



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Komunikační strategie města Králíky na období 2023 – 2027



Registrační číslo projektu: CZ.3.4.74/0.0/0.0/19_109/0016586
Název projektu: Městský úřad Králíky – Přívětivý úřad
Zpracoval: PaedDr. David HOLMAN
Březen 2023

Obsah

1	Úvod	4
2	Vybrané výzkumné metody	5
2.1	SWOT analýza	5
2.2	Dotazníkové šetření	5
2.2.1	Dotazník zaměřený na obyvatele města	5
2.2.2	Dotazník zaměřený na návštěvníky města	5
2.3	Odborný rozbor	5
2.4	Komparativní metoda	5
2.5	Odborné pohovory	5
2.5.1	s představiteli města a městského úřadu, s odborníky na posuzované oblasti	5
2.5.2	u kulatého stolu se zastupiteli a členy osadních výborů	6
2.5.3	v pracovní skupině pro komunikaci města	6
2.6	Šetření mezi obyvateli a návštěvníky města	6
2.7	Analýza mediálních výstupů	6
3	Cílové skupiny komunikační strategie	7
3.1	Hlavní cílové skupiny:	7
4	Komunikační formáty podle cílových skupin:	8
5	Dotazníkové šetření na téma komunikace města Králíky	9
6	Dotazníkové šetření mezi pracovníky MěÚ Králíky	13
7	Dotazníkové šetření mezi návštěvníky města	17
8	SWOT analýza komunikace města Králíky	19
9	Vize a cíle komunikační strategie města Králíky	20
10	Povinně zveřejňované informace dle zákona č. 106/1999 Sb.	21
11	Jednací řády	23
12	Organizační struktura MěÚ Králíky – subordinace a komunikace	28
13	Image města	31
14	Symboly města	34
15	Logo a jednotný vizuální styl	35
16	Králický zpravodaj	38
17	Webové stránky města	42
18	Mobilní rozhlas	44
19	Komise a výbory jako komunikační platforma	46
20	Komunikace radnice s místními částmi	48
21	Komunikace rozpočtů a rozpočtových výhledů města	55

22	<i>Audiovizuální záznamy jednání zastupitelstva</i>	58
23	<i>Komunikace veřejných zakázek</i>	61
24	<i>Dostupnost informací o členech orgánů města</i>	64
25	<i>Zveřejňování podkladů a zápisů z jednání orgánů města</i>	67
26	<i>Informační systém hlášení závad</i>	72
27	<i>Otevřená data</i>	74
28	<i>Komunikace města na sociálních sítích</i>	75
29	<i>Participace</i>	78
30	<i>OOH, městský rozhlas a neadresná distribuce</i>	80
31	<i>Propagace cestovního ruchu</i>	83
32	<i>Postup přípravy komunikačního opatření</i>	86
33	<i>Příloha č. 1 / Požadavky na logo města</i>	89
34	<i>Příloha č. 2 / Zásady pro tvorbu participativního rozpočtu města Králíky</i>	93
35	<i>Závěr</i>	98

1 Úvod

Komunikace jako proces sdílení a předávání informací je základem fungování každého společenství. Město je samosprávným společenstvím občanů, jež je vymezeno hranicemi svého území. Komunikace však tyto hranice přesahuje. Informační infrastruktura města je jedinou městskou infrastrukturou, která nezná hranice katastru. Lze ji sledovat odkudkoliv na světě. **Komunikace města je proto i výkladní skříní kvality jeho samosprávy.**

Město reflektuje prostřednictvím svých institucí potřeby svých občanů, pečuje o ně a chrání tzv. veřejný zájem. Pomocí komunikačních nástrojů nejen sděluje informace, ale také je přijímá a vyhodnocuje. **Dobře nastavená komunikace města je tedy také základním předpokladem správné reflexe potřeb obyvatel a nalézání shody na tom, co je tzv. veřejným zájmem.**

Komunikační infrastruktura musí tedy městskému úřadu a voleným orgánům samosprávy poskytovat nejen nástroje pro jednosměrný tok informací směrem k obyvatelům, ale musí zajišťovat i zpětnou vazbu. **Tok informací musí být obousměrný:** od radnice k obyvatelstvu města a od obyvatelstva k jeho radnici.

Propagace aktivit (i atraktivit) města, sociální kampaně a mediální ovlivňování postojů obyvatel ve prospěch veřejně projednaných a schválených strategických cílů města je rovněž důležitou součástí komunikace města. **Velice důležité je ale zapojování občanů** do plánovacích a částečně i rozhodovacích procesů samosprávy. Často poměrně výraznou součástí komunikace měst bývá i **mediální sebe prezentace vedení samosprávy a její public relations.** V mnoha městech jde bohužel často spíše o vizuální než postojovou sebe prezentaci. V žádném případě by ale tato sebe prezentace neměla v komunikaci dominovat na úkor prezentace důležitých témat města, vč. diskuse a různých pohledů na možná řešení.

Komunikační infrastruktura musí být připravena, resp. ochotna a schopna, poskytovat **včasné, úplné a pravdivé informace.** I když lze jednotlivé atributy (včasnost, úplnost i pravdivost) posuzovat různou optikou, je důležité mít je vždy na paměti.

Zkusme si pro příklad představit, co by se stalo, kdyby například vodárenskou infrastrukturou k občanům tekla rezavá voda, tekla jen občas a „čůrkem“. Indikovat takový problém by bylo poměrně snadné. Reakce občanů by na sebe nenechala dlouho čekat. Indikovat ale problémy komunikační infrastruktury města není zdaleka tak snadné. Lidé totiž netrpí fyzickou žízň po informacích, nedostatkem informací nestrádá jejich hygiena. Nekvalitní informace bohužel nepoznáte ani podle divné barvy či zápachu. Rozpoznat (ne)kvalitu informací proudících komunikační infrastrukturou měst je proto těžké a péče o ni je proto velice důležitá.

Není cílem komunikační strategie posuzovat pravdivostní hodnotu poskytovaných informací, **cílem je nastavit takový systém, který umožní nejen šíření, ale i ověřování informací, výměnu a vývoj názorů, přenos zkušeností, ale i včasné varování či širší zapojování občanů do politik města - ve všech sférách jeho života.**

2 Vybrané výzkumné metody

2.1 SWOT analýza

metoda, jejíž pomocí je možno identifikovat vnitřní silné stránky (Strengths) a vnitřní slabé stránky (Weaknesses) v oblasti komunikace města, ale i vnější vlivy, tj. příležitosti (Opportunities) a ohrožení (Threats).

2.2 Dotazníkové šetření

metoda zaměřená na zjišťování názorů a potřeb veřejnosti. V rámci analytické části přípravy komunikační strategie byla provedena dvě dotazníková šetření:

2.2.1 Dotazník zaměřený na obyvatele města

obsahoval sadu 33 otázek, byl zveřejněn v elektronické i tištěné formě distribuované do domovních schránek. Dotazníky byly distribuovány i zaměstnancům MěÚ Králíky. Tyto dotazníky pak byly vyhodnocovány samostatně jako součást analýzy komunikace v cílové skupině „Zaměstnanci MěÚ Králíky“. Zpracovány byly i v rámci šetření mezi všemi obyvateli města. Dotazníkové šetření se konalo během měsíce února roku 2022. Celkem odevzdalo vyplněný dotazník 166 obyvatel města.

2.2.2 Dotazník zaměřený na návštěvníky města

obsahoval sadu 4 otázek a byl k dispozici pro vyplnění v TIC Králíky od ledna do července 2022. Bylo odevzdáno celkem 79 dotazníků.

2.3 Odborný rozbor

metoda, pomocí které byla podrobně analyzována stávající výchozí situace. Důraz byl kladen na analýzu dokumentů, které formulují pravidla vnitřní i vnější komunikace orgánů města.

2.4 Komparativní metoda

porovnávání přístupů k řešené problematice se srovnatelnými městy (obcemi s rozšířenou působností), ale také s dalšími městy s příklady dobré praxe.

2.5 Odborné pohovory

2.5.1 s představiteli města a městského úřadu, s odborníky na posuzované oblasti

(web města, zápisy z jednání orgánů města, mobilní rozhlas, Králický zpravodaj, krizová komunikace apod.).

2.5.2 u kulatého stolu se zastupiteli a členy osadních výborů

na téma komunikace radnice s místními částmi

2.5.3 v pracovní skupině pro komunikaci města

2.6 Šetření mezi obyvateli a návštěvníky města

neformální rozhovory na témata komunikace města a městského úřadu.

2.7 Analýza mediálních výstupů

komunikace v radničním periodiku, na sociálních sítích a v regionálním tisku.

3 Cílové skupiny komunikační strategie

V rámci komunikační strategie jsou definovány hlavní cílové skupiny a specifické cílové podskupiny.

3.1 Hlavní cílové skupiny:

A - obyvatelé města (občané města s trvalým pobytem, ale také ostatní občané bydlící v Králíkách i občané trávící v Králíkách velkou část svého času - pravidelně dojíždějící do Králík, např. za prací, nebo do škol)

B - zaměstnanci radnice (tj. MěÚ a města) a management organizací města

C - návštěvníci města (především turisté)

Specifické podskupiny cílové skupiny A:

A1. obyvatelé v produktivním věku

A2. školní mládež

A3. rodiče žáků škol (ZŠ, MŠ, ZUŠ)

A4. důchodci

A5. členové volených orgánů samosprávy

A6. představitelé spolků a organizací sdružujících místní obyvatele (např. sportovní kluby, společenství vlastníků nebo bytová družstva, organizátoři občanských iniciativ apod.)

A7. místní podnikatelé a živnostníci (zejména provozovatelé obchodů a služeb ve městě)

A8. podnikatelé a investoři (významní zaměstnavatelé a investoři)

Specifická podskupina cílové skupiny B:

B1. Vedoucí pracovníci MěÚ, města a jeho organizací:

volení funkcionáři(-ky) města uvolnění(-é) pro výkon funkce, tajemník / tajemnice, vedoucí oddělení a odborů MěÚ, organizačních složek města; ředitelé / ředitelky příspěvkových organizací, jednatele / jednatelky obchodních organizací, šéfredaktor(-ka) zpravodaje a administrátoři sociálních sítí

4 Komunikační formáty podle cílových skupin:

cílové skupiny	primární platforma	preferované komunikační nástroje a média	specifické formáty participace
A - obyvatelé města	web města	viz dále - cílové podskupiny	viz dále - cílové podskupiny
B - zaměstnanci MěÚ	web města	přímá komunikace, e-mailing, AV záznamy ZM	porady MěÚ, pracovní skupiny pro koncepce, teambuilding
C - návštěvníci města	TIC, web města	turistické portály, TIC, venkovní reklama (navigace, bannery, billboard), instagram města, e-mailing na školy, zpravodajské portály, mobilní průvodce městem	dotazníky, ankety, eventy, SoMe
A1. osoby v produktivním věku	web města	mobilní rozhlas, SoMe (FB, Instagram), Králický zpravodaj	veřejné diskuse, participativní rozpočet, eventy města, "Uklidíme Česko" s doprovodným programem, názorová mapa
A2. školní mládež	FB, web města	SoMe (FB, Instagram, TikTok local challenge), školní rozhlas a nástěnky	dětský parlament, pocitová mapa, eventy města
A3. rodiče dětí MŠ a ZŠ	web města	weby a FB stránky MŠ a ZŠ	"rodičovská kavárna", "procházka s maminkami po dětských hřištích", SRPŠ, školní eventy
A4. důchodci	web města	Králický zpravodaj, místní rozhlas, letáky, postupně i SoMe (zejména FB, YouTube)	"Setkání s písničkou", "Fórum Zdravého města", komunitní plánování sociálních služeb, participativní rozpočet, názorová mapa, osobní setkání
A5. členové volených orgánů	web města	e-mailing, AV záznamy ZM, zpravodaj (rubrika "Názor zastupitele"), FB, YouTube	orgány města a pracovní skupiny pro koncepce a evaluace, setkání s občany, vzdělávací akce a konference
A6. představitelé spolků	web města	e-mailing, mobilní rozhlas, Králický zpravodaj, FB, YouTube kanál města	kulaté stoly, pracovní skupiny pro koncepce, eventy města, participativní rozpočet, názorová mapa
A7. místní podnikatelé a živnostníci	web města	mobilní rozhlas (krizová komunikace - SMS), FB	setkání s podnikateli, kulatý stůl, dotazníky, pracovní skupiny pro koncepce
A8. podnikatelé a investoři odjinud	web města	přímá komunikace a celostátní média	setkání vedení města s podnikateli, přímá jednání

5 Dotazníkové šetření na téma komunikace města Králíky

Dotazník částečně nebo úplně vyplnilo celkem 166 respondentů (32 z MěÚ, 76 dalších odevzdalo písemnou a 58 vyplnilo on-line verzi dotazníku, termín: 1.Q 2022).

