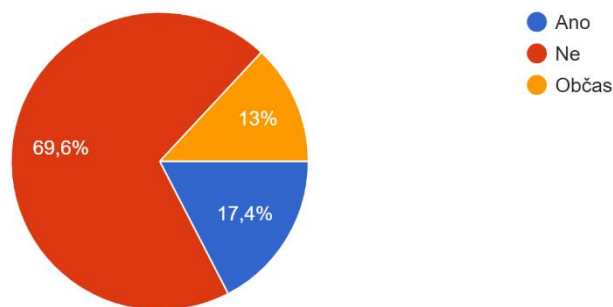
Stejně tak je nutné jasně komunikovat o tom, jaký je vývoj v agendách a podnětech, které se během setkání otevírají a usilovat o splnění případných závazků. Tento přístup přispívá k tomu, aby setkání byla občany vnímána jako užitečná.

Na základě zjištění z ankety provedené mezi občany města lze usuzovat, že setkání jsou vítaným prvkem v komunikaci města. Občané však upozorňovali na nevyhovující časy setkání jejich nejasnou agendu.

Obr.: Anketa mezi občany města – Setkání s občany

Chodíte na setkání radnice s občany?

46 odpovědí



Nymburský zpravodaj

V souladu s praxí běžnou ve většině měst a obcí v České republice má i město Nymburk vlastní tištěné médium. Nymburský zpravodaj vychází s výjimkou prázdninového dvojčísla každý měsíc v nákladu 7300 kusů a je prostřednictvím České pošty distribuován do každé domácnosti ve městě. Zpravodaj má tištěnou i elektronickou podobu.

Z hlediska obsahu Nymburský zpravodaj splňuje nároky běžně kladené na podobný typ periodika. Těžištěm obsahu je souhrn dění ve městě za uplynulý měsíc a program pro měsíc následující. Zpravodajská mozaika kombinuje informace o investicích města, dění ve školách nebo zdravotnických zřízeních, ohlédnutí za kulturními a dalšími společenskými akcemi. Zpravodaj dává prostor i místním spolkům. Redakční obsah doplňuje i inzerce. Užitečným prvkem je rubrika „Úvodní slovo“, v níž se střídají různé veřejně činné osobnosti, ne nutně političtí reprezentanti (např. ředitelka ZUŠ nebo ředitel městské knihovny).

Zpravodaj je dobře zpracovaný i po grafické stránce. Layout napomáhá přehlednosti, využívá vizuální identitu města (písmo) a je i vhodně doplněn fotografiemi a grafickými prvky.

Jakkoliv se tištěné periodikum může zdát vzhledem k v dnešní době dominující online komunikaci přežitou formou, je nepochybně užitečné vytvářet Nymburský zpravodaj i tištěné verzi. Je třeba mít na paměti, že ne všichni občané pracují s online zdroji a tradiční tištěné médium může být i jediným nosičem, prostřednictvím kterého se k nim dostávají informace o dění ve městě.

Doporučení:

Nymburský zpravodaj z hlediska obsahu naplňuje standard tohoto typu média, grafickým zpracováním ho dalece převyšuje. Se zvážením kapacit redakce by však bylo možné jej pro publikum ještě zatraktivnit. Zpravodaj by například mohl obsahovat pravidelnou rubriku představující osobnosti žijící ve městě (krátký rozhovor/anketa) – místní podnikatele, rodáky, představitele veřejných institucí, lokální patrioty, představitele sportovních klubů, kulturních spolků atp. Touto cestou by město podpořilo sounáležitost a identifikaci občanů s městem a přirozenou formou by se rozšiřovalo i povědomí o dění ve městě. Takový obsah by následně mohl sloužit i pro sociální média.

Online verze zpravodaje by měla být dobře viditelná i na webu města.

Dle odpovědí v anketě mezi občany je Nymburský zpravodaj pro většinu z nich dobře známým zdrojem informací. Připomínky k obsahu se týkaly názorové plurality prezentovaných sdělení.



N

Nymburský zpravodaj

03 / 2022



02 Z Nymburka

Kino prochází
renovací. Přijďte
na projekci v novém

03 Z města

Nové hřiště vyroste
na Všechlapském
vrchu

04 Z Nymburka

Nový bazén
má stavební
povolení





S nástupem mladého a talentovaného kuchaře se začaly v nemocnici dít věci

Nikolas Kratěna má za sebou zkušenosti nejen z pražských restaurací a hotelů, kde vedl kuchyni, ale absolvoval i dvě stáže v podnicích ověřených Michelinými hvězdami



Už rok vedete stravovací provoz Nemocnice Nymburk, jaké byly začátky?

Patnáctého prosince 2021 to byl přesně rok, kdy mi jednatelka Nemocnice Nymburk Nela Gvozdíaková po mém tříměsíčním působení v kuchyni svěřila vedení stravovacího provozu.

Byl přede mnou velmi nelehký úkol a já si to moc dobře uvědomoval. Tušil jsem, že bude složité změnit 35 let zajaté koleje, ve kterých jel vlak nemocniční kuchyně. Uvědomoval jsem si i to, že budu šéfovat kuchařům o 30 let starším. Nicméně jsem s radostí a plný odhodlání tuto výzvu přijal. Paní jednatelka si mě pořádně proklepla, dokonce jeden den vařila s námi v kuchyni, aby viděla provoz a poznala víc naše zaměstnance. Paní jednatelka má jasné představy o moderním stravovacím provozu a bere stravování jako nejrozšířenější benefit pro zaměstnance. Nechala mi možnost se realizovat, za což jsem velmi rád a upřímně, jen díky tomu jsem vydržel. Díky tomu, že mi věřila a já čítil vždy podporu, tak byly celkem brzy vidět výsledky.

Jakých konkrétních výsledků už jste dosáhli?

Stravovací úsek byl přefazován pod obchodní úsek, což mi dává smysl. Obchodní náměstkyně, Lenka Číentalová, je velmi schopná a má tah na bránu. Zavedl se skladový a nutriční systém a aukční portál potravin, máme přesně spočítané náklady na stravovací jednotku, přísně hliďáme dodavatele a kvalitu surovin, z úspor jsme dovybavili kuchyň a revitalizovali jídelnu na krásné a moderní místo, kde si personál odpočine a na chvíli zapomene na každodenní shon a stres v nemocnici. Vyškrtli jsme z personálního výběru dietu a začali vařit třetí plně dochucené jídlo jako výběrovou variantu pro ty zaměstnance, kteří si chtějí připlácet za dražší suroviny. I přesto se více dbá na striktní dodržování diet.

Místo externího nájemce máme vlastní bistro, kde pro zaměstnance připravujeme vlastní dorty, buchty, chlebičky, bagely, plněné croissanty. Nejnovější počin je nadstandardní strava na porodnici, která podporuje rekonvalescenci maminek po porodu a kojení. Na to máme šikovnou nutriční terapeutku. To vše by ale nebylo nikdy možné bez vzájemné

spolupráce s paní jednatelkou a její podpory. Žádná změna by se totiž jinak nepodařila prosadit.

Jaká je situace v kuchyni nyní?

V kuchyni mám aktuálně lidi, kteří svou práci milují a vědí, proč děláme to, co děláme. Jsem na ně pyšný. Většinou to nejsou profici, kteří by znali běžný provoz a stres restauračního provozu, ale učíme se postupně spolu kuchařské návyky a pilujeme provoz. Důležité je, že se člověk chce učit a dělat svou práci rád. Mým cílem je teď hlavně naslovit z nastaveného standardu, aby se vařilo ekonomicky, poctivě a včas.

Jsou nějaké věci, které Vám chybí oproti restauraci, nebo co je třeba ještě zlepšit?

Nejvíce nás trápí, že naše jídlo nejde z kuchyně přímo cestou k pacientům, ale převáží se, a poté ho bez kontroly nandávají zaměstnanci oddělení, takže nemůžu ověřit to, v jakém stavu se jídlo dostane k pacientům. A já chci, aby ho měli skvěle prezentované i oni. Takže plánujeme to, co je v jiných nemocnicích standardem – tabletový systém vývoje a exportu stravy.

Co Vám uplynulý rok dal?

Ten rok mi dal spoustu zkušeností, protože jsem nikdy tak velký tým lidí nevedl. Samozřejmě si uvědomuji, že i z mé strany nastaly chyby, ale když se ohlédnu za minulým rokem, tak mám celkem radost. Nemocniční kuchyň beru za svoji a záleží mi na tom, aby se k pacientům dostala kvalitní strava.

Doufám, že se nemocniční pokrm zlepší ve všech nemocnicích, nejen u nás. Bohužel ne každé vedení nemocnice je ochotno zarisovat a udělat tak radikální změny. Samozřejmě chci, aby naše nemocnice byla ta nejlepší v ČR, ale chtěl bych, aby i jiné nemocniční kuchyně vedli KUCHARI.

Michaela Prchlíková, Nemocnice NBK

Řádková inzerce

• Pedagogické a speciálně pedagogické poradenství (pomoc ve škole i se školou, nápravy DYS - poruch, příprava na přijímačky, doučování, příprava předškoláků), Mgr. R. Šedivá, tel.: 603 108 814, www.dyskonet.cz



Městský rozhlas

Městský rozhlas je další z tradičních nástrojů komunikace města k občanům. Opět je možné uvažovat o tom, zda nejde o přežitou formu předávání informací. Podobně jako u předchozích bodů je však nutné mít na paměti, že cílové skupiny, s nimiž město komunikuje, jsou různorodé, a ne všechny jsou dosažitelné moderními komunikačními kanály.

Doporučení:

Pravidelné hlášení městského rozhlasu je stále praktickou formou komunikace, kterou je vhodné zachovat. Dobrou praxí je i umístění rozhlasových hlášení na webových stránkách města, byť většina informací z hlášení by patrně byla dohledatelná i samostatně, aniž by byla zahrnuta v této sekci.

Z ankety mezi občany plyne, že hlášení městského rozhlasu je důležitým informačním zdrojem. Stížnosti se týkaly technické kvality, znělky nebo načasování hlášení.

Webové stránky města

Webové stránky města jsou zásadní součástí prezentace města vůči prakticky všem cílovým skupinám. Slouží jako informační zdroj – rozcestník, ale jsou také důležitým marketingovým nástrojem pro prezentaci města turistům, ale i potenciálním investorům a dalším zájemcům o spolupráci s městem.

Vytvoření webových stránek odpovídajících novým trendům v komunikaci a potřebám různých cílových skupin je součástí Strategie rozvoje ITC a v době zpracovávání této koncepce byly spuštěny v nové podobě.

Nový design webu je přehlednější a orientovaný na uživatele. Obsahuje prvky, které usnadňují orientaci uživatele a vyhledání relevantního obsahu. Stránky také umožňují online komunikaci s úřady a online objednávkový systém.

Stránky, stejně jako další komunikační kanály, velmi dobře pracují s vizuální identitou města.



Doporučení:

V době finalizace koncepce byla spuštěna zkušební verze nových webových stránek, která ve velké míře reaguje na významné nedostatky původního webu. Některé sekce nového webu ještě nejsou naplněny obsahem, tudíž není možné podávat detailnější podněty.

Vzhledem k tomu, že ambicí státní a veřejné správy je přesun k digitalizaci a e-governmentu, je i pro webové stránky města klíčové, aby této tendenci vyhovovaly. Z tohoto pohledu by měl mít odkaz na „Portál občana“ v aktuální verzi webu výraznější místo.

Sběr odpovědí z ankety se konal před spuštěním nového webu. Podstatným zjištěním však je, že informace o městě lidé velmi často hledají právě na webu. Vedle sociálních sítí byl nejčastěji zmiňovaným zdrojem informací a zároveň preferovaným zdrojem informací (tzn. občané očekávají, že na webu se dostanou k informacím).



Obr.: Nové webové stránky

Nymburk O Nymburce Město a úřad Nejčastěji hledáte Volný čas Kontakt

Vítejte na novém oficiálním webu města Nymburk
Spouštíme pro vás nové webové stránky města. Prozatím se jedná o zkušební provoz, který potrvá zhruba měsíc. Během této doby uvítáme Vaše...

Objednávkový systém
Rezervace termínu – cestovní doklady, občanské průkazy, řidičské průkazy a evidence vozidel.

Úřední deska
Zápis RM/ZM, volné pracovní pozice, nabídky prodeje/nájem nemovitosti, oznámení, opatření, rozhodnutí a další

Hlášení závad
Narazili jste na problém ve svém okolí? Popište ho do této aplikace, popř. vložte fotografii! Bude jej řešit odpovědná osoba a dostane se Vám adresné odpovědi.

Odpadové hospodářství
Třídění od domů, známky za papelnice, harmonogram svozu odpadu, přehled hnízd tříděného odpadu, Technické služby města Nymburka

Místní poplatky

Životní situace

Projekty města

Bezpečnost

Aktuality

Krátce z města 2022
6.12.2022
Čertovská jízda se v kočáru taženým koňmi prohnala centrem

Důležité
5.12.2022
Omezení hodin pro veřejnost pošty v ulici Mládežnická

Krátce z města 2022
5.12.2022
V Drahelické ulici vzniká nové místo pro přecházení

Krátce z města 2022
2.12.2022
Jdeme cestou vícezdrojového financování. Ne co chceme žádat o dotace?

VŠECHNY AKTUALITY

Tiskové zprávy

PDF, 170 kB, 6.12.2022
Veřejné osvětlení bude více šetřit městskou pokladnu

PDF, 163 kB, 2.12.2022
Žádáme o dotaci na rekonstrukci chodníků

PDF, 150 kB, 2.12.2022
Dotace by pomohla k opravě městských mostů

PDF, 170 kB, 1.12.2022
Grantovým programem opět podpoříme kulturu, sport a společenské akce v roce 2023

VŠECHNY TISKOVÉ ZPRÁVY





Kalendář akcí

Prosinec 2022

Leden

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8

<p>1/9/2022 31/12/2022</p> <p><u>Výstava fotografií komplexní pozemkové úpravy</u></p> <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">Výstava</p>	<p>5/10/2022 14/12/2022</p> <p><u>Virtuální univerzita třetího věku: Zimní semestr 2022/2023</u></p> <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">Přednáška Tradiční akce</p>
<p>27/11/2022 6/1/2023</p> <p><u>Vánoce světové</u></p> <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">Výstava</p>	<p>28/11/2022 22/12/2022</p> <p><u>Adventní tvoření pro děti na pobožce</u></p> <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">Akce pro děti</p>
<p>1/12/2022 22/12/2022</p> <p><u>Deruňte k Vánocům čtení na 365 dnů v roce</u></p> <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">Ostatní</p>	<p>1/12/2022 31/12/2022</p> <p><u>Vánoční výstava v restauraci U Gregorů</u></p> <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">Výstava</p>

DALŠÍ AKCE

Projekty města

SMS infokanáł

Portál občana města Nymburk

Hlášení zápachu - AIRQ

Hlášení záved

Odběr novinek

Přihlaste se k bezplatnému zasílání novinek z našeho města přímo do Vaší e-mailové schránky.

→

Přihlášením souhlasíte se [zpracováním osobních údajů](#).