Zastoupení cílových skupin a podskupin:		Dosažené vzdělání:				
žáci ZŠ: 2		základní: 8				
studenti SŠ, VŠ: 5		SŠ bez maturity: 23				
osoby v produktivním věku: 93		SŠ s maturitou: 71				
důchodci: 51		vysokoškolské: 70				
1	Dozvídáte se pro vás důležité informace ze života města včas?	ano	spíše ano	spíše ne	ne	nevím
		18	78	42	17	2
2	Odkud se dozvídáte <u>základní stručné informace</u> upozorňující občany města na mimořádné situace či změny zasahující do jejich běžného života (např. oznámení o omezení provozu, uzavírce, opravách apod.)	z Králického zpravodaje	69	od známých, z doslechu	83	
		z webových stránek města www.kraliky.eu	69	z e-mailu zaslaného z radnice	11	
		z hlášení městského rozhlasu	68	ze zprávy zaslané z tzv. Mobilního rozhlasu	37	
		z Facebooku města	47	z médií v ulicích města (plakát, vývěska, nástěnka, banner apod.)	33	
		z Facebooku obecně (ne z FB města)	28	z úřední desky MěÚ na ul. Dlouhá	20	
		z letáků do schránek domácností	27	od svých dodavatelů (voda, plyn, elektřina apod.)	32	
		Dozvídám se i jiným než výše uvedeným způsobem (uvedte jak): letáky na sloupech, v restauraci				
3	Jaké užitečné upozornění jste výše zmíněnou formou obdržel(a) v poslední době ?	na téma: COVID a očkování, odstávka energií nebo ukončení činnosti dodavatele energií, změny ordinační doby, dopravní spoje a omezení v dopravě a další témata				
4	Odkud se dozvídáte <u>obsáhlejší informace</u> týkající se důležitých témat rozvoje a fungování města, o nichž rozhodují volené orgány města?	z Králického zpravodaje	97	na jednání zastupitelstva města	20	
		z webových stránek města www.kraliky.eu	61	z přímého přenosu z jednání zastupitelstva města	30	
		z Facebooku města	28	ze zprávy zaslané z tzv. Mobilního rozhlasu*	25*	
		z Facebooku obecně (ne z FB města)	26	z médií v ulicích města (plakát, vývěska, nástěnka, banner apod.)	24	
		z letáků do schránek domácností	18	z úřední desky MěÚ na ul. Dlouhá	27	
		z videí na YouTube kanálu města	4	od známých, z doslechu	73	
		Dozvídám se i jiným než výše uvedeným způsobem (uvedte jak): od kolegů, ze zápisů na internetu, v restauraci				

5	Jaké "městské téma" vás aktuálně zajímá nejvíce?	výstavba bytů a rodinných domů, výstavba supermarketu Lidl, téma KD Střelnice vč. odvolání ředitele, městská policie, dostupnost zdravotní péče a služeb, sportovní hala, hřbitov, přístup k prádelně apod.				
6	Jaké kulturní, společenské nebo sportovní aktivity vás zajímají nejvíce?	zejména kino, dále i divadlo a další kulturní aktivity, sportovní aktivity				
7	O jaký typ veřejných diskusí máte zájem?	o konkrétních záměrech města (konzultace s občany ještě než je ve věci rozhodnuto)	91	s představiteli města (otázky a odpovědi na nejrůznější témata)	53	
		o připravených projektech (představení projektu občanům)	47	o strategickém a územním plánování rozvoje města	56	
		předvolební mítinky	14	nemám zájem o veřejné diskuse	27	
8	Čím by se podle vás měla zabývat veřejná diskuse města s občany? Jaké téma byste uvítal(a)?	investiční záměry města, výstavba a rozvoj města, situace s bydlením, zdravotní péče, pořádek a městská policie a další				
9	Je pro vás hlášení městského rozhlasu důležitý zdroj informací?	určitě ano	spíše ano	tak napůl	spíše ne	rozhodně ne
		44	30	35	27	29
10	Obtěžuje vás hlášení městského rozhlasu?	určitě ano	spíše ano	tak napůl	spíše ne	rozhodně ne
		4	7	12	37	100
11	Čtete Králický zpravodaj?	ano, vždy	ano, často	občas	spíše ne	nečtu
		51	43	49	14	8
12	Jakou formou se dostáváte ke Králickému zpravodaji?	kupuji si jej	čtu, až když je dostupný na internetu	jinak - uveďte jak: je dostupný v práci = MěÚ (6), v elektronické podobě (4), v klubu seniorů (3), u příbuzných a známých (2), v restauraci (2), v knihovně		
		83	39			
13	Chcete dostávat Králický zpravodaj zdarma do domovní schránky?	určitě ano	spíše ano	tak napůl	spíše ne	rozhodně ne
		58	30	18	31	17
14	Máte přístup k internetu?	doma	v práci nebo škole	na veřejné wi-fi	výjimečně	vůbec
		138	74	11	2	19
15	Jak často navštěvujete městské webové stránky?	nejméně 1x týdně	cca jednou za 14 dní	cca jednou za měsíc	minimálně	vůbec
		61	24	17	34	28

16	Orientujete se na webu snadno? Je uživatelsky přívětivý?	určitě ano	spíše ano	tak napůl	spíše ne	rozhodně ne
		29	51	34	15	30
17	Jste spokojen s designem webových stránek města (grafická podoba)?	určitě ano	spíše ano	tak napůl	spíše ne	rozhodně ne
		41	58	22	18	19
18	Jsou podle vás informace na webu aktuální?	určitě ano	spíše ano	tak napůl	spíše ne	rozhodně ne
		31	57	34	11	5
19	Co na webu města postrádáte?	přehlednost, možnost získat rychlou odpověď, řada dílčích informací (např. kontakty na např. na řemeslníky, informace o spolcích, průběžné info o probíhajících akcích, smuteční oznámení atd.atp.				
20	Sledujete Facebook města? Jak často?	víckrát týdně (45), 1x týdně (6), 1x za 14 dní (4), občas (7), nesleduje (42)				
21	Co se Vám na Facebookových stránkách města líbí?	přehlednost				
22	Co se Vám na Facebookových stránkách města nelíbí?	pomalost odpovědí, nízká aktivita				
23	Jste registrovaným uživatelem Mobilního rozhlasu?	jsem registrovaným uživatelem	nejsem	nechci být	nevím, oč se jedná	
		66	67	6	16	
24	Co na službách Mobilního rozhlasu oceňujete nejvíce?	aktuálnost, pohodlnost (v mobilu), očekával jsem více informací				
25	Hlásíte radnici závady na majetku města? (např. nesvítící lampa, poškozený chodník, lavička apod.)	určitě ano	spíše ano	občas	spíše ne	rozhodně ne
		23	24	34	52	26
26	Jaký způsob ohlášení závady používáte? (Stručně popište)	nejčastěji telefonicky, pak osobně a nejméně e-mailem, okrajově na FB				
27	Zajímá vás jednání zastupitelstva?	určitě ano	spíše ano	občas	spíše ne	rozhodně ne
		65	43	37	15	3
28	Přejete si, aby audiovizuální záznamy jednání zastupitelstva byly dostupné na webu města? (při zachování zákonné ochrany osobních údajů)	určitě ano	spíše ano	je mi to jedno	spíše ne	rozhodně ne
		70	40	34	9	4
29	Máte zájem o tzv. participativní rozpočet?	nevím, oč se jedná	vím, že některá města to mají (uved'te příklad)		mám zájem	nemám zájem
		33	ví (12), 5 ví o Lanškrounu, 2 o Liberci, 1 o Brnu		68	46

		na jedničku	na dvojku	na trojku	na čtyřku	na pětku
30	Jak celkově hodnotíte komunikaci města s občany? (oznámkujte jako ve škole)	13	48	50	23	18
31	Jaké formy průzkumu názorů občanů na zásadní záměry města považujete za nejdůležitější? (označte jednu, nebo více odpovědí)	veřejné diskuse a konzultace	dotazníková šetření (příp. ankety na internetu)		diskuse na Facebooku	volby do zastupitelstva města
		71	97		7	35
32	Další podněty a připomínky, týkající se komunikace města Králíky směrem k veřejnosti:	chybí komunikace s podnikateli; je třeba podnítit zájem obyvatel o dění ve městě; zpravodaj do schránek zdarma; vedení je vstřícné ke starým lidem; více využívat Mobilní rozhlas, "město nemluví", zvolit hl. komunikační kanál a včas na něm reagovat, umět reagovat na kritiku				
33	Interní podněty a připomínky k interní komunikaci v rámci MěÚ Králíky:	zlepšit informovanost o změnách na MěÚ (např. organizační struktura); porady vedení (řízené, efektivní, 30 - 60 min., diskutovány záležitosti týkající se všech zúčastněných); horší domluva s některými kolegy z VTS; někteří pracovníci MěÚ by mělo více naslouchat a následně reagovat				
Pozn.: ad */ z kontextu odpovědí vyplývá, že někteří respondenti si v dotazníku spletli mobilní a městský rozhlas						

6 Dotazníkové šetření mezi pracovníky MěÚ Králíky

Termín dotazníkového šetření: 1.Q 2022. Zcela nebo částečně dotazník vyplnilo a odevzdalo 32 osob, pracovníků MěÚ Králíky.

1	Dozvídáte se pro vás důležité informace ze života města včas?	ano	spíše ano	spíše ne	ne	nevím	
		3	22	5	0	1	
2	Odkud se dozvídáte <u>základní stručné informace</u> upozorňující občany města na mimořádné situace či změny zasahující do jejich běžného života (např. oznámení o omezení provozu, uzavírce, opravách apod.)	z Králického zpravodaje		16	od známých, z doslechu		8
		z webových stránek města www.kraliky.eu		27	z e-mailu zasláného z radnice		2
		z hlášení městského rozhlasu		16	ze zprávy zasláné z tzv. Mobilního rozhlasu		6
		z Facebooku města		7	z médií v ulicích města (plakát, vývěska, nástěnka, banner apod.)		7
		z Facebooku obecně (ne z FB města)		1	z úřední desky MěÚ na ul. Dlouhá		6
		z letáků do schránek domácností		1	od svých dodavatelů (voda, plyn, elektřina apod.)		3
		Dozvídám se i jiným než výše uvedeným způsobem (uvedte jak):					0
3	Jaké užitečné upozornění jste výše zmíněnou formou obdržel(a) v poslední době ?	na téma: COVID (7), odstávka energií nebo ukončení činnosti dodavatele energií (6), změny ordinační doby (5) a další témata (vždy jen 1)					
4	Odkud se dozvídáte <u>obsáhlejší informace</u> týkající se důležitých témat rozvoje a fungování města, o nichž rozhodují volené orgány města?	z Králického zpravodaje		22	na jednání zastupitelstva města		6
		z webových stránek města www.kraliky.eu		21	z videozáznamu z jednání zastupitelstva města		7
		z Facebooku města		7	ze zprávy zasláné z tzv. Mobilního rozhlasu		3
		z Facebooku obecně (ne z FB města)		3	z médií v ulicích města (plakát, vývěska, nástěnka, banner apod.)		3
		z letáků do schránek domácností		0	z úřední desky MěÚ na ul. Dlouhá		6
		z videí na YouTube kanálu města		1	od známých, z doslechu		6
		Dozvídám se i jiným než výše uvedeným způsobem (uvedte jak):					od kolegů na MěÚ, ze zápisů na internetu
5	Jaké "městské téma" vás aktuálně zajímá nejvíce?	bydlení - výstavba bytů a RD (10), městská policie (5), zdravotní péče (4), kultura (4), výstavba Lidlu (3), dostupnost služeb (3), nízkoprahové centrum (1)					