Sociální síť (sociální média)

Sociálních sítě (sociální média) jsou v současné době patrně nejdynamičtěji se rozvíjejícími komunikačními kanály. Umožňují oslovit velmi širokou cílovou skupinu, respektive cílit na velmi různorodé cílové skupiny, dávají velký prostor pro kreativní práci se sdělením. Zároveň jde o specifický nástroj, s nímž je třeba se seznámit, aby byl využíván efektivně. Vývoj komunikace na sociálních sítích je rovněž výrazně ovlivněn jejich využitím pro marketingové účely. Z toho pramení například omezování tzv. organického (nesponzorovaného) šíření příspěvků, což v praxi znamená omezování jejich dosahu. Pro efektivní využívání sociálních sítí je nutné mít předem stanovenou strategii, což znamená zejména:

- a) co nej přesněji popsat cílové skupiny, k nimž komunikovaná sdělení směřují
- b) pojmenovat cíl komunikace k dané skupině (např. zapojit občany do komunikace, představit atraktivní cíle pro turisty apod.)
- c) vyčlenit personální kapacity/zdroje

Město Nymburk využívá profily na síti Facebook (@mestonyburk), YouTube a Instagram (@mesto_nymburk). Kromě profilů města jsou dále využívány profily „Bezpečný Nymburk“, „Pojizeří a Polabí“ a „Turistické a informační centrum Nymburk“.

Facebook Město Nymburk (@mestonyburk)

Profil města komunikuje výborně zejména směrem cílové skupině obyvatel města, což je i jeho primární publikum. Příspěvky jsou psané srozumitelným jazykem a jejich tonalita je vhodně zvolená pro vztah město – občan. Z aktivity pod příspěvky (komentáře, lajky) je patrné, že se daří vyvolávat zájem publika a interakce. Správce profilu na ně reaguje, což je rovněž známkou kvalitně fungujícího profilu.

Z hlediska obsahu je profil kombinací praktických informací o životě ve městě, investicích, kultuře, sportu a dalších veřejných akcí. Využívá označování, fotografie nebo doprovodnou grafiku. Skvělá je snaha o propojení online a offline světa např. formou Vánoční hry.



Doporučení:

Frekvence příspěvků je vysoká, v některé dny jsou zveřejněny i dva příspěvky. Tento přístup není vhodný vzhledem k tomu, že cílem komunikace na sociálních sítích není vytvářet velké množství obsahu, ale velký počet zobrazení příspěvků (dosah). Příspěvky zveřejněné krátce po sobě se navzájem „vykrádají“. Ideální frekvence dopovídá zveřejnění maximálně jednoho příspěvku za den.

Tatáž témata bývají zpracovávána opakovaně a stejnou formou („Stalo se“, „Přijďte na akci“). K aktivnímu publiku lze komunikovat i prostřednictvím anket – výzev k diskusi.

Profil se svým obsahovým složením blíží nástěnce aktualit. Atraktivnějším a propracovanějším obsahem by však mohl přilákat ještě více sledujících, a to nejen z řad občanů města.

Je možné vytvořit silnější propojení grafiky s vizuální identitou města (např. vodoznak na fotografiích) – profil tak bude snáze identifikovatelný.

Profil jen v omezené míře komunikuje s dalšími cílovými skupinami, které by ale rovněž mohl oslovovat (např. turisté mířící do města, akce Podnikatelského inkubátoru).

Úplně chybí využití videoobsahu a formátu stories.

Instagram Město Nymburk (@mesto_nymburk)

Instagram města Nymburk je skvělým příkladem využití této platformy pro komunikaci radnice. Rozložení témat je vyvážené a oslovuje opět primárně obyvatele města (v tomto případě jde o mladší cílovou skupinu než na Facebooku). Díky kvalitním fotografiím však může profil zaujmout i potenciální turisty. Správce profilů na sociálních sítích velmi správně rozlišují obsah komunikovaný na Instagramu a Facebooku. Stejně jako u Facebooku jsou příspěvky dobře napsané, citlivě pracují i s emotikony.

Doporučení:

Úplně chybí využití videoobsahu a formátu stories, přičemž právě stories (a čím dál častěji reels) jsou pro Instagram klíčovým nástrojem.

Formát stories navíc umožňuje zapojení publika – hlasování v anketách, položení otázek. Tento obsah zajišťuje interakce uživatelů s profilem, může přinést nové sledující i cennou zpětnou vazbu/informace od fanoušků profilu.



Pozn. Oba profily byly letos oceněny v soutěži „Zlatý lajk“. I z pohledu autorů této koncepce fungují oba profily velmi dobře. Navrhovaná doporučení přesto vnímáme jako relevantní pro další rozvoj komunikace prostřednictvím sociálních sítí.

YouTube Město Nymburk (@mestonymburk9207)

YouTube kanál města Nymburk je využíván velmi sporadicky. V roce 2022 byla zveřejněna pouze dvě videa. Videoobsah obecně je atraktivní formou sdělení. Na druhé straně, je produkčně, kapacitně i finančně náročný. Video určená pro YouTube navíc nejsou ideálním obsahem pro další sociální sítě. Z tohoto pohledu je tedy nízká aktivita na této platformě pochopitelná.

Doporučení:

Neaktivita na síti YouTube nijak zásadně neohrožuje kvalitu komunikace města. Audiovizuální obsah však ve veřejné komunikaci města chybí. Jak bylo řečeno výše, bylo by vhodné zvážit jeho zařazení na zbývající sociální sítě města.

Facebook Turistické a informační centrum Nymburk (@ticnymburk)

Profil Turistického a informačního centra Nymburk by měl sloužit pro informování turistů a podporu cestovního ruchu. V aktuální podobě je však pouze platformou pro zakládání událostí, případně sdílení dalšího obsahu. Soustředí se ve velké míře na kulturní akce. Až na výjimky v podstatě nedodává k akcím žádné sdělení.

Doporučení:

Takto koncipovaný profil zdaleka nenaplnuje svůj potenciál a těžko bude sloužit jako zajímavý zdroj informací pro turisty. Bylo by vhodné jej rozšířit například o informace o ubytování, parkování, doporučení na výlety, informace o nymburských památkách/osobnostech. Tento typ obsahu lze dobře plánovat a nevyžaduje vysokou frekvenci publikování příspěvků.



Facebook Bezpečný Nymburk (@bezpecnynymburk)

Profil Bezpečný Nymburk je zaměřen na informace o dopravních omezeních, aktuálních bezpečnostních rizicích a dále sdílí obsah z facebookové stránky Městské policie Nymburk. Zpracování příspěvků odpovídá záměru profilu.

Doporučení:

Je ke zvážení, zda tento profil skutečně plní záměr, s nímž byl založen. Informace o dopravních uzavírkách většina řidičů/chodců patrně nebude vyhledávat na sociální síti. Tomu nasvědčuje i velmi nízký počet interakcí s obsahem. Tento typ informací by měl být spíše snadno dohledatelný na webu města, předem avizovaný v Nymburském zpravodaji, hlášený v městském rozhlase, může být zařazen i na hlavní profil města Nymburk. Dobrým řešením je i služba SMS Infokanál, kterou město využívá.

Tradiční media relations

Publicita v celostátních i regionálních médiích je nedělitelnou součástí komunikace města. Umožňuje razantně rozšířit počet příjemců komunikovaného sdělení v podstatě na všechny cílové skupiny (např. výstupy ve veřejnoprávních médiích). Mediální výstupy lze navíc využít i v další komunikaci a podpořit tím sounáležitost občanů s městem.

Zároveň je nutno počítat s tím, že média fungují nezávisle a výběr témat i jejich zpracování je na novinářích a novinářkách. Snahou města by mělo být kromě proaktivní komunikace témat také navázání korektních vztahů s jejich zástupci. Obvyklými tématy pro komunikaci jsou zejména pozitivní zprávy spojené s rozvojem města, významnými investicemi nebo kulturními či sportovními akcemi. Zejména regionální média mohou projevit zájem například o lokální historii, zajímavé životní osudy místních osobností, výjimečné sportovní výkony, neobvyklé aktivity místních škol, zájmových sdružení apod.

Městský úřad by neměl vést komunikaci politickou – ta je doménou politických subjektů a jejich reprezentantů.

Město Nymburk má tiskovou mluvčí a ke komunikaci s médii jsou využívány tiskové zprávy. Z provedené analýzy mediálních výstupů za rok 2022 je zřejmé že dobře funguje komunikace s Nymburským deníkem, webem stredoceskenovinky.cz a regionálním zpravodajstvím ČTK a deníků MF Dnes a Právo.



Doporučení

Řada autorů z médií, která sídlí v Praze (včetně např. společensko-politických nebo ekonomických magazínů) má zájem o témata z regionů. Často se k nim ale nedostanou. Město může samo s těmito médii komunikovat, nebo podporovat místní spolky/neziskové organizace/podnikatelské subjekty, aby se samy svá témata nabízely těmto médiím (například prostřednictvím tiskových zpráv, kontaktování redaktorů e-maily apod.).

Stejně tak je možné pořádat tematická setkání s regionálními novináři, na kterých bude docházet jak ke kultivaci vztahu novinářů s úřadem, tak k networkingu mezi novináři a spolky. Výsledkem mohou být mediální výstupy, které představují život ve městě z jiných perspektiv.

S výstupy v médiích je možné pracovat jak na webu města, tak na sociálních sítích města.



SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY

- kvalitně spravované profily města na Facebooku a Instagramu
- existující a dobře využívaná vizuální identita
- funkční participační nástroje
- kvalitní městský zpravodaj v tištěné i elektronické formě
- nový design webových stránek
- variabilita komunikačních kanálů umožňující zasáhnout různé skupiny obyvatelstva
- funkční vztahy s regionálními médii

SLABÉ STRÁNKY

- nedostatečná zpětná vazba od občanů a její efektivní využívání
- nespokojenost části občanů s komunikací města
- omezená funkčnost některých komunikačních kanálů
- napojení na celostátní média
- personální kapacity pro oblast komunikace

PŘÍLEŽITOSTI

- větší propojení s dalšími subjekty a spolupráce na medializaci lokálních témat
- další rozvoj komunikace prostřednictvím sociálních sítí
- potenciál elektronické a online komunikace (vyšší podíl lidí, kteří ji preferují)
- intenzivnější komunikace s občany
- vzdělávání zaměstnanců městského úřadu

HROZBY

- nedostatečné personální kapacity pro další rozvoj komunikace
- omezený rozpočet na komunikaci
- nedůvěra části veřejnosti vůči online komunikaci a e-governmentu
- příliš velké množství informací pro komunikace (obtížná prioritizace témat)



Návrhová část koncepce

Vize a základní strategické směřování

Dle Strategického plánu rozvoje města 2020–2023 je vize města formulována následovně:

„Královské město Nymburk je chytrým městem využívající progresivní přístupy a technologie, regionálním centrem s rozvinutou inovativní podnikatelskou základnou, která zajišťuje rozmanitou a dostatečnou nabídku pracovních příležitostí pro své občany, městem se zdravým životním prostředím a dostatkem možností aktivního i pasivního odpočinku pro všechny skupiny obyvatel, stejně tak jako městem s bohatým kulturním životem a rozvinutými službami cestovního ruchu.“

Z této vize lze vyvozovat následující priority pro strategii komunikace:

- komunikace využívá moderní technologie
- komunikace zohledňuje historii města
- komunikace ukazuje pozitivní stránky života ve městě

Zároveň platí, že cílem komunikace obecně je:

- atraktivně prezentovat město všem relevantním skupinám
- podporovat průhledné hospodaření s městským majetkem a financemi
- srozumitelně informovat o plánech a záměrech radnice, zohledňovat názory a připomínky občanů
- vytvářet prostor pro partnerství a iniciativu, podporovat synergie
- podporovat sounáležitost mezi občany města, vytvářet komunitu
- nabízet pomoc tam, kde je třeba

Z těchto premis vycházejí další navrhovaná opatření, která by v následných strategických krocích měly být rozpracována a konkretizována do akčních plánů.



Strategické cíle a navrhovaná opatření

Navržené strategické cíle vychází z analytické části této komunikační koncepce a reflektují požadavky zadání. Strategické cíle kromě jiného:

- vedou ke zvyšování povědomí o působnosti a službách úřadu;
- podporují jeho pozitivní mediální obraz a zkoordinují mediální výstupy jednotlivých úseků MěÚ;
- zjednoduší a zpružní komunikaci uvnitř organizace při zohlednění potřeb moderní veřejné správy a možností současných technologií a očekávaného vývoje.

Klíčovými principy jsou přitom efektivnost, účinnost, otevřenost a transparentnost a snaha získávat zpětnou vazbu od občanů.

K naplnění strategických cílů dojde realizací relevantních strategických opatření.

STRATEGICKÝ CÍL		OPATŘENÍ
SC 1	Zvyšování povědomí o působnosti a službách městského úřadu	1.1. Propagace Portálu občana
		1.2. Vytvoření mobilní aplikace
SC 2	Posilování pozitivního mediálního obrazu města	2.1. Optimalizace sociálních sítí města a jejich další strategický rozvoj
		2.2. Podpora medializace lokálních témat
SC 3	Funkční procesy interní komunikace a posílení komunikačních kompetencí zaměstnanců úřadu	3.1. Etický kodex zaměstnanců městského úřadu
		3.2. Vzdělávání zaměstnanců
		3.3. Interní komunikace
SC 4	Vyšší participace veřejnosti a zpětná vazba	3.4. Interní komunikace
		4.1. Zavedení nástrojů ke zjišťování zpětné vazby
		4.2. Posílení participace občanů



Navrhovaná opatření

1.1. Propagace Portálu občana

Portál občana byl spuštěn zároveň s novou verzí webových stránek. Tento nástroj umožňuje vyřízení vybraných záležitostí elektronicky z pohodlí domova, a to i mimo úřední hodiny. Díky platební bráně je možné přímo hradit vybrané poplatky, mít okamžitý přehled o osobních závazcích či pohledávkách k městu a vidět stav vyřízení žádosti. Tyto možnosti výrazně zlepšují kvalitu styku s městem v úředních záležitostech a usnadňují ji i lidem, pro které byla osobní přítomnost na úřadě z různých důvodů nemožná.

Je však třeba mít na paměti, že pro některé občany je online komunikace problematická – nemají potřebné vybavení, obávají se neosobního kontaktu, nemají zkušenost s online službami. Je také možné, že někteří občané Nymburka nemají jasnou představu, k čemu Portál občana slouží, nezaznamenali informaci, že byl spuštěn.

Město by tudíž mělo zajistit podporu pro ty občany, kteří nevědí, jak systém používat. Podpora a informace o ní by měly být dostupná jak online, tak offline (tedy v tištěné podobě). Může se jednat například o:

- návody (psané např. s obrázkovým doprovodem)
- návodná videa/animace
- webináře
- workshopy (určené např. na seniory)
- možnost konzultací po telefonu nebo přímo na úřadě

Pro rozšíření informace o existenci Portálu občany již byly využity sociální sítě, web, média (tisková zpráva) i další komunikační kanály města. Nadále však je možné občany informovat o možnostech online služeb přímo na úřadě, ve chvíli, kdy vyřizují agendu, kterou by mohli odbavit z pohodlí domova.

1.2. Mobilní aplikace

Mobilní aplikace představuje další možnost nepřetržitého spojení občana a radnice. Umožňuje přístup k úřední desce, příjem akutních oznámení (dopravní situace), hlášení škod a závad, užitečným nástrojem by bylo i získávání zpětné vazby. Aplikace může sloužit také turistům k navigaci po městě. Mobilní aplikace jsou velmi oblíbeným nástrojem zejména mladší a střední generace. Je dalším z komunikačních nástrojů, který podpoří strategickou vizi „chytrého města Nymburk“.



2.1. Optimalizace sociálních sítí města a jejich další strategický rozvoj

Město Nymburk spravuje své profily na sociálních sítích kvalitně a profesionálně. Zvláště facebooková stránka Město Nymburk a instagramový profil Město Nymburk jsou příkladem dobré práce s obsahem i textem, a zvláště facebookový profil plní nejen funkci komunitní, ale je i zdrojem informací. Sociální sítě se vyvíjejí velmi dynamicky, a proto je nutné jejich obsahovou strategii průběžně aktualizovat a rozvíjet.