6	Jaké kulturní, společenské nebo sportovní aktivity vás zajímají nejvíce?	kino (12), divadlo (11), koncerty (10), sport (9), vše (4), výstavy (2), vánoční trhy, akce na náměstí, Králický karneval, KAVČA, přednášky (po 1 osobě)				
7	O jaký typ veřejných diskusí máte zájem?	o konkrétních záměrech města (konzultace s občany ještě než je ve věci	17	s představiteli města (otázky a odpovědi na nejrůznější témata)	9	
		o připravených projektech (představení projektu občanům)	10	o strategickém a územním plánování rozvoje města	2	
		předvolební mítinky	1	nemám zájem o veřejné diskuse	8	
8	Čím by se podle vás měla zabývat veřejná diskuse města s občany? Jaké téma byste uvítal(a)?	investiční záměry města a výstavba (8), situace s bydlením (2), bezpečnost a pořádek (2), zdravotní péče (2), sport a kultura (2), občanská participace (1)				
9	Je pro vás hlášení městského rozhlasu důležitý zdroj informací?	určitě ano	spíše ano	tak napůl	spíše ne	rozhodně
		10	6	9	5	3
10	Obtěžuje vás hlášení městského rozhlasu?	určitě ano	spíše ano	tak napůl	spíše ne	rozhodně ne
		0	1	1	3	24
11	Čtete Králický zpravodaj?	ano, vždy	ano, často	občas	spíše ne	nečtu
		11	9	10	1	0
12	Jakou formou se dostáváte ke Králickému zpravodaji?	kupuji si jej	čtu, až když je dostupný na internetu	jinak - uveďte jak: je dostupný v práci = MěÚ (6), v elektronické podobě (4)		
		8	12			
13	Chcete dostávat Králický zpravodaj zdarma do domovní schránky?	určitě ano	spíše ano	tak napůl	spíše ne	rozhodně ne
		8	2	10	7	3
14	Máte přístup k internetu?	doma	v práci nebo škole	na veřejné wi-fi	výjimečně	vůbec
		32	18	8	0	0
15	Jak často navštěvujete městské webové stránky?	nejméně 1x týdně	cca jednou za 14 dní	cca jednou za měsíc	minimálně	vůbec
		27	4	0	1	0
16	Orientujete se na webu snadno? Je uživatelsky přívětivý?	určitě ano	spíše ano	tak napůl	spíše ne	rozhodně ne
		18	10	4	0	0
17	Jste spokojen s designem webových stránek města (grafická podoba)?	určitě ano	spíše ano	tak napůl	spíše ne	rozhodně ne
		11	16	4	0	0

18	Jsou podle vás informace na webu aktuální?	určitě ano 15	spíše ano 16	tak napůl 1	spíše ne 0	rozhodně 0
19	Co na webu města postrádáte?	kontakty na jiné firmy než na ubytovací zařízení a lékaře (např. řemeslníky...), informace o spolcích, informace o sportovních organizacích ve městě, dobrý vyhledávač				
20	Sledujete Facebook města? Jak často?	víckrát týdně (2), 1x týdně (1), 1x za 14 dní (3), občas (2), nesleduje (19),				
21	Co se Vám na Facebookových stránkách města líbí?	přehlednost (1)				
22	Co se Vám na Facebookových stránkách města nelíbí?					
23	Jste registrovaným uživatelem Mobilního rozhlasu?	jsem registrovaným uživatelem	nejsem	nechci být	nevím, oč se jedná	
		9	21	2	0	
24	Co na službách Mobilního rozhlasu oceňujete nejvíce?	aktuálnost (4), přiměřenost (1)				
25	Hlásíte radnici závady na majetku města? (např. nesvítící lampa, poškozený chodník, lavička apod.)	určitě ano	spíše ano	občas	spíše ne	rozhodně ne
		4	4	4	16	3
26	Jaký způsob ohlášení závady používáte? (Stručně popište)	osobně (10), telefonicky (5), e-mailem (3)				
27	Zajímá vás jednání zastupitelstva?	určitě ano	spíše ano	občas	spíše ne	rozhodně ne
		15	7	7	3	0
28	Přejete si, aby audiovizuální záznamy jednání zastupitelstva byly dostupné na webu města? (při zachování zákonné ochrany osobních údajů)	určitě ano	spíše ano	je mi to jedno	spíše ne	rozhodně ne
		11	10	10	0	1
29	Máte zájem o tzv. participativní rozpočet?	nevím, oč se jedná	vím, že některá města to mají (uvedte příklad)	mám zájem	nemám zájem	
		6	ví (8), 5 ví o Lanškrounu, 2 o Liberci	11	10	
30	Jak celkově hodnotíte komunikaci města s občany? (oznámkujte jako ve škole)	na jedničku	na dvojku	na trojku	na čtyřku	na pětku
		4	16	8	0	0
31	Jaké formy průzkumu názorů občanů na zásadní záměry města považujete za nejdůležitější? (označte jednu, nebo více odpovědí)	veřejné diskuse a konzultace	dotazníková šetření	ankety na internetu	diskuse na Facebooku	volby do zastupitel. města
		16	24		0	9

32	Další podněty a připomínky, týkající se komunikace města Králíky směrem k veřejnosti:	chybí komunikace s podnikateli; je třeba podnítit zájem obyvatel o dění ve městě; zpravodaj do schránek zdarma
33	Podněty a připomínky k interní komunikaci v rámci MěÚ Králíky:	zlepšit informovanost o změnách na MěÚ (např. organizační struktura); porady vedení (řízené, efektivní, 30 - 60 min., diskutovány záležitosti týkající se všech zúčastněných); horší domluva s některými kolegy z VTS; někteří pracovníci MěÚ by měli více naslouchat a následně reagovat

7 Dotazníkové šetření mezi návštěvníky města

Šetření v Turistickém a informačním centru města Králíky (nám. Míru) probíhalo v období od února až do července 2022. Odevzdáno bylo celkem 79 dotazníků.

1. Jaký je hlavní důvod Vaší nynější návštěvy města Králíky?

a) pracovní (služební cesta)	1x
b) turistika	67x
c) návštěva příbuzných, nebo přátel	8x
d) jiný důvod, případně upřesněte:	5x
brigáda, setkání	

2. Než jste se vydal(a) na cestu do Králík, měl(a) jste i konkrétní představu i o turistických cílech?

a) ano	27x
b) spíše ano	25x
c) spíše ne	18x
d) ne	8x

Pokud ano, uveďte, jaký konkrétní turistický cíl jste měl(-a) v úmyslu navštívit:

hory a vyhlídky (31x - z toho nejčastěji Králický Sněžník (13x), Dolní Morava (4x), Křížová hora s rozhlednou (3x), vrch Jeřáb (2x) a Suchý vrch (2x). Dále pak klášter (20x) a muzea (18x) nebo opevnění (13x), Království sov a papoušků (2x)

3. Odkud jste se dozvěděl(-a) o hlavním turistickém cíli, který chcete v Králíkách navštívit, příp. jste již navštívil(-a)?

1) na internetu - například:	38x
mapy.cz (5x), Kudyznudy.cz (2x), seznam - typy na výlety, navylet.cz ...	
2) z doporučení svých příbuzných, přátel nebo známých	28x
3) z tisku, rozhlasu nebo televize	8x
4) od organizátora výletu	6x
5) ve škole (výuka, školní výlet apod.)	5x
6) v turistickém informačním centru v Králíkách	5x
7) jinak:	6x
reklama u silnice (2x), letáčky v ubyt. zařízení (2x), jako dítě na táboře, hledal chalupu na víkend, akce Cihelna, průvodce po českých opevněních, Toulavá kamera, seriál F. L. Věk	
8) nevím	1x

4. Máte nějaká doporučení či připomínky

a) k prezentaci turistických cílů města Králíky, případně k jejich provozu?	1x
vadily obědové pauzy turist. cílů	
b) k městu Králíky obecně?	6x
město se líbí (18x), slabá nabídka stravovacích zařízení (2x) a chybějící služby (1x)	

8 SWOT analýza komunikace města Králíky

<p style="text-align: center;">VNITŘNÍ (atributy organizace)</p>	<p>SILNÉ STRÁNKY:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uplatňování místní agendy MA21 2. Osadní výbory jako platforma pro komunikaci s místními částmi 3. Potenciál platformy typu "mobilní rozhlas" 4. Systém hlášení místního rozhlasu 5. Osobní komunikace vedení města se seniory 6. Účast vedení města na schůzích spolků 	<p>SLABÉ STRÁNKY:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zastaralý web města 2. Nízká transparentnost rozhodovacích procesů samosprávy 3. Participace občanů 4. Nepropojené komunikační platformy 5. Chybí jednotný vizuální styl a logo města 6. Omezené využívání "mobilního rozhlasu" 7. Chybí pokročilejší informační systém hlášení závad 8. Nedostatečné personální zajištění komunikace města 9. Slabší využívání sociálních sítí 10. Pouze editorské pojetí tvorby obsahu zpravodaje
<p style="text-align: center;">VNĚJŠÍ (atributy prostředí)</p>	<p>PŘÍLEŽITOSTI:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Přenos zkušeností a aplikace příkladů dobré praxe 2. Vzdělávání pro specialisty v oblasti komunikace 3. Využití dotací na nový web a elektronickou úřední desku 4. Spolupráce s NSZM* a dalšími subjekty poskytujícími odbornou pomoc při zvyšování úrovně participace občanů na správě města 	<p>OHROŽENÍ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ekonomická krize a restrikce s negativním dopadem i na financování komunikace města 2. Oslabení zájmu veřejnosti o činnost radnice a participaci (z důvodu soustředit síly na řešení dopadů zhoršující se ekonomické situace)

*/ NSZM – Národní síť zdravých měst ČR

9 Vize a cíle komunikační strategie města Králíky

Králíky budou městem s vysokou a oprávněnou důvěrou obyvatel v radnici poskytované informace, městem komunikujícím se svými obyvateli oběma směry – tj. od radnice k občanovi i naopak.

Městem, které vytváří dostatek příležitostí pro zapojení svých občanů do rozhodování o svém okolí i otázkách rozvoje města. Poskytuje dálkový přístup k informacím nezbytným pro správné rozhodování jak zastupitelům, tak ve stejné míře i jimi zastupovaným občanům. Zkrátka: stane se městem s plně transparentní a komunikující samosprávou.

Má již moderní a uživatelsky komfortní web, přičemž využívá efektivních nástrojů integrované komunikace, vzájemně se podporujících komunikačních platforem a sociálních sítí.

Svou komunikaci chápe nejen jako včasné poskytování úplných informací, ale i jako přijímání podnětů ze strany občanů, zodpovídání dotazů, konzultaci svých záměrů a hledání nejlepších řešení spolu s obyvateli města. Králícký zpravodaj má vysokou čtenost a u čtenářů je oblíbený i pro svoji schopnost prezentovat i složitá a kontroverzní témata objektivně a vyváženě.

Králíky jsou viditelné na sociálních sítích i na portálech turistických cílů i atraktivních eventů. Díky své komunikaci, ale i rozvoji turistické infrastruktury jsou vnímány jako centrum turisticky atraktivní lokality. Kultivovanou formou jednotného vizuálního stylu podporují tuto svoji image.

Vstřícnou a kvalifikovanou spoluprací s novináři a médii buduje obraz města přátelského. Ke svým obyvatelům (současným i budoucím), k návštěvníkům města a turistům, ale také k investorům, budoucím zaměstnavatelům.

Králíky jsou vnímány jako město, které hledí do budoucna, a proto komunikuje své záměry a projednává rozvojové koncepce s expertní i laickou veřejností. Radnice konzultuje důležité záměry s místními stakeholdery a pro cílové skupiny vždy volí nejvhodnější participační metody a relevantní komunikační kanály.

Strategické cíle:

- 1. Zajistit transparentnost rozhodovacích procesů samosprávy města**
- 2. Zvýšit participaci občanů na správě města**
- 3. Zlepšit image města**
- 4. Zvýšit včasnou dostupnost informací o dění ve městě**
- 5. Zlepšit propagaci města a jeho zajímavost pro turisty**

10 Povinně zveřejňované informace dle zákona č. 106/1999 Sb.

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace:

Povinně zveřejněné informace dle zákona č. 106/1999 Sb. město publikuje na úřední desce, a to ve všech bodech stanovených příslušným zákonem. Posuzovali jsme vhodnost formy a přiměřenost rozsahu, a to nikoliv pouze z hlediska požadavků zákona, ale i z hlediska snahy o vylepšení dostupnosti informací.

Města a obce mají povinnost umožnit podle § 5, odst. 1b, Zákona č. 106/1999 Sb., Zákon o svobodném přístupu k informacím, na místě, které je všeobecně přístupné, zveřejňovat níže uvedené informace. To v praxi zpravidla znamená uveřejnění těchto povinně zveřejňovaných informací i na svých webových stránkách. Mimo rámec tzv. povinně zveřejňovaných údajů dle § 5 Zákona č. 106/1999 Sb., jsou obce povinny zveřejňovat i další informace (viz např. o rozpočtu a rozpočtovém výhledu).

Povinně zveřejňované údaje dle § 5 Zákona č. 106/1999 Sb., Informační zákon:

1. důvod a způsob založení povinného subjektu, včetně podmínek a principů, za kterých provozuje svoji činnost,
2. popis své organizační struktury, místo a způsob, jak získat příslušné informace, kde lze podat žádost či stížnost, předložit návrh, podnět či jiné dožádání anebo obdržet rozhodnutí o právech a povinnostech osob,
3. místo, lhůtu a způsob, kde lze podat opravný prostředek proti rozhodnutím povinného subjektu o právech a povinnostech osob, a to včetně výslovného uvedení požadavků, které jsou v této souvislosti kladeny na žadatele, jakož i popis postupů a pravidel, která je třeba dodržovat při těchto činnostech, a označení příslušného formuláře a způsob a místo, kde lze takový formulář získat,
4. přehled nejdůležitějších předpisů, podle nichž povinný subjekt zejména jedná a rozhoduje, které stanovují právo žádat informace a povinnost poskytovat informace a které upravují další práva občanů ve vztahu k povinnému subjektu, a to včetně informace, kde a kdy jsou tyto předpisy poskytnuty k nahlédnutí,
5. sazebník úhrad za poskytování informací,
6. výroční zprávu za předcházející kalendářní rok o své činnosti v oblasti poskytování informací (§ 18),
7. výhradní licence poskytnuté podle § 14a odst. 4,
8. usnesení nadřízeného orgánu o výši úhrad vydaná podle § 16a odst. 7,
9. elektronickou adresu podatelny,
10. právní předpisy vydávané v rámci jejich působnosti,

11. seznamy hlavních dokumentů, zejména koncepční, strategické a programové povahy, které mohou být poskytnuty podle tohoto zákona včetně případných návrhů licenčních smluv podle § 14a,

12. postup, který musí povinný subjekt podle § 2 odst. 1 dodržovat při vyřizování podání nebo podnětů, zveřejněný Ministerstvem vnitra ČR na portálu veřejné správy v podobě popisu úkonů orgánu veřejné moci vedeného v základním registru agend, orgánů veřejné moci, soukromoprávních uživatelů údajů a některých práv a povinností,

Shrnutí analýzy:

Povinně poskytované informace jsou poskytovány v souladu se zákonem, ale vykazují některé nedostatky, které je třeba odstranit:

1. Jako nevyhovující se jeví popis organizační struktury – více viz dále.

2. V seznamu hlavních dokumentů chybí některé důležité koncepční a rozvojové dokumenty, jako například „Plán rozvoje sportu a sportovišť“, „Strategie území správního obvodu ORP Králíky v oblasti předškolní výchovy a základního školství, sociálních služeb, odpadového hospodářství a zdravotnictví“, nebo „Komunitní plán zdraví a kvality života Králíky“.

3. Seznam Pravidel na webu zahrnuje mj. i Strategický plán rozvoje města Králíky, který do seznamu pravidel nepatří.

4. V seznamu pravidel nebo směrnic chybí směrnice (resp. pravidla) pro zadávání veřejných zakázek malého rozsahu. I když jde o tzv. vnitřní směrnici úřadu, regulují se jí podmínky veřejné soutěže o veřejné zakázky ve vztahu k podnikatelské veřejnosti, tudíž by měla být veřejně dostupná na webu města.

Návrh opatření:

1. Doplnit podrobné schéma platné organizační struktury a odpovídajícím způsobem upravit i informační strukturu webu.

2. Zkompletovat na úřední desce seznam hlavních dokumentů a zajistit jeho řádnou aktualizaci (viz výše bod 2).

3. Aktualizovat tzv. Seznam pravidel (viz výše bod 3 a 4)

11 Jednací řády

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace:

Zastupitelstvo města Králíky řídí svá jednání a komunikaci jednacím řádem z roku 2011 (usnesení ZM/2011/07/132). Rada města Králíky jednacím řádem z roku 2010 (usnesení RM/2010/56/799). Poradní a iniciační orgány zastupitelstva (tj. výbory), ani poradní a iniciační orgány rady (tj. komise) jednací řády nemají. S výjimkou kontrolního výboru, který si vytvořil vlastní jednací řád. Ten ale nebyl schválen zastupitelstvem města.

Orgány města v rámci zákonem stanovených mezí určují pravidla pro řízení schůzí jednacími řády. Jednací řády zastupitelstva a jeho poradních orgánů (výborů zastupitelstva) schvaluje zastupitelstvo města, zatímco jednací řády rady a jejích poradních orgánů (komisí) schvaluje rada města. Upravují náležitosti přípravy i průběhu jednání, ale i náležitosti týkající se například zveřejňování výsledků jednání (usnesení) či zveřejňování podkladů a průběhu jednání (zápis).

Jednací řády nejsou právním předpisem, přesto jsou jedním z pilířů interní komunikace orgánů města. Jejich primárním cílem je usměrňovat průběh schůze tak, aby se její účastníci dobrali většinové shody při plném respektování demokratických principů, práva na informace a práva na vyjádření názoru.

Jednací řády komisí a výborů

Jednání komisí a výborů, zejména pak osadních výborů, bývají v praxi často méně formální. Přesto platí, že základní pravidla jejich vnitřní komunikace by měla být sepsána, a to právě formou jednacích řádů, které projedná a schválí orgán města, který je zřizuje. Jednací řády by pak měly být dostupné na webu města, neboť v případě účasti jakéhokoliv „nečlena“ na jejich jednání, by měl i tento „občan – nečlen“ dbát pravidel komunikace nastavených jednacím řádem. Měl by tedy mít přístup k jednacím řádům na webu města.

Jednací řád rady

Jednání rady města jsou ze zákona neveřejná (nikoliv však tajná!). Organizaci jejího jednání z podstaty věci usnadňuje jednak nižší počet účastníků, než je tomu v případě jednání zastupitelstva, jednak zpravidla převládající „koaliční konsensus“. Jednací řád by měl stanovovat přístup MěÚ ke zveřejňování podkladů z jednání rady a přijatých usnesení vč. příloh, bez nichž samotná strohá usnesení často postrádají elementární informační hodnotu.

Jednací řád zastupitelstva

Z hlediska komunikační strategie města má klíčový význam jednací řád zastupitelstva, a proto mu v analytické části věnujeme zvláštní pozornost. Průběžnou aktualizací jednacích řádů je třeba reagovat na přirozený vývoj související problematiky a zlepšovat podmínky pro komunikaci při jednáních orgánů samosprávy.

Analýza jednacího řádu Zastupitelstva města Králíky (dále jen JŘ)

JŘ z 13. 6. 2011 již vyžaduje aktualizaci. Lze předpokládat, že k těmto úpravám zastupitelstvo přistoupí na počátku nového volebního období 2022 – 2026.

Jedná se mj. i o několik momentů, které je potřeba uvést do plného souladu se zákonem. Hned na úvod je dobré konstatovat, že i když v současné praxi jednání ZM Králíky nebývají problematická ustanovení JŘ ZM příliš aplikována, jejich znění je přesto vhodné upravit tak, aby v budoucnu nemohla být, jakkoliv zneužita, nebo nevyvolávala zbytečné spory o výklad.

1. Nesrovnalosti v základních pojmech

JŘ ZM používá pojem „předkladatel“ pro zpracovatele z řad zaměstnanců městského úřadu (viz čl. 3, odst. 7). Úředník, který připravuje a zpracovává podklady, není předkladatelem. Právo předkládat návrhy k zařazení na pořad jednání připravovaného zasedání zastupitelstva obce dle § 94 odst. 1 zákona o obcích mají jeho členové, rada obce a výbory. Jiným osobám či orgánům toto právo nepřísluší. V jednacím řádu by tedy měl být příslušný úředník, který návrh připravuje, označen spíše jako „zpracovatel“ návrhu, nikoliv jako „předkladatel“.

Dalším příkladem je pojem „pozměňující protinávrh“ (viz čl. 6, odst. 11), ve kterém se spojují dvě různé věci - „pozměňovací návrh“ a „protinávrh“. Ve čl. 7 „Hlasování“, odst. 7, není pak jasné pořadí, v jakém se má hlasovat. Důležité je určit, zda napřed hlasovat o protinávrzích, nebo o pozměňovacích návrzích.

2. Omezené právo na úvodní slovo

Úvodní slovo k jednotlivým odstavcům podle platného JŘ ZM přednáší starosta nebo úředníci (označovaní v JŘ jako „předkladatelé“). Možnost přednést úvodní slovo ke svému vlastnímu návrhu by zastupitelům neměla být upřena – platný JŘ ZM ji ale vůbec nepředpokládá (viz čl. 6, odst. 3).

3. Interpretace práva na vystoupení občana / veřejnosti

Odstavce 4 a 5 čl. 6 JŘ umožňují dvojí výklad občanova práva vystoupit na jednání zastupitelstva. Právo veřejnosti vystoupit na jednání zastupitelstva by nemělo být upíráno rozhodnutím zastupitelstva bez uvedení závažných důvodů. Omezit vystoupení veřejnosti lze například přiměřeným časem určeným k vystoupení.

4. Právo ukončit rozpravu i proti vůli většiny

Čl. 6 odst. 6 dává pravomoc předsedajícímu ukončovat rozpravu „kdykoliv ho napadne“. Podobně jako v případě Šlapanic (viz srovnání dále) ani v praxi jednání ZM Králíky toto ustanovení nebývá využíváno, nicméně je v JŘ uvedeno. Pro komunikaci (rozpravu, diskusi i demokracii) je vhodnější, aby o ukončení diskuse rozhodovalo na návrh zastupitele celé zastupitelstvo města nadpoloviční většinou, nikoliv jedna osoba, ať už jí je kdokoliv.

5. Omezování vystoupení v rozpravě na úkor prezentace návrhu

Omezení doby vystoupení (viz čl. 6 odst. 7) na 3 minuty je zejména v případě vystoupení navrhuječích zastupitelů nevhodné. Omezení může být na úkor kvalitního představení návrhu - uvedení do problematiky i řádné argumentace.

Vzhledem k tomu, že se omezení doby vystoupení nevztahuje na předsedajícího, ale na ostatní zastupitele ve stejné situaci (tj. při předkládání návrhu), může být vnímáno i jako částečně diskriminující.

Vystoupení veřejnosti v rozpravě je podmiňováno čl. 6 odst. 5 souhlasem zastupitelstva („pokud jí to ZM umožní“), což působí z pohledu zásad otevřené komunikace velmi negativně, nevstřícně a defenzivně. Umožnit vystoupení veřejnosti za jasných pravidel by měl sám jednacím řád, ne zastupitelstvo ad hoc.

Srovnání omezování doby a počtu vystoupení na jednáních zastupitelstva:

- *Žamberk*

Doba diskusního příspěvku max. 5 minut, u předkladatele návrhu 10 minut. Počet vystoupení: max. 2x v téže věci.

- *Jeseník*

Doba diskusního příspěvku max. 3 minuty. Počet vystoupení: člen ZM úvodní slovo + max. 2x v téže věci.

- *Pacov*

Doba vystoupení není omezena; možnost přerušit vystoupení. Počet vystoupení k téže věci není omezen.

- *Šlapanice*

Doba vystoupení není omezena. Netýká-li se vystoupení projednávaného, nebo na návrh zastupitele, může předsedající rozpravu ukončit. Počet vystoupení k téže věci není omezen.

- *Králíky*

Doba jednotlivého vystoupení max. 3 minuty - nevztahuje se na předsedajícího a „předkládajícího zaměstnance“ MěÚ. Počet vystoupení k téže věci není omezen.