Oba zmíněné profily momentálně nevyužívají potenciál moderních a stále populárnějších audiovizuálních formátů (stories, reels tzn. krátká videa na Instagramu) ani audiovizuální obsah obecně. Prvním krokem by mohlo být zveřejňování stories z Instagramu i na Facebooku. Tento nástroj sice funguje lépe na Instagramu, ale i na Facebooku generuje shlédnutí.

Výhodou videí pro sociální sítě je jejich malá produkční náročnost. Běžní uživatelé Instagramu používají pro natáčení vidí pouze telefon a editační nástroje v něm. Při vytváření tohoto typu obsahu by město mohlo jít i cestou kreativně pojaté externí spolupráce nebo zapojením sledujících.

Příkladem může být vyhlášení soutěže spojené s označováním profilu Města Nymburk ve stories, tento obsah pak může být sdílen dál. Pro reels je možné uvažovat například o spolupráci se středními školami (zadání pro studenty na konkrétní téma).

Revizi obsahové strategie a tematické rozšíření obsahu je nutné provést pro profil Turistického informačního centra Nymburk. Ten momentálně funguje jako nástěnka pro sdílení kulturních a jiných akcí. Chybí na něm však informace užitečné pro turisty – o parkování, stravování, tipy na výlety, ubytování. I tento profil by mohl dobře pracovat s audiovizuálním obsahem a podpořit zájem turistů o město.

Funkci profilu Bezpečný Nymburk plní dostatečně jiné informační kanály. Zároveň není vhodnou platformou pro informování o mimořádných událostech (upozornění o novém obsahu uživatelé nemusí zaznamenat). Jeho zachování není pro další komunikaci na sociálních sítích zapotřebí.

2.2. Podpora medializace lokálních témat

Radnice má pro komunikaci s médii relativně omezené množství témat – informování novinářů se obvykle pohybuje na ose: dobré zprávy o investicích města – reakce na krizové situace. Život ve městě však přináší i řadu atraktivnějších témat, o nichž se novináři často nedozvědí. Radnice může podpořit publicitu města tím, že bude podporovat místní spolky a sdružení s regionálními i celostátními médii.



Úřad (tisková mluvčí) může uspořádat tematická setkání vybraných novinářů se zástupci některého segmentu (školství, zdravotnictví, podnikatelská sféra, kultura). Tohoto setkání by se účastnil i zástupce Nymburského zpravodaje.

Nenáročným opatřením podporujícím medializaci lokálních témat může být také rozšíření Nymburského zpravodaje o novou rubriku. V ní se mohou objevovat rozhovory se zajímavými osobnostmi města, reportáže z akcí nebo činnosti místních sdružení a spolků (sportovní akce, kulturní akce, školní projekty, podnikatelské aktivity).

Populární formou medializace, která může velmi přispět k posílení povědomí široké veřejnosti o Nymburku, je podcast. Mezi českými posluchači mají úspěch i produkčně nenáročné podcasty (rozhovory nebo monology). Podcast může cílit na lokální publikum, turisty, či jinak specifikované cílové skupiny. Ideálním postupem je vytvoření několika pilotních dílů, kterými se ověří, zda je tato aktivita kapacitně zvládnutelná a má odpovídající ohlas veřejnosti.

3.1. Etický kodex zaměstnanců městského úřadu – Kodex etické komunikace

Zaměstnanci městského úřadu při výkonu svého povolání reprezentují město, ale také státní moc, a to jak v kontaktu s občany, tak se zástupci jiných subjektů. Z tohoto titulu jsou na jejich vystupování i jednání kladeny stejné nároky, jaké v demokratické společnosti vnímáme jako zásadní v přístupu ke správě věcí veřejných.

Klíčovými principy jsou zde:

- Otevřenost a transparentnost
- Práce s ověřenými a důvěryhodnými informacemi
- Respektující komunikace bez předsudků

Etický kodex úředníků a zaměstnanců veřejné správy schválila vláda ČR v roce 2012 (dále „Kodex“). Jeho obsahem je 14 článků, které vymezují a podporují žádoucí standardy chování úředníka a zaměstnance veřejné správy ve vztahu k veřejnosti a spolupracovníkům.

Jde o zákonnost, rozhodování, profesionalitu, nestrannost, rychlost a efektivitu, střet zájmů, korupci, nakládání se svěřenými prostředky, mlčenlivost, informování veřejnosti, veřejnou činnost a reprezentaci (dále uplatnitelnost a vymahatelnost a závěrečná ustanovení).



Kodex velmi přesně formuluje i oblast komunikace, a to zejména v níže zmíněných článcích. Cílem tohoto navrhovaného opatření je tedy zejména seznámení zaměstnanců úřadu s existujícím Kodexem a průběžné připomínání výše zmíněných principů. Celé znění kodexu je v příloze této koncepce.

čl. 3 Profesionalita

(1) Výkon veřejné správy je službou veřejnosti. Úředník a zaměstnanec veřejné správy vykonává veřejnou správu na vysoké odborné úrovni, kterou si prohlubuje průběžným studiem, s nejvyšší mírou slušnosti, porozumění a ochoty a bez jakýchkoli předsudků, v souladu se zásadou rovných příležitostí bez ohledu na barvu pleti, pohlaví, národnost, náboženství, etnickou příslušnost nebo jiné charakteristiky. Nepřipouští diskriminaci či obtěžování. Za kvalitu své práce a za rozvíjení svých odborných znalostí je osobně odpovědný a své vzdělání si studiem průběžně prohlubuje.

(2) Úředník a zaměstnanec veřejné správy jedná korektně s ostatními spolupracovníky i se zaměstnanci jiných orgánů veřejné správy, respektuje znalosti a zkušenosti svých kolegů i jiných odborníků a účinně je využívá i pro svůj odborný růst.

(3) Ve vztahu k veřejnosti jedná úředník a zaměstnanec veřejné správy s nejvyšší mírou zdvořilosti, vstřícnosti a ochoty a bez jakýchkoli předsudků.

čl. 9 Mlčenlivost

(1) Úředník a zaměstnanec veřejné správy zachovává mlčenlivost o skutečnostech, které se dozvěděl v souvislosti s plněním úkolů veřejné správy, jež by mohly poškodit nebo ohrozit činnost zaměstnavatele. Povinnost mlčenlivosti se nevztahuje na skutečnosti, které zakládají

podezření na korupční jednání.

(2) Úředník a zaměstnanec veřejné správy je povinen zachovat mlčenlivost o skutečnostech, které se dozvěděl při výkonu úřední činnosti, zejména o osobních údajích nebo utajovaných informacích v rozsahu stanoveném právními předpisy, pokud není této povinnosti v souladu s právními předpisy zproštěn.

čl. 10 Informování veřejnosti

Každý úředník a zaměstnanec veřejné správy poskytuje při plnění svých úkolů pravdivé a úplné informace v souladu s právními předpisy. Informace o činnosti orgánu veřejné správy, plnění jeho funkcí, jakož i další informace určené veřejnosti sděluje za orgán veřejné správy úředník a zaměstnanec veřejné správy, který je k tomu určen.



3.2. *Vzdělávání zaměstnanců*

Kvalitu komunikace zaměstnanců s dalšími subjekty (občané, podnikatelé) lze podpořit zejména tím, že zaměstnanci budou dobře informovaní o svých agendách a budou schopni informace předávat odpovídající formou.

Vzdělávací aktivity mohou probíhat formou kurzů, workshopů a školení. Je vhodné, aby vzdělávání nebylo pouze formální, ale zaměstnanci si odnášeli praktické dovednosti, které jim pomohou v jejich práci.

S ohledem na neustálý rozvoj komunikačních technologií a v poslední době deklarované ambice státu posilovat služby e-governmentu, digitalizaci a elektronizaci, musí být zaměstnanci radnice průběžně vzdělávání i v této agendě.