6. Zajištění přehlednosti a transparentnosti průběhu jednání

Aktuální JŘ se vůbec nezabývá audiovizuálními záznamy a přenosy jednání, nestanovuje požadavky na zápis, ani na zveřejňování podkladů před (ani po) jednání zastupitelstva. V budoucnu by tedy mělo znění JŘ ZM reflektovat i opatření, která město přijímá za účelem dosažení vyšší míry transparentnosti. Tato opatření by tak v jednacím řádu měla být ukotvena jako závazná. Upřesnění v jednacím řádu žádá i pojem „jedna skupina hlasujících“.

7. Nedostatky ve vymezení okruhu osob s právem vystoupit na jednání zastupitelstva

Okruh osob s právem vystoupit na jednání zastupitelstva dle zákona má zahrnovat i předsedy osadních výborů. S ohledem na množství osadních výborů v Králíkách by mělo být toto ustanovení v JŘ výslovně uvedeno. Právo na udělení slova na jednání zastupitelstva mají i zástupci orgánů kraje, členové vlády nebo jím určených zástupců, senátoři a poslanci.

8. Vymezení pravomocí zastupitelstva (ZM) ve věci tzv. střetu zájmů

Čl. 11 (Střet zájmů), odst. 3 uvádí: „O tom, zda existuje důvod pro vyloučení konkrétního zastupitele z projednávání a rozhodování této záležitosti, rozhoduje ZM.“ Vzniká tak nesprávný dojem, že zastupitelstvo může takového zastupitele z jednání vyloučit. Nemůže! ZM pouze konstatuje, že existuje důvod k vyloučení. Zároveň také platí, že pokud ZM rozhodne, že podle většiny zastupitelů důvod pro vyloučení neexistuje, vzniká dojem, že takový zastupitel hlasovat má.

Vždy však záleží na morální integritě daného zastupitele a v souladu s ní pak jedná – zákonem stanovenou povinností je pouze jeho oznámení střetu zájmů.

9. JŘ by měl deklarovat povinnost uvádět jako součást podkladů pro jednání i zápisu z jednání důvodovou zprávu vč. příloh

Důvodová zpráva by měla dostatečně objasnit podstatné důvody a okolnosti předkládaného návrhu usnesení, a to vč. stanovisek věcně příslušných odborů MěÚ i poradních orgánů samosprávy, dotčených stran i upřesňujících příloh. Rozsah podkladů pro jednání zastupitelstva (a tedy i materiálů, jež jsou následně součástí zápisu z jednání) by měl být publikován v identickém rozsahu pro členy ZM i pro veřejnost, a to pouze s jedinou výjimkou, kterou je zákonem stanovená míra nezbytné anonymizace osobních údajů.

10. JŘ by měl racionálně a v souladu se zákonem definovat rozsah publikovaných osobních údajů, a to zejména v případě tzv. příjemců veřejných prostředků.

Pakliže se bude jednat o osobu, která je v řešené záležitosti příjemcem veřejných prostředků ve smyslu § 8b informačního zákona, je přípustné a nanejvýš vhodné v takovém případě zveřejnit osobní údaje vztahující se k této osobě (resp. není nutné tyto osobní údaje ve zveřejňovaných

zápisech anonymizovat), a to v rozsahu údajů specifikovaných v § 8b odst. 3 informačního zákona (jméno, příjmení, rok narození, obec, kde má příjemce trvalý pobyt, výše, účel a podmínky poskytnutých veřejných prostředků).

11. Zákonné požadavky na zápis nestačí požadavkům na transparentnost

Čl. 13 (Zápis ze zasedání ZM) cituje povinné minimální požadavky na podobu zápisu, jak je definuje zákon o obcích. JŘ nevyžaduje ani důvodovou zprávu, ani podklady určené pro jednání, ani popis průběhu rozpravy (tj. podstatu diskusních příspěvků), místy ani záznam o změně počtu aktuálně přítomných členů zastupitelstva, ani přijatá usnesení s evidenčním číslem usnesení (požaduje jen „navržená usnesení“). Jako problematický se jeví i fakt, že o tzv. dalších skutečnostech v zápise rozhoduje zastupitelská většina. Pak se totiž menšinový názor zásadní povahy nemusí objevit v zápise jen proto, že si to většina nepřeje. A to, i když dané stanovisko skutečně zaznělo (je na zvukovém záznamu) a záznam do zápisu byl řečníkem výslovně žádán.

Správnost zápisu přijatých usnesení je vhodné ověřit i přečtením na závěr jednání zastupitelstva členem návrhové komise.

12. Způsob zveřejnění jednacího řádu

Podle metodického doporučení ministerstva vnitra by jednací řád měl být zveřejněn jako povinně zveřejňovaná informace podle informačního zákona (zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím (dále též jen „informační zákon“). Lze jej považovat za jeden z hlavních dokumentů podle § 5 odst. 2 informačního zákona, nebo jako dokument, podle kterého povinný subjekt jedná a rozhoduje podle § 5 odst. 1 písm. e) tohoto zákona. Pokud jde o formu zveřejnění, hovoří informační zákon o zpřístupnění v sídle povinného a současně ukládá zveřejnění způsobem umožňujícím dálkový přístup, tedy na internetu – na webu města (mj. na úřední desce).

Návrh opatření:

1. Aktualizovat, tj. mimo jiné uvést do souladu s aktuálními předpisy jednací řády Zastupitelstva města Králíky (z roku 2011) a Rady města Králíky (z roku 2010).
2. Zpracovat jednací řády pro komise a výbory, schválit je v příslušných orgánech města (tj. JŘ komisí v RM, JŘ výborů v ZM).
3. Publikovat všechny jednací řády na webu města.
4. Zpracovat do jednacích řádů (zejména do JŘ ZM) zásady transparentní a otevřené komunikace v souladu s výše uvedenými doporučeními vyplývajících z analýzy JŘ zastupitelstva města.

12 Organizační struktura MěÚ Králíky – subordinace a komunikace

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace:

Podle § 5, odst. 1b, Zákona č. 106/1999 Sb., Zákon o svobodném přístupu k informacím, je obec povinna na místě, které je všeobecně přístupné zveřejnit „popis své organizační struktury“. Obecní úřady obcí s rozšířenou působností zveřejňují metadata informací zveřejněných způsobem umožňujícím dálkový přístup na jejich úředních deskách a metadata těchto úředních desek jako otevřená data.

Kostrou komunikace uvnitř městského úřadu je organizační řád. Aktuálně není zveřejněn na webu města, přičemž na webu dohledatelné zdroje poskytují odlišné informace o organizační struktuře úřadu.

Na webu města v sekci „Povinně zveřejňované informace / Úřední deska“ je uvedeno:

„Město Králíky je spravováno zastupitelstvem města, které má 15 členů, dalšími orgány jsou pětičlenná rada města, starosta města, místostarosta města a městský úřad, v jehož čele stojí tajemník úřadu.

Organizační struktura Městského úřadu Králíky:

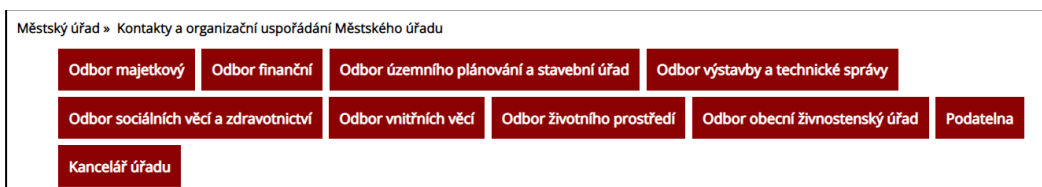
Úřad tvoří starosta, místostarosta, tajemník a další zaměstnanci zařazení do úřadu.

Rada města zřizuje pro jednotlivé úseky činnosti úřadu tyto odbory:

- kancelář úřadu,
- odbor vnitřních věcí,
- odbor majetkový,
- odbor finanční,
- odbor sociálních věcí a zdravotnictví,
- odbor obecní živnostenský úřad,
- odbor územního plánování a stavební úřad,
- odbor výstavby a technické správy,
- odbor životního prostředí.“

Na jiném místě je na webu publikováno schéma „Organizační uspořádání MěÚ Králíky“, a to jako jednoúrovňové, bez subordinací, bez jednotlivých oddělení a pozic. Podatelna je zde prezentována na úrovni odboru.

<https://www.kraliky.eu/sekce/174>



Výše uvedené prezentace organizační struktury by mělo nahradit přehledné schéma organizační struktury, které je přílohou platného organizačního řádu:

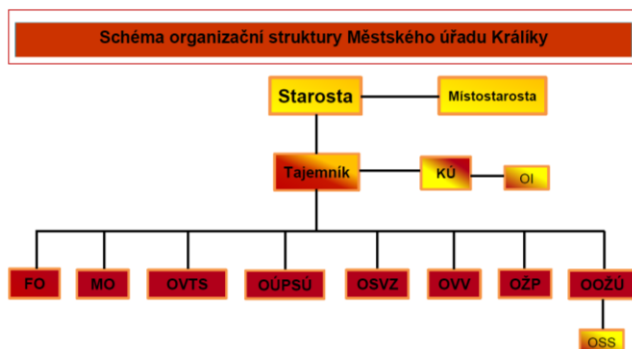


Schéma organizační struktury dle organizačního řádu z 1. 7. 2016, spis. značka: PP/218/S/2016, které nabízí vyhledávač na webu kraliky.eu je nyní již neplatné.

Vyhledávání na webu kraliky.eu je nastaveno na vyhledávání v celém prostředí googlu, ne v prostředí webu, což způsobuje, že vyhledávač může nabízet primárně často nerelevantní, staré, neaktuální a neplatné dokumenty města.

Pokud ale platný dokument není na internetu vůbec umístěn, bude se nadále zobrazovat původní, dnes již neplatný - kdysi na internet umístěný dokument. To riziko platí obecně pro jakékoliv dokumenty města.

Vyhledávač webu proto nabízí toto neplatné schéma organizační struktury:



Komunikace i subordinace je v rámci úřadu dána zavedenou praxí, ale mimo tento rámec není dostatečně srozumitelná. Pro veřejnost je důležité mít možnost zjistit základní rozdělení kompetencí. A to jak v úřadu, tak ve vztahu mezi samosprávou a úřadem, potažmo mezi působností obce (samosprávy) a na obec přenesenou působností státu. Vymezení gesce uvolněných funkcionářů, případně struktury samosprávné agendy, pomáhá občanům v orientaci, na koho se (ne)obracet v konkrétní záležitosti.

Dotazníkový průzkum zjistil, že pracovníci městského úřadu nevyužívají mobilní rozhlas, což znamená, že občas neznají obsah důležitých sdělení úřadu poskytovaných radnicí občanům prostřednictvím mobilního rozhlasu.

Pro formulaci a zprostředkování informací úřad postrádá pozici kvalifikovaného mluvčího, příp. odborníka na komunikaci. Město supluje tuto roli pozicemi, u nichž ale chybí dostatečné vymezení kompetencí v rámci organizační struktury městského úřadu.

Dílní nedostatky zjištěné v dotazníkovém šetření poukazovaly na nižší efektivitu porad a předávání informací. Tento problém je poměrně častým jevem i v jiných organizacích. Optimalizaci formátu porad může pomoci vyzkoušení i jiné formy porad (např. rychlé operativní porady „na stojáka“), nebo přenos zkušeností z jiných úřadů (např. v rámci benchmarkingové iniciativy).

Shrnutí analýzy:

1. Posouzením povinně zveřejňovaných informací na úřední desce a informací o rozdělení úřadu na jednotlivé budovy: <https://www.kraliky.eu/sekce/174>, byl zjištěn dvojitý zjevný nesoulad s platným organizačním řádem a schématem organizační struktury.
2. Pracovníci MěÚ nevyužívají (nejsou registrováni) komunikační platformu Mobilní rozhlas.
3. Radnici chybí osoba odpovědná za komunikaci (s jasně definovanými kompetencemi).
4. Přenos informací a efektivita porad mají své rezervy.

Návrh opatření:

1. Upřesnit a řádně publikovat Organizační řád na úřední desce.
2. Propagovat a doporučovat registraci zaměstnanců městského úřadu a organizací města v komunikační platformě Mobilní rozhlas.
3. Vytvořit pozici a určit jasné kompetence pracovníka pro oblast komunikace města v rámci organizační struktury městského úřadu.
4. Vyzkoušet více moderních forem vedení porad.