Kromě externích školitelů je možné organizovat také interní „sdílecí“ setkání. Během něj si kolegové a kolegyně mohou vzájemně poradit s problémy, které mají v kompetenci. Tento typ setkání podporuje pozitivní atmosféru v týmu.

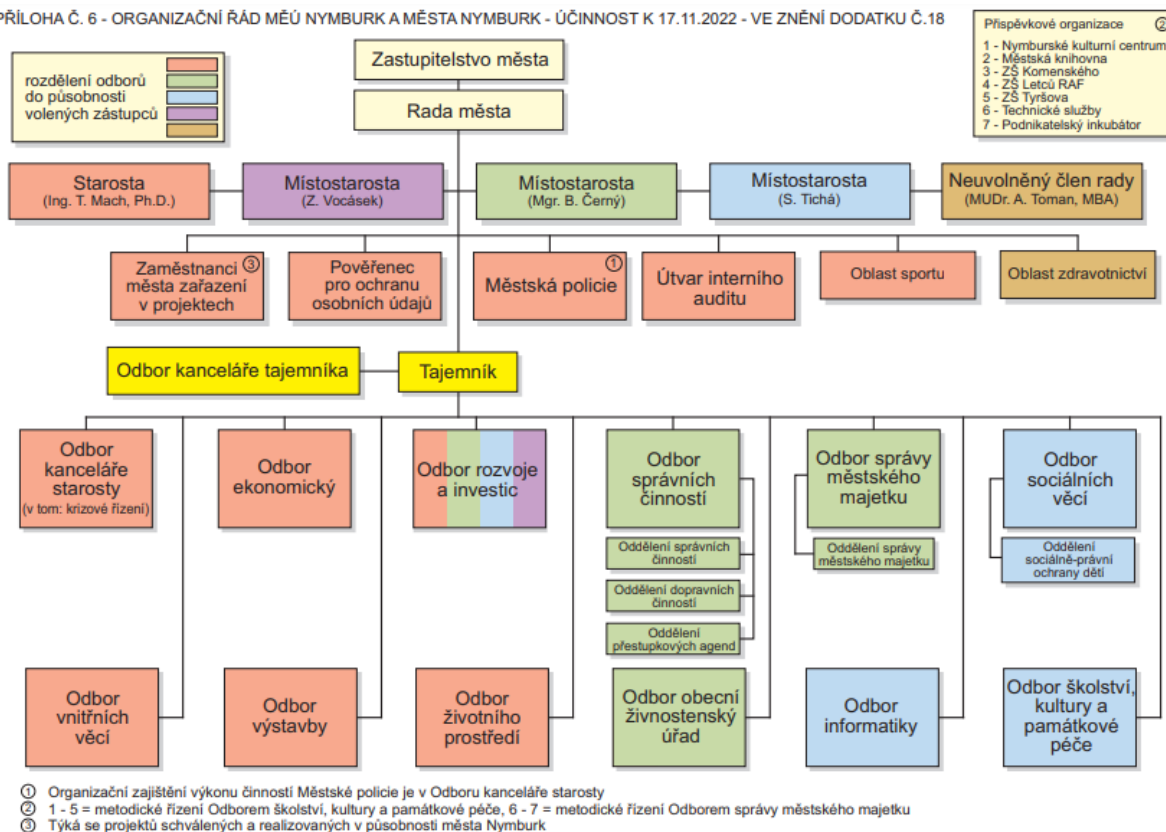
Vhodné vzdělávací aktivity zahrnují organizační dovednosti, leadership, nenásilná a respektující komunikace, práci s komunikačními nástroji (včetně sociálních sítí), mediální gramotnost a rozpoznávání klamavých informací (fake – news, dezinformace), kybernetická bezpečnost, práce se systémy a technologiemi potřebnými pro danou pracovní pozici.

3.3. *Interní komunikace*

Kvalita interní komunikace významně ovlivňuje fungování organizace – zaměstnanci úřadu nejen při styku s veřejností potřebují mít aktuální a spolehlivé informace.

Přenos informací probíhá hierarchicky směrem od vedení úřadu k jednotlivým vedoucím a následně k zaměstnancům. Zajištění informačního toku mezi vedením úřadu a vedoucími odborů by dle logiky organizační struktury úřadu mělo spadat do odpovědnosti tajemníka. Dále je distribuce informací úkolem vedoucích pracovníků.





V tomto opatření jsou navrženy konkrétní komunikační nástroje, z nichž lze na základě zpětné vazby a ověření v praxi vybrat ty nejlépe funkční.

- **pravidelné týmové porady (status updates)**

Porady mají předem danou agendu (odvíjí se od zápisu případně aktuálního dění) a časový rámec (nepřekračuje 90 minut). Konají se pravidelně (ideálně ve stejném čase). Na místě vznikají zápisy (pověřený zapisovatel), které jsou následně dostupné všem účastníkům.

- **pracovní schůzky**

U komplexnějších problémů, při potřebě intenzivnější spolupráce nebo konzultace je osobní schůzka (online schůzka) efektivnějším nástrojem než mailing nebo telefonický hovor. Během krátké doby (15. – 30 minut) je možné problém jasně vysvětlit, ověřit vzájemné porozumění, identifikovat potřeby a domluvit se na dalším postupu.

- **supervizní setkání, reflexe spolupráce**

Ideálně jednou za půl roku by mělo mezi spolupracujícími týmy nebo kolegy docházet k setkáním, které umožní reflektovat spolupráci. Ocenit společné úspěchy, vzájemně se upozornit na případné nedostatky a poskytnout si zpětnou vazbu. Ta by vždy měla být konkrétní, popisná a konstruktivní, aby bylo jasné, co je vnímáno jako problém, a aby bylo možné přistoupit k hledání řešení. Na těchto setkáních je nezbytné zajistit bezpečné prostředí (týkají se jenom lidí, kteří se jich účastní, jejich obsah se dále nesdílí).

- **sdílecí setkání**

Sdílecí setkání jsou efektivním nástrojem vzájemného učení a podporují týmovou spolupráci mezi zaměstnanci úřadu. V podstatě jde o výměnu zkušeností se společnou agendou, porovnání postupů práce nebo doporučení, jak řešit konkrétní případy. Mohou se týkat i obecnějších témat, která jsou společná zaměstnancům napříč různými úseky úřadu (typicky komunikace s klienty).

- **mailing**

E-mailová komunikace je běžným a často nadužívaným komunikačním nástrojem. Zaměstnanci mohou být zahlceni psaním a vyřizováním interních zpráv. Z tohoto důvodu je vhodné preferovat jiné formy komunikace (osobní/telefonát). Použití hromadných e-mailů všem zaměstnancům je vhodné pouze ve výjimečných případech.

- **intranetové nástroje (typu MS Teams, Google)**

Uzavřená síť, na které jsou dostupné všechny potřebné informace, bývá ve většina typů organizací standardním nástrojem. Minimálními funkcionalitami intranetu jsou zejména:

- elektronický diář zaměstnance
- sdílený diář (např. pro neformální akce pořádané ve městě)
- virtuální knihovna (vzdělávací obsah – materiály ze školení, časopisy, legislativní materiály, směrnice, podpůrné dokumenty – návody)
- úložiště pro interní dokumenty s možností omezit přístup.

Dále lze doporučit:

- virtuální nástěnka (aktuální informace, neformální pozvánky apod.)
- anonymní zpětná vazba



Využívání intranetu výrazně napomáhá efektivitě práce i informovanosti týmu. Některé nástroje mohou pozitivně ovlivňovat atmosféru na pracovišti a přispívat ke spokojenosti zaměstnanců.

4.1. Zavedení nástrojů ke zjišťování zpětné vazby

Zpětná podporuje participaci, je zdrojem informací pro zlepšení služeb a v konečném důsledku slouží také jako pozitivní motivace. Zásadní pro práci se zpětnou vazbou je vědomí poskytovatele zpětné vazby, že jeho připomínky jsou vyslyšeny a jsou podnětem pro reflexi a případné změny.