13 Image města

Image města je jednoduše řečeno obraz, jaký si pozorovatel o městě utváří na základě vlastních zkušeností, dojmů a pocitů. V zájmu každého města je, aby byl tento obraz pozitivní. Jak ve směru k současným obyvatelům města, tak směrem „ven“ – k zájemcům o bydlení (tj. případným budoucím obyvatelům města), k investorům, turistům i ostatním návštěvníkům města.

Vybudovat image města není samostatným úkolem komunikační strategie. Tento náročný a dlouhodobý úkol se týká všech oblastí rozvoje a správy města. **Transparentní komunikace** města spíše přispívá k objektivizaci obrazu o městě a o jeho správě. Přesto je transparentní (otevřená) komunikace sama o sobě jedním z pilířů dobrého image města. Vedle toho **PR komunikace města zvýrazňuje pozitivní a atraktivní aspekty** – např. atraktivitu z historie města i jeho současnosti. Aktuální nabídku města i jeho potenciál pro budoucnost. Tento přístup je důležitý, nesmí ale vést k zastírání problémů, které město trápí.

Všechna komunikační strategií navrhovaná opatření mohou přispívat ke zlepšení obrazu města pouze a jedině tehdy, půjdou-li ruku v ruce s úsilím v oblasti **zvelebování městské infrastruktury**, rozšiřování pracovních příležitostí, nabídky bydlení a volnočasových aktivit.

Standardní opatření, které pomáhá utvářet image města a lze jej přitom realizovat poměrně rychle, je vytvoření vizuální značky města a sjednocení vizuálního stylu města.

Včasnou a otevřenou komunikací atraktivních investičních záměrů (spolu s participací odborné i laické veřejnosti) město přispívá nejen ke kvalitě investiční přípravy, ale také tímto způsobem posiluje svoji image. Image města, které „dělá správné věci správně“ a postupně tak buduje i povědomí o Králíkách jako rozvíjejícím se městě (= poselství pro investory i zájemce o bydlení), které má, co nabídnout i pro turisty a další návštěvníky města.

Město si již v minulosti vybuodovalo své dobré jméno (resp. dobrou pověst, dobrou image, goodwill) v různých komunitách, resp. cílových skupinách. Konkrétním příkladem mohou být fanoušci vojenské historie, nebo částečně i zahraniční partnerská města. Tyto a další vydefinované skupiny mohou fungovat jako tzv. **ambasadoři města Králíky**. Mohou **zprostředkovávat pozitivní image města dál**. Město s těmito komunitami musí pracovat (komunikovat) systematicky a dlouhodobě. Jednou z forem může být newsletter či personifikované pozvánky na akce charakteru městských slavností, příp. i osobních setkání s vedením města, apod.

Obce a města se často „chlubí“ svými **úspěchy v soutěžích, anketách** a jiných formách hodnocení výsledků práce radnice. Proto je dobré vybrat si oblast, ve které má město dobré předpoklady uspět a zaměřit se na posílení těchto předpokladů. Zúčastňovat se soutěží a snažit se v nich uspět. Úspěch být jen v jedné oblasti činnosti města zlepšuje image města, posiluje nezbytné sebevědomí lídrů a částečně i podporu obyvatel. Ta je pro dlouhodobé cíle, jako je budování dobrého image města, nezbytnou podmínkou.

Do komunikace města je třeba zapojit také **veřejná prostranství** jako místa pro setkávání místní komunity, ale i místa pro relaxaci, turistickou prohlídku nebo zajímavou výstavu.

Město může oživit své náměstí **venkovní výstavou**. A nejde jen o výstavy umělecké, ale také edukační a propagační. Prezentací ve veřejném prostoru lze totiž mj. přenášet i pozitivní image (transfer goodwillu) vystavovatele nebo tématu výstavy i na město samotné. Zároveň lze takto oživovat **náměstí jako přirozený a tradiční prostor pro setkávání místní komunity i pro návštěvníky města**. S relativně nízkými náklady tak rozšiřovat nabídku zajímavostí a cílů pro turisty i místní.

V současnosti existuje celá řada již vytvořených mobilních expozic, které lze ve veřejném prostoru instalovat. Kromě nich je ale vhodné vytvořit i vlastní **expozice prezentující zajímavosti města a jeho okolí** – atraktivní fotografie a informace zajímavé pro místní i pro turisty. Vhodné je výstavy připravit vícejazyčně, aby byly **přenositelné i do partnerských měst** v zahraničí.

V zájmu oživení náměstí jako tradičního a přirozeného místa setkávání a komunikace je nezbytné **vylepšit infrastrukturu služeb** v turisticky exponovanějším centru města, zejména ubytovacích a stravovacích. Pro začátek by mohlo město iniciovat vznik **letní mobilní kavárny** na náměstí. Prodej kávy nebo zmrzliny, příjemné posezení ve spojení s regulovaným parkováním a kultivací městského mobiliáře by mohlo pomoci obnovit historickou roli náměstí v oblasti mezilidské městské komunikace a setkávání.



Navrhovaná opatření:

1. Prezentovat a propagovat záměry i výsledky investiční aktivity města přispívající ke zvýšení jeho atraktivity (pro obyvatele, investory, návštěvníky města a turisty) – participačně i mediálně, lokálně i v širším regionu.
2. Vytvářet prostor pro transfer goodwillu pořádáním akcí s prestižní účastí – zajímaví hosté města podporují jeho dobrou image.
3. Systematicky pracovat na posilování dobrého jména města Králíky ve vybraných cílových skupinách (např. fanoušci vojenské historie).
4. Budovat nadstandardní vztahy s vytypovanými ambasadory (např. pedagogové a organizátoři školních výletů i dalších forem turistiky do regionu Králicko) a současně vytvářet atraktivní programovou nabídku pro návštěvníky města (např. mobilní audio průvodce městem).
5. Zlepšit infrastrukturu města pro cestovní ruch (úroveň služeb i celkovou atraktivitu centrální historické části města) a komunikovat ji na příslušných portálech pro turisty.
6. Modernizovat komunikační nástroje města i příslušný mobiliář.
7. Prezentovat město Králíky v zahraničí prostřednictvím partnerských měst a vzájemné mediální podpory.
8. Vytvořit vizuální styl komunikace města.

14 Symboly města

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace:

Města používají prapor a znak města zejména při mimořádných (ceremoniálních) příležitostech, zatímco pro každodenní komunikaci používají téměř všechna evropská města logo města.

Město Králíky má městský prapor a znak města. Oba symboly mohou bez dalšího užívat i městem zřízené nebo založené organizační složky a právnické osoby. Jiné subjekty mohou užívat znak obce jen s jejím souhlasem. K užívání praporu obce není nutný její souhlas.

Město Králíky používá většinou ve svých grafických výstupech znak města, případně logo jiného subjektu (Mikroregion Králícko). Znak města užívají i další subjekty, přičemž ne vždy je užíván způsobem, jaký by si znak města a město samotné zasloužilo.

Vlastní logo město nemá. Stejně tak nemá jednotný vizuální styl.

Návrh opatření:

Aby bylo garantováno, že s historickými symboly města bude nakládáno s respektem, doporučujeme omezit jejich užívání, a to takto: znak města patří na zásadní dokumenty a listiny a na budovu radnice.

Pro ostatní situace, kdy je vhodné vizuálně prezentovat „značku“ města doporučujeme vytvořit logo města a spolu s tím připravit i pravidla jednotného vizuálního stylu města.

Znak města Králíky:



Prapor města Králíky:



List tvoří tři vodorovné pruhy červený, žlutý a červený.
Poměr šířky k délce je 2:3.

15 Logo a jednotný vizuální styl

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace:

1. Jednotný vizuální styl

Jednotný vizuální styl komunikace města (dále jen JVS) představuje soubor sjednocených vizuálních prvků komunikace (loga, písma, barevnosti a ostatních grafických prvků), které pak společně a synergicky podporují to, jak chce být město vnímáno, tedy image města.

JVS nese vizualizované sdělení o tom, co je pro identitu města důležité. Podporuje image města (dobrý obraz o městě). Na rozdíl od nejednotného „stylu každý pes jiná ves“ buduje i povědomí o dobře řízené správě města.

JVS města se někdy promítá i do JVS některých organizací města. Ne vždy je to však vhodné. Zejména u škol a školek, které se potřebují vzájemně odlišit je dobré, aby se odlišovaly i svým logem nebo JVS.

2. Logo města

Na rozdíl od znaku města, který většinou prezentuje atributy spjaté s minulostí města, logo je marketingovou vizuální značkou města. V případě, že město nemá zpracován manuál jednotného vizuálního stylu, disponuje zpravidla alespoň vlastním logem a základním logomanuálem. Ten obsahuje pokyny pro grafiky, kteří pak podle něj logo města implementují do nejrůznějších grafických výstupů. Logomanuál připravuje zpravidla sám autor loga, po konzultaci se zadavatelem. Logo a logomanuál jsou povinnými prvky image města i korporátní kultury úřadu.

Podoba loga (resp. logomanuál) většinou počítá s flexibilním uplatněním loga v různých grafických prostředích. S tím tvůrci historického znaku města pochopitelně nepočítali. Zaměňovat funkci znaku a loga není správné.

O použití loga města jinými subjekty zpravidla rozhoduje rada města. Všichni uživatelé, resp. grafici, se pak řídí pokyny logomanuálu. Logo se (na rozdíl od znaku a praporu, který schvaluje Poslanecká sněmovna ČR) schvalují orgány města.

3. Grafický manuál

Jednotný vizuální styl i práce s logem mají být zakotveny v grafickém manuálu. Tak jsou stanovena jasná pravidla, kterými se řídí jeho implementace do všech grafických, resp. vizuálních, komunikačních výstupů města. Základním elementem JVS je logo.

Manuál kodifikuje všechny důležité prvky vizuální komunikace a jasně stanovuje pravidla jejich užívání. (např. pro merkantilní tiskoviny, prezentace, e-dokumenty, plakáty, označení budov a vozového parku, navigační systémy, propagační předměty atd. atd.), Grafický manuál má povahu závazně přijatého dokumentu, jejíž porušení může být i sankcionováno.

Manuál mj. stanovuje a sjednocuje typy písma, barevnost, layout (koncept) tiskovin, umístování loga v prostoru a barevných variantách a řadu dalších zásad. Ale také popisuje způsoby používání znaku města v koexistenci s logem města.

Vytvoření a respektování jednotného vizuálního stylu umožňuje vést komunikaci efektivněji, snižuje riziko pochybení grafiků a zlepšuje image města.

Návrh opatření:

1. Vytvořit logo města, vč. logomanuálu

- a. připravit kvalifikované zadání pro výběrové řízení
- b. zajistit kvalifikovaný výběr odborníky na komunikaci a grafický design
- c. zaváděcí kampaň spojit se začátkem turistické sezóny
- d. prosadit důslednou implementaci do všech komunikačních výstupů
- e. doplnit příslušné vnitřní předpisy o principy dodržování jednotného vizuálního stylu (resp. grafických manuálů)

2. Stanovit pravidla pro užití loga města (městem i jinými subjekty)

- a. zajistit kontrolu nad dodržováním jednotného vizuálního stylu (dále též JVS)
- b. omezit využití loga města na subjekty, které město zřizuje či cíleně podporuje
- c. zajistit na webu města dostupnost zdrojových dat a příslušné grafické manuály

3. Zpracovat manuál jednotného vizuálního stylu města

Zpracovat JVS pro městský úřad a město, příp. i vybrané organizace města (zvážit specifika vizuální prezentace jednotlivých organizací, a to zejména školských - zachovat zde pestrost a odlišnost jednotlivých škol (MŠ), pokusit se definovat grafické prvky, které bude mít komunikace města a jeho organizací společné)
Implementovat JVS do všech komunikačních nástrojů města a zohlednit jej i při zadání designu nových webových stránek města.

4. Vyrobit sadu reklamních nosičů s logem města pro prezentaci na akcích města a městem podporovaných subjektů a zajistit organizaci výpůjček a skladování těchto nosičů.

Doporučené reklamní nosiče:

- a. bannery a plastové logopanely (formát cca 1 x 1 m)
- b. muší křídla (beach flag) pro venkovní akce (logo + pro sportovní akce se sloganem – např. „Králíky fandí sportu“)
- c. roll up pro akce v interiéru (logo + foto města)
- d. vlajka s logem města

5. Smluvně zajistit povinnost vystavení reklamního nosiče s logem města na akcích, kterým město poskytlo finanční nebo komunikační podporu (např. v rámci smlouvy o poskytnutí finančního příspěvku na uspořádání akce).

6. Vyrobit sadu dárkových předmětů s logem města (např. jako ceny do soutěží apod.)
 - a. ekologické: vratné kelímky pro kulturní akce nebo stánek na koupališti apod., síťovky atd.
 - b. levné, ale praktické: např. klíčenky s kolečky do košíků, propisky, zadrhovací vaky, hrníčky, nákrčníky apod.
 - c. cenově dostupné: trička, deštníky, termo-hrnky, USB flash disky apod.
 - d. propagující místní výrobky: lokální produkty v unikátním balení (pouze pro výjimečné příležitosti - pro VIP návštěvy města nebo zástupce médií)

16 Králický zpravodaj

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace

Králický zpravodaj vydává město Králíky již od roku 1991; jako periodický tisk územního samosprávného celku s reg. č.: MK ČR E 12828.

Redakci tvoří Mgr. Michal Kos (vedoucí redaktor) a Milan Moravec (sazba, grafická úprava).

Pracovníci redakce jsou odpovědní za obsah periodika a sami volí nejvhodnější způsob uveřejňování informací a výběr témat v periodiku.

Králický zpravodaj vychází jednou za měsíc, je distribuován prostřednictvím sítě prodejců za cenu 10 Kč / ks a zdarma na vybrané instituce (městský úřad, senior klub apod.). V elektronické verzi bývá publikován o cca dva týdny později na webu města.

Radniční zpravodaje, zejména v obcích i menších městech, často trpí nedostatkem osob ochotných pravidelně a zajímavě přispívat svými články. Práce redaktorů bývá často ovlivňována protichůdností požadavků vedení radnic s nároky na objektivní a vyvážené informování v souladu s tzv. tiskovým zákonem. Radniční periodika se tak často stávají „hláskou troubou“ vedení obce a současně zneužívají svého postavení na mediálním trhu. Nejsou totiž existenčně závislé na zdrojích z inzerce a prodeje a navíc mají často exkluzivní přístup k důležitým informacím. Proto na trhu tištěných médií nemají v lokálním měřítku zpravidla žádnou konkurenci.

Obecně lze v médiích sledovat o odklon od tištěných periodik do online prostoru. Čtenost magazínů je oproti minulosti výrazně nižší. Zájem čtenářů o radniční periodika je však nadále vysoký, zvláště pokud zajímavou formou nabízejí pro čtenáře i zajímavý obsah. Zejména pro starší generaci, která není na internetu tak aktivní, jsou radniční zpravodaje stále hlavním zdrojem informací o městě.

V editorském pojetí zpravodaje redakce převážně pouze vyhledává, přijímá a sestavuje dodané články do výsledného tvaru, zpravodajství je kusé. Editorское pojetí zpravodaje ovšem zároveň přináší nekončící názorové přestřelky a nesmiřitelné polemiky (vyostřené reakce na reakce).

Oproti tomu redakční pojetí by analyzovalo podstatu sporů a vyváženým způsobem by prezentovalo stanoviska znesvářených stran.

Vzhledem k měsíční periodicitě zpravodaje by bylo účelnější zpracovat kontroverzní téma redakčně a neubírat si místo pro ostatní důležitá témata.

Měsíční periodicitu, která je poměrně dlouhá, avšak v městech podobné velikosti celkem běžná, oslabuje aktuálnost obsahu a znemožňuje efektivní rozvoj polemiky. Za měsíc si čtenář již jen stěží vybaví obsah, na který nový příspěvek reaguje. Tento nedostatek tištěných médií lze kompenzovat vyšší mírou využití dalších forem participace (veřejné diskuse, online diskuse

- např. CitiChat, příp. sociální sítě), ve výjimečných situacích i mimořádným číslem zpravodaje navíc.

Úvodní slovo starosty ve zpravodaji nahrazuje jinde obvyklý editorial, jehož autorem bývá zpravidla osoba určující obsah vydání, šéfredaktor. Důležitým tématům rozvoje města je ve zpravodaji věnována menší pozornost než obsahu filmů v nabídce místního kina. To je způsobeno spíše nedostatečnou kapacitou redakce než vědomou prioritizací redakčního obsahu.

Stránky s výpisy z jednání orgánů města poskytují základní informace o rozhodování rady a zastupitelstva, ale svou formou nejsou čtenářsky zajímavé a působí spíš jako obsahová „vata“.

Fádní grafická úprava, nepříliš poutavé titulky, dlouhé nijak nečleněné texty, jednotvárnost redakčního obsahu, jakož i snaha minimalizace nákladů umístováním barevných fotografií k článkům na jiné místo, než se nachází samotný článek (na barevnou stránku), to všechno dohromady snižuje atraktivitu média pro jeho čtenáře. Přitom cílem je nejen zajistit kvalitní obsah, ale také zvýšit jeho čtenost poutavější formou prezentace.

Vedle webových stránek je právě Králický zpravodaj podle našeho dotazníkového šetření hlavním zdrojem obsáhlejších informací týkajících se důležitých témat rozvoje a fungování města. Jako tradiční médium požívající důvěru čtenářů, o čemž částečně vypovídá i výše prodaného nákladu, je Králický zpravodaj jedním z hlavních nástrojů komunikace města s občany.

Redakce

Vedoucí redaktor by měl být respektován jako gate keeper („strážce brány“) a až na předem určené typy výjimek by měl sám rozhodovat o výsledné podobě či zařazení určitého příspěvku. Při přípravě obsahu by se měl řídit jen předem stanovenými pravidly, redakčními plány a usneseními redakční rady, jinak postupuje zcela samostatně a ve výkonu funkce redaktora nepodléhá pokynům či požadavkům ze strany vedení samosprávy či úřadu.

Redakční rada – výbor zastupitelstva

Aby se redakční zpravodaj ani v budoucnu nemohl stát nástrojem pouhé propagace užšího vedení radnice, je dobré přenést odpovědnost za dohled nad obsahem na výbor zastupitelstva, resp. ustanovit redakční radu jako výbor zastupitelstva.

Zastupitelstvo má totiž o něco větší odstup od radniční exekutivy, kterou reprezentuje rada a úřad. Je v něm (na rozdíl od rady) zastoupena i opozice a v neposlední řadě jeho jednání je daleko více vystaveno veřejné kontrole než jednání rady (např. díky možné účasti občanů na jednání zastupitelstva nebo díky vysílání přenosů z jeho jednání).

Úkolem výboru zastupitelstva – redakční rady Králického zpravodaje - by měl být dohled nad organizací vydávání periodika a přístupem redakce k tvorbě obsahu.

Návrh opatření:

1. Zřídit výbor zastupitelstva, který bude vykonávat činnost redakční rady radničního zpravodaje Králický zpravodaj

Výbor - redakční rada by ve vztahu k redakci (dodavateli obsahu) měla zejména:

- a. formulovat, případně korigovat pravidla pro tvorbu obsahu periodika
- b. navrhovat úpravy struktury obsahu a zaměření periodika
- c. pravidelně provádět následnou kontrolu obsahu periodika z hlediska stanovených pravidel i dohledu nad dodržováním povinností podle tiskového zákona a poskytovat zpětnou vazbu redakci
- d. vyvarovat se cenzurním zásahům do obsahu, proto kontrola musí probíhat ex-ante
- e. řešit případné stížnosti týkající se obsahu periodika
- f. vyjadřovat se k personálnímu obsazení redakce
- g. vyvarovat se střetu zájmů - pokud je člen výboru zároveň příspěvatelem, nebo osobou odpovědnou za oblast, kterou se zpravodaj zabývá

2. Posílit redakci o externí spolupracovníky a rozšířit síť příspěvatelů (ve všech oblastech života města)

3. Připravit a v zastupitelstvu projednat „Soubor pravidel pro radniční periodikum“:

- a. **statut periodika** - obecnou deklaraci cíle a účelu periodika včetně odkazu na relevantní právní normy, jimiž se vydavatel při vydávání periodika musí řídit, a též deklaraci objektivitu,
- b. vyváženosti a prostoru pro polemiku (vč. prostoru pro členy zastupitelstva),
- c. **jednací řád výboru (redakční rady)** a pravidla pro nominace na členy redakční rady jako výboru zastupitelstva (doporučuje se zapojení externích odborníků, nedoporučuje se zapojení členů rady, vyloučeno je zapojení členů vedení města a úřadu)
- d. **způsob ustavení redakce** a jejího řízení (pokud redakci tvoří tým pracovníků) spolu
- e. se stanovením odpovědností a pravomocí při tvorbě obsahu periodika,
- f. **postupy pro transparentní nastolování témat** (agenda setting)
- g. **zásady pro vytváření obsahu** - důraz na objektivitu, vyváženost a transparentní postupy
- h. (se zřetelem na pravidla žurnalistické práce a specifika radničních periodik), např. avizování
- i. témat pro získání alternativních názorů, odstup od developerských projektů apod.)
- j. **pravidla pro příjem redakčních příspěvků** (vč. zpracování a způsob uveřejňování),
- k. **pravidla pro příjem inzerce** (vč. reklamních článků),
- l. **pravidla pro vyřizování stížností** od občanů (vč. zastupitelů) na práci redakce a obsah periodika,
- m. případně i **etický kodex** pro pracovníky redakce a členy redakční rady (vč. povinnosti oznámení rizika střetu zájmů).

4. Vymežit pravidelně prostor pro příspěvky:

- a. zastupitelů,
- b. osadních výborů.

5. Zastupitele i osadní výbory pravidelně prostřednictvím redakce žádat o vyjádření jejich postojů k připravovaným a projednávaným tématům.

6. Tištěné radniční periodikum zdarma distribuovat do domovních schránek v Králíkách a v přiměřené míře i do veřejných budov obcí SO ORP Králíky.

7. V zájmu udržitelnosti distribuce zdarma a zajištění vyšší čtenosti přiměřené zvýšit ceny inzerce

8. Elektronickou verzi radničního periodika publikovat bezodkladně po vydání na webu města a hlavní témata zpravodaje propagovat i na FB stránkách města, příp. také e-mailem v aplikaci typu mobilní rozhlas.

17 Webové stránky města

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace

Město si uvědomuje, že jeho webové stránky již nevyhovují nárokům na design, obsah i technické řešení moderních webových stránek měst, resp. webových stránek moderních měst. Připravuje se na zadání nového webu.

Web města je jednoznačně základní komunikační platformou města a městského úřadu. Návštěvnost webových stránek města se vyvíjí do značné míry i v závislosti na jejich designu, obsahu a uživatelském komfortu, jaké tyto stránky dokážou nabídnout. Čím je web kvalitnější, tím bude mít i vyšší návštěvnost.

Obsah městských webů lze zpravidla tematicky rozdělit do čtyř základních oblastí, které různým způsobem naplňují potřebu návštěvníka webu získat pro něj důležité informace. Přestože rozcestník webu pojmají města velmi různě, lze vyzorovat zhruba čtyři základní tematické okruhy, kterými se weby srovnatelných měst zpravidla zabývají:

1. tematický okruh: „Potřebuji si vyřídit“

Nejčastěji se zde jedná o agendu úřadu v přenesené působnosti státu – zpravidla vyřizování nejrozličnějších dokumentů (občanské nebo řidičské průkazy, pasy apod.)

2. tematický okruh: „Město a jeho správa“

Zde jde o kontakty a informace o samosprávě města (složení orgánů města, jejich usnesení, transparentní zápisy, AV záznamy jednání ZM apod.) a městském úřadu (kontakty, struktura, odpovědnosti apod.), ale také o rozvojové dokumenty (strategie, koncepce, územně plánovací dokumentace SO ORP), dokumentaci hospodaření města, právní předpisy, úřední desku a v neposlední řadě i o různé participační a komunikační platformy (např. hlášení závad, participativní rozpočet, mobilní rozhlas apod.).

3. tematický okruh: „Poznej město“

Tato oblast míří nejen na návštěvníky města a turisty, ale zpravidla poskytuje zajímavé informace o historii, okolní přírodě, památkách a dalších zajímavostech.

4. tematický okruh: „Aktuality a kalendář akcí“

Informace o novinkách ve městě i kulturních a sportovních akcích ve městě, ale také o participačních akcích města a jednáních zastupitelstva. Sem patří i propagace různých aktuálně řešených politik města, sociálních kampaní, ale také krizová komunikace.