Zpětná vazba by neměla zůstat bez reakce, a to i v případě, že je negativní nebo podaná nevhodným způsobem. Profesionálně komunikující úřad je schopen korektně reagovat i v náročných situacích.

U jednotlivých nástrojů zpětné vazby je tak nutné jasně určit, kdo nese odpovědnost za její vypořádání.

Zakomponování zpětné vazby je efektivní zejména u elektronických komunikačních nástrojů. Pokud jde o okamžitou zpětnou vazbu, je vhodné, aby byla co nejjednodušší.

Otázka na zpětnou vazbu může být například součástí patičky v e-mailové komunikaci. Je možné ji také doplnit na webové stránky nebo v elektronickém newsletteru. Ankety k vybraným tématům mohou být pravidelnou součástí Nymburského zpravodaje.

Silným nástrojem pro práci se zpětnou vazbou jsou sociální sítě. Zejména pokud přihlédneme k tomu, že oba městské profily (Facebook i Instagram) mají aktivní publikum, je možné zpětnou vazbu sbírat také jejich prostřednictvím. Oblíbené a dobře funkční jsou zejména jednoduché ankety ve formátu stories.

4.2. Posílení participace občanů

Město Nymburk úspěšně pracuje s několika participativními nástroji a daří se mu tak zapojovat občany do rozhodování. Obecně platí, že využíváním participativních nástrojů samospráva demonstruje svou otevřenost a respekt vůči názorům veřejnosti a ochotu jim naslouchat.

Nymburk aktuálně pracuje s participativním rozpočtem, pravidelnými setkáními s vedením města, konkrétní formou participace je aplikace Hlášení závad.



Pravidelná setkání je třeba uzpůsobit tak, aby pro účastníky nebyla jen neformálním rozhovorem se zástupci vedení města. Agenda setkání by měla být předem oznámená, podněty je možné sbírat i předem například přes sociální sítě i jiné komunikační kanály. Ze setkání by měl vzniknout zápis, aby bylo jasné, že podněty občanů jsou zaznamenány. Zároveň platí, že by neměly zůstat bez odezvy (reakce v Nymburské zpravodaji, na sociálních sítích, na webu, v mailové komunikaci).

Setkání mohou být také platformou, z níž vzejdou návrhy na další participativní projekty např.: úprava veřejných prostor, územně plánovací a investiční projekty jako revitalizace veřejných prostranství a objektů.

Posílení participace ve stávajících nástrojích je vhodné nadále podporovat včasnou a jasnou komunikací, neboť ta je klíčovou součástí každého kvalitního participativního procesu. Základními pravidly dobré komunikace je informovat účastníky o participativních aktivitách dostatečně dopředu a srozumitelně a takovými kanály, aby se k nim informace dostaly.



Závěr

Koncepce komunikace města Nymburk vychází z potřeby nastavit cíle, nástroje a postupy komunikace města a provázat ji s existující strategií rozvoje města.

Dokument analyzuje stávající situaci, identifikuje problematické body a navrhuje potřebná zlepšení. Zároveň podporuje zachování fungujících a ověřených postupů a nástrojů.

Na základě komplexní analýzy zahrnující přehled cílových skupin a hodnocení aktuálně využívaných komunikačních kanálů koncepce navrhuje konkrétní strategické cíle a opatření vedoucí k jejich dosažení.

Koncepce je zpracována dle Metodiky přípravy veřejných strategií. Je strategickým dokumentem, který je zaměřen na řešení konkrétní problematiky, má vyšší míru obecnosti, nižší míru podrobnosti, výraznější analytickou a strategickou část a omezenější implementační část.

Obsahuje tedy základní východiska, vizi a základní strategické směřování. Její implementace bude řešena návazně v samostatném dokumentu.



Přílohy



Etický kodex úředníků a zaměstnanců veřejné správy

Preambule

Každý úředník a zaměstnanec veřejné správy je povinen při rozhodování dodržovat a ctít zákonnost všech postupů a rovný přístup ke všem fyzickým i právnickým osobám. Smyslem tohoto kodexu je vytvářet, udržovat a prohlubovat důvěru veřejnosti ve veřejnou správu. Účelem Etického kodexu úředníků a zaměstnanců veřejné správy (dále jen „Kodex“) je vymezit a podporovat žádoucí standardy chování úředníka a zaměstnance veřejné správy ve vztahu k veřejnosti a spolupracovníkům. Úředník a zaměstnanec veřejné správy zachovává věrnost zásadám práva a spravedlnosti vyplývajícím z evropského kulturního a historického dědictví, jedná v duchu nedotknutelných hodnot lidské důstojnosti a svobody, zachovává úctu a loajalitu k České republice, jakož i k úřadu a ostatním úředníkům a zaměstnancům veřejné správy.

Článek 1 Zákonnost

(1) Úředník a zaměstnanec veřejné správy plní úkoly veřejné správy v souladu s ústavním pořádkem, se zákony a ostatními právními předpisy a s právem Evropské unie, jakož i s mezinárodními smlouvami, kterými je Česká republika vázána. (2) Při plnění úkolů veřejné správy jedná úředník a zaměstnanec veřejné správy pouze v rozsahu zákonem svěřené pravomoci orgánu veřejné správy a v souladu s jejím účelem.

Článek 2 Rozhodování

(1) V mezích zákona úředník a zaměstnanec veřejné správy vždy volí nejvhodnější řešení s ohledem na veřejný zájem a na rozhodné okolnosti konkrétního případu. Dbá na to, aby rozhodnutí nemohlo být z objektivního hlediska vnímáno jako nespravedlivé. Do práv osob úředník a zaměstnanec veřejné správy zasahuje jen za podmínek stanovených zákonem a v nezbytném rozsahu, nutném k dosažení účelu sledovaného veřejným zájmem, k jehož ochraně mu byla pravomoc svěřena.

(2) Při volbě nejvhodnějšího postupu úředník a zaměstnanec veřejné správy respektuje v mezích právních předpisů též koncepce, priority a cíle úřadu, jeho vnitřní předpisy a pokyny nadřízených vydané v souladu s tímto kodexem.



Článek 3 Profesionalita

(1) Výkon veřejné správy je službou veřejnosti. Úředník a zaměstnanec veřejné správy vykonává veřejnou správu na vysoké odborné úrovni, kterou si prohlubuje průběžným studiem, s nejvyšší mírou slušnosti, porozumění a ochoty a bez jakýchkoli předsudků, v souladu se zásadou rovných příležitostí bez ohledu na barvu pleti, pohlaví, národnost, náboženství, etnickou příslušnost nebo jiné charakteristiky. Nepřipouští diskriminaci či obtěžování. Za kvalitu své práce a za rozvíjení svých odborných znalostí je osobně odpovědný a své vzdělání si studiem průběžně prohlubuje.

(2) Úředník a zaměstnanec veřejné správy jedná korektně s ostatními spolupracovníky i se zaměstnanci jiných orgánů veřejné správy, respektuje znalosti a zkušenosti svých kolegů i jiných odborníků a účinně je využívá i pro svůj odborný růst. (3) Ve vztahu k veřejnosti jedná úředník a zaměstnanec veřejné správy s nejvyšší mírou zdvořilosti, vstřícnosti a ochoty a bez jakýchkoli předsudků.

Článek 4 Nestrannost (1) Úředník a zaměstnanec veřejné správy dbá na to, aby jeho rozhodování bylo objektivní, nestranné a přijaté řešení bylo vždy v souladu s veřejným zájmem. Při rozhodování nesmí úředník a zaměstnanec veřejné správy preferovat osobní či skupinové zájmy ani se nechat ovlivnit pozitivními či negativními vztahy ke konkrétním osobám. Úředník a zaměstnanec veřejné správy se zdrží také všeho, co by mohlo ohrozit důvěru v nestrannost jeho rozhodování.

(2) Ve shodných nebo podobných případech jedná úředník a zaměstnanec veřejné správy tak, aby mezi jednotlivými postupy nevznikaly rozdíly, jež není možno odůvodnit objektivními skutečnostmi, zejména konkrétními okolnostmi daného případu.

(3) Úředník a zaměstnanec veřejné správy vystupuje vůči účastníkům právních vztahů objektivně tak, aby je neuváděl v omyl o jejich právech a povinnostech, informuje je srozumitelně; veškerá hodnocení provádí profesionálně, objektivně, bez emocí a bez sledování osobního prospěchu a v souladu s právem a spravedlností.

Článek 5 Rychlost a efektivita

(1) Úředník a zaměstnanec veřejné správy vyřizuje pracovní záležitosti zodpovědně, bez zbytečných průtahů, nejpozději v zákonem stanovených lhůtách.

(2) Při plnění jemu svěřených úkolů postupuje úředník a zaměstnanec tak, aby stranám ani úřadu nevznikaly zbytečné náklady.



Článek 6 Střet zájmů

(1) Úředník a zaměstnanec veřejné správy svým jednáním předchází situacím, ve kterých by byl vystaven možnému střetu svého soukromého zájmu a zastávaného funkčního zařazení. Soukromý zájem zahrnuje jakoukoliv výhodu pro něj, jeho rodinu, blízké a příbuzné osoby a právnické nebo fyzické osoby, se kterými měl nebo má obchodní nebo politické vztahy.

(2) Úředník a zaměstnanec veřejné správy nesmí ohrozit veřejný zájem tím, že se bude odvolávat na svou pozici nebo funkci ve věcech, které nesouvisejí s plněním jemu svěřených úkolů při výkonu veřejné správy.

(3) Úředník a zaměstnanec veřejné správy se nezúčastní žádné činnosti, která se neslučuje s řádným výkonem jeho pracovních povinností nebo tento výkon omezuje.

(4) Pokud si úředník a zaměstnanec veřejné správy není jistý, zda jde o úkony slučitelné s jeho podílem na výkonu veřejné správy, projedná záležitost se svým nadřízeným.

Článek 7 Korupce

(1) Úředník a zaměstnanec veřejné správy nesmí při svém rozhodování a v souvislosti s rozhodováním přijímat ani vyžadovat dary či jiná zvýhodnění pro sebe nebo někoho jiného, popřípadě jakýmkoli jiným způsobem připustit ovlivnění plnění jemu svěřených úkolů v oblasti veřejné správy, objektivního hodnocení věci a nestranného rozhodování. Dary nebo výhody poskytované úředníku a zaměstnanci veřejné správy zaměstnavatelem tímto nejsou dotčeny.

(2) Úředník a zaměstnanec veřejné správy jedná tak, aby se při plnění jemu svěřených úkolů v oblasti veřejné správy nedostal do postavení, ve kterém by byl zavázán nebo se cítil být zavázán oplatit službu či laskavost, která mu byla prokázána.

(3) Úředník a zaměstnanec veřejné správy se vyvaruje vztahů vzájemné závislosti a nepatřičného vlivu jiných osob (klientelismus, nepotismus), jež by mohly ohrozit jeho nestrannost.

(4) Jakékoli korupční jednání nebo podezření na takové jednání, o kterém se úředník a zaměstnanec veřejné správy dozvěděl hodnověrným způsobem, je úředník a zaměstnanec veřejné správy povinen oznámit svému nadřízenému nebo orgánu činnému v trestním řízení. Dále je úředník a zaměstnanec veřejné správy povinen bezodkladně oznámit nabídnutí či získání neoprávněné výhody.

(5) Ve všech případech, kdy by mohla vzniknout pochybnost, zda úředník a zaměstnanec veřejné správy postupuje v souladu s tímto článkem, informuje úředník a zaměstnanec veřejné správy svého nadřízeného a postupuje dle jeho pokynů.



Článek 8 Nakládání se svěřenými prostředky

Úředník a zaměstnanec veřejné správy vynakládá, v souladu s právními předpisy, veškeré úsilí, aby zajistil maximálně efektivní a ekonomické spravování a využívání finančních zdrojů a zařízení, které mu byly svěřeny, jakož i služeb, které mu byly poskytnuty. S těmito svěřenými prostředky nakládá efektivně a hospodárně.

Článek 9 Mlčenlivost

(1) Úředník a zaměstnanec veřejné správy zachovává mlčenlivost o skutečnostech, které se dozvěděl v souvislosti s plněním úkolů veřejné správy, jež by mohly poškodit nebo ohrozit činnost zaměstnavatele. Povinnost mlčenlivosti se nevztahuje na skutečnosti, které zakládají podezření na korupční jednání.

(2) Úředník a zaměstnanec veřejné správy je povinen zachovat mlčenlivost o skutečnostech, které se dozvěděl při výkonu úřední činnosti, zejména o osobních údajích nebo utajovaných informacích v rozsahu stanoveném právními předpisy, pokud není této povinnosti v souladu s právními předpisy zproštěn.

Článek 10 Informování veřejnosti

Každý úředník a zaměstnanec veřejné správy poskytuje při plnění svých úkolů pravdivé a úplné informace v souladu s právními předpisy. Informace o činnosti orgánu veřejné správy, plnění jeho funkcí, jakož i další informace určené veřejnosti sděluje za orgán veřejné správy úředník a zaměstnanec veřejné správy, který je k tomu určen.

Článek 11 Veřejná činnost

(1) Úředník a zaměstnanec veřejné správy jedná při výkonu veřejné správy politicky nestranným způsobem. Úředník a zaměstnanec veřejné správy nevykonává veřejnou činnost, která by mohla narušit důvěru veřejnosti v jeho schopnost nestranně plnit úkoly veřejné správy.

(2) Úředník a zaměstnanec veřejné správy se v soukromém životě vyhýbá takovým činnostem, chování a jednání, která by mohla snížit důvěru ve veřejnou správu v očích veřejnosti nebo dokonce zavdat příčinu k ovlivňování úředníka a zaměstnance veřejné správy. Jedná tak, aby jeho chování přispívalo k dobré pověsti úřadu veřejné správy.



Článek 12 Reprezentace

(1) Úředník a zaměstnanec veřejné správy užívá v zaměstnání oděv, který je adekvátní jeho práci a odpovídá vážnosti jeho úřadu.

(2) Úředník a zaměstnanec veřejné správy jedná s každým ohleduplně, způsobem přiměřeným jeho sociálním schopnostem a komunikačním potřebám, a respektuje jeho individualitu. Veškerá jednání s dotčenými osobami vede úředník a zaměstnanec veřejné správy taktně a způsobem, který respektuje důstojnost těchto osob.

(3) Úředník a zaměstnanec veřejné správy svým jednáním a vystupováním podporuje důvěryhodnost a vážnost úřadu.

Článek 13 Uplatnitelnost a vymahatelnost

Kodex navazuje na základní práva a povinnosti zaměstnanců uvedené v zákoníku práce a pracovním řádu. Zásadní porušování bude posuzováno jako porušení zákoníku práce, resp. pracovního řádu se všemi z toho vyplývajícími důsledky.

Článek 14 Závěrečná ustanovení

(1) Úředník a zaměstnanec veřejné správy dodržuje stanovené etické zásady, aktivně podporuje etické jednání a podílí se na vytváření protikorupčního prostředí. Uvědomuje si, že selhání jednotlivce v oblasti etiky má dopad na veřejnou správu jako celek, a proto jde ostatním příkladem.

(2) Poukáže-li úředník a zaměstnanec veřejné správy oprávněně na neetické chování, nebude mít jeho jednání negativní důsledky v pracovněprávních vztazích.

(3) Respektování zásad etiky je věcí profesionální cti úředníka a zaměstnance veřejné správy. Bez jejich dodržování a dodržování Kodexu nelze dostát profesionální povinnosti úředníka a zaměstnance veřejné správy.