S prostředím webu by měla být propojována i komunikace na sociálních sítích a komunikačních platformách jako je např. tzv. mobilní rozhlas. Všechny platformy i sociální sítě by se měly vzájemně podporovat s webem. Zastarávající web města Králíky není součástí integrované komunikace města.

Častým problémem webů měst III. stupně (obce s rozšířenou působností) je rozdělení oblastí samosprávy a městského úřadu v rozcestníku webu. Tak tomu je i na webu kraliky.eu. Přitom

v reálné praxi se obě agendy přirozeně překrývají. Zejména pro laickou veřejnost je rozdělování na město a úřad, resp. na samostatnou a přenesenou působnost značně nesrozumitelné a snižuje se tak uživatelský komfort webu.

Rovněž rubrika nazvaná „Informace“ nepřináší v rozcestníku bližší představu o obsahu. Prioritizace v rozcestníku by měla být nadčasová. Pořadí pozic by mělo být dlouhodoběji stabilní. Rubrika Pomoc Ukrajině sem z tohoto důvodu (doufejme!) příliš nezapadá.

Doporučení pro dílčí zásahy je celá řada. Jak v designu, tak v obsahu. Po jejich shrnutí můžeme konstatovat, že město jednoznačně potřebuje nové webové stránky.

Web města jako jediná komunikační platforma umožňuje naprosto komplexní informovanost o všech agendách radnice a politikách města, a to bez nucené registrace a poskytování osobních údajů cizím subjektům, navíc pod kontrolou volených zástupců.

Návrh opatření:

1. S přípravou zadání veřejné zakázky na tvorbu nového webu města Králíky je třeba spojit i aktualizaci přístupu ke způsobu zveřejňování dokumentů samosprávy města, celkovou revizí obsahu i sjednocení vizuálního stylu města, tj. i grafického řešení webu.
2. Nastavit, kontrolovat i vymáhat odpovědnost pověřených osob za průběžné aktualizace obsahů.
3. Vyhledávání podle klíčových slov nastavit na prostředí webu, ne na prostředí Google. (Dochází tak totiž často i k zobrazování již neplatných dokumentů a řady balastních informací namísto hledaného obsahu.)
4. Větší důraz klást na propojování všech komunikačních platforem města i sociálních sítí a jejich směřování do prostředí webu města.

18 Mobilní rozhlas

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace

Jedná se o aplikaci pro mobilní telefony a e-maily, jejímž prostřednictvím může město upozorňovat občany, kteří se přihlásí k odběru informací, na různé havarijní situace, probíhající opravy a s tím související omezení provozu na dopravní nebo technické infrastrukturu města, ale také distribuovat pozvánky na různá veřejná projednání či kulturní akce. V ČR se nabízí například tyto platformy: Munipolis, nebo Hlášenírozhlasu.cz

K odběru informací prostřednictvím této platformy bylo v Králíkách v roce 2022 přihlášeno 808 osob a město platformu využívá cca dvakrát do měsíce.

Město přihlášení obyvatel do systému podporovalo v rámci zaváděcí kampaně. V současné době již bohužel nevyvíjí větší snahu rozšířit okruh uživatelů mobilního rozhlasu.

Jako problematické může být využívání některých dalších funkcí, které platforma nabízí. Ne všechny jsou totiž jednoznačně přínosné a některé mají lepší řešení mimo tuto platformu (např. hlášení závad – prostřednictvím Mobilního rozhlasu totiž oslovuje jen zlomek obyvatelstva).

Nedostatkem, který zásadním způsobem omezuje počet uživatelů této platformy, je povinnost registrace. Zatímco web města je všem otevřený bez dalších podmínek, platforma mobilního rozhlasu, podobně jako např. Facebook, určuje vlastní pravidla a pracuje s daty uživatelů způsobem, který nemusí všem vyhovovat. Proto vždy bude využitelná jen pro část obyvatel a město musí pro zbývající obyvatelstvo využívat tak jako tak i jiné komunikační platformy. V ideálním případě by tedy funkcionality mobilního rozhlasu měl umět nabídnout sám web města.

Dnešní tendence k vytváření (a také k „zobchodování“) paralelních, k webu města rádo by alternativních komunikačních platforem, má své meze, které je dobré si včas uvědomit.

Web města nadále zůstává základní komunikační platformou a různé „odbočky“ a „alternativy“ typu Mobilní rozhlas jen suplují momentální nedostatky webů. Proto bychom neměli rezignovat na modernizaci a vývoj webových stránek.

U alternativních komunikačních platforem je třeba mít na paměti i rizika vendor locking, růstu ceny i problematičtější ochranu osobních údajů uživatelů. Je zkrátka nutné vnímat i postupně se zvyšující závislost města na firmách nabízejících jakékoliv speciální komunikační platformy alternativující webové stránky města.

Návrh opatření:

1. Propagovat aktuální výhody registrace v Mobilním rozhlasu, ale současně podporovat vývoj webu města s cílem dosáhnout takové úrovně poskytovaných informačních služeb, aby mohl web města zastoupit komunikační platformu externího dodavatele – mobilního rozhlasu.
2. Rozšiřování služeb mobilního rozhlasu zvažovat nejen z pohledu atraktivity, ale i z pohledu účelnosti (např. elektronická pocitová mapa nebo ankety nelze vždy považovat za adekvátní nástroje průzkumu veřejného mínění a jako takové by neměly být spojovány s podporou města).
3. Zvýšit frekvenci e-mailové komunikace prostřednictvím mobilního rozhlasu na cca 2 až 3 zprávy měsíčně.

19 Komise a výbory jako komunikační platforma

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace:

Zastupitelstvo města Králíky zřizuje jako své iniciativní a kontrolní orgány tyto výbory: finanční a kontrolní jako ze zákona povinné výbory a dále pak výbory osadní pro jednotlivé místní části.

Rada zřizuje jako své iniciativní a poradní orgány tyto komise:

- Komise pro sociální věci a občanské záležitosti
- Komise pro regeneraci městské památkové zóny (MPZ)
- Komise pro osadní výbory
- Sportovní komise
- Komise pro využití bývalého objektu dětského výchovného ústavu (DVÚ)

Dále pak jako zvláštní orgány obce s rozšířenou působností v obci působí tyto komise:

- Komise pro sociálně-právní ochranu dětí
- Přestupková komise

Těmito zvláštními orgány se ale s ohledem na jejich specifickou roli tato komunikační strategie nezabývá.

Jednotlivé komise a výbory se značně liší ve svých výkonech i v celkovém pojetí své činnosti.

Výbory svá stanoviska a návrhy předkládají zastupitelstvu obce, komise radě. Zákon sice přiznává výborům právo předkládat svá stanoviska a návrhy zastupitelstvu obce (§ 94 odst. 1 zákona o obcích), zastupitelstvo ale nemá zákonnou povinnost tyto návrhy věcně projednat a přijmout k nim usnesení.

Členové rady i zastupitelstva do komisí a výborů zpravidla nominují členy na základě předem dohodnutého klíče. Tak, aby v těchto orgánech převažovali kandidáti koalice. Většinou je snaha obsazovat tyto orgány osobami s odborností využitelnou při řešení dané problematiky. V případě osadních výborů osobami s elementární důvěrou obyvatel v příslušné místní části.

Jednání komisí a výborů nejsou tajná, ani ze zákona neveřejná. Proto je možné umožnit veřejnosti účast na jejich jednáních.

Komunikace komisí a výborů je primárně zaměřena směrem k orgánům, které je zřizují, ale často i navenek, směrem k veřejnosti. Ať už formou přímého jednání s přizvanými občany, zprostředkovávání obsahu diskuse ve svém okolí, nebo na sociálních sítích. Sama diskuse v těchto orgánech by mohla být příležitostí k participaci občanů, příležitostí ke konzultaci konkrétních témat s důležitými aktéry, znalci místní problematiky, odborníky, úředníky, zastupiteli.

Jednání výborů a komisí jsou ale v Králíkách zatím neveřejná, což značně limituje možnosti participace. Zásady komunikace mezi členy i hosty by měly určovat jednací řády, které však těmto orgánům chybí.

Výbory plní zejména kontrolní roli, tj. výbor finanční a kontrolní, zveřejňují své zápisy na internetu. Například zápisy finančního výboru sice nezahrnují projednávané podklady, ale přesto poskytují více informací (např. v odůvodnění), než poskytují samotné zápisy z jednání zastupitelstva. Na opačném konci spektra jsou zápisy z jednání osadních výborů. Ty se zpravidla vůbec nepožijí. A pokud ano, tak se na webu nepublikují. Ani o prosté existenci a složení osadních výborů není na webu zmínka ani v příslušné sekci „Komise a výbory“.

Komunikaci orgánů města a srozumitelnosti jejich usnesení neprospívají negativně formulované návrhy usnesení typu: „ZM neschvaluje návrh výboru ...“. Předkladatel návrhu by měl navrhopvat spíše věci, s nimiž souhlasí, a pokud nesouhlasí, vůbec by je předkládat neměl. Výbory samotné mají právo předkládat materiály do zastupitelstva. Správněji by tedy měl návrh vždy začínat slovy: „ZM schvaluje ...“ Když totiž pro návrh s negativní formulací „neschvaluje“ hlasuje méně než nadpoloviční většina všech členů orgánu, není odmítnut, ani schválen. Zatímco při pozitivní formulaci návrhu („schvaluje“) by byl ve stejné situaci návrh bez dalších pochybností právoplatně zamítnut.

Návrh opatření

1. Připravit a schválit v příslušných orgánech města jednací řády komisí a výborů a zakotvit v nich možnost účasti veřejnosti na jednáních komisí a výborů.
2. Jednání příslušných komisí využívat mj. i k projednávání investičních záměrů města, a to s možností zapojení laické veřejnosti společně s veřejností odbornou, jejíž zastoupení v komisích se předpokládá.
3. Podklady pro jednání komisí a výborů, včetně zápisů z jednání, publikovat na webu města.

20 Komunikace radnice s místními částmi

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace

Osadní výbory jsou iniciativními a poradními orgány zastupitelstva a nemají žádnou rozhodovací pravomoc, resp. nemohou utvářet a realizovat vůli města. Předmětem činnosti osadních výborů je sledování a vyhodnocování situace a přijímání nezávazných doporučení pro zastupitelstvo obce, případně plnění kontrolních úkolů, jimiž je pověřil zastupitelstvo obce.

Zákon č. 128/2000 Sb., Zákon o obcích (obecní zřízení), dále jen „Zákon o obcích“ se místním částem věnuje v paragrafech Hlavy 1 (Díl 4). Osadními výbory se pak zabývá v Hlavě 5, a to konkrétně v níže uvedených § 120 a § 121, které jsou určující i pro „Pravidla pro zřizování a činnost osadních výborů města Králíky“.

Zákon č. 128/2000 Sb., Zákon o obcích:

§ 120

(1) V částech obce může zřídit zastupitelstvo obce osadní nebo místní výbory (dále jen "osadní výbor"). Osadní výbor má minimálně 3 členy. Počet členů osadního výboru určí zastupitelstvo obce.

(2) Členy osadního výboru jsou občané obce, kteří jsou přihlášení k trvalému pobytu v té části obce, pro kterou je osadní výbor zřízen, a jsou určeni zastupitelstvem obce.

(3) Předsedu osadního výboru zvolí zastupitelstvo obce z řad členů osadního výboru.

§ 121

(1) Osadní výbor je oprávněn:

a) předkládat zastupitelstvu obce, radě obce a výborům návrhy týkající se rozvoje části obce a rozpočtu obce,

b) vyjadřovat se k návrhům předkládaným zastupitelstvu obce a radě obce k rozhodnutí, pokud se týkají části obce;

c) vyjadřovat se k připomínkám a podnětům předkládaným občany obce, kteří jsou hlášeni k trvalému pobytu v části obce, orgánům obce;

(2) Požádá-li předseda osadního výboru na zasedání zastupitelstva obce o slovo, musí mu být uděleno.

Město Králíky usiluje o dobrou komunikaci se všemi občany města ve všech jeho částech. Místní samospráva si uvědomuje specifické podmínky místních částí, a proto v minulosti zřídila v jednotlivých místních částech osadní výbory. Rada města pak pro koordinaci jejich činnosti zřídila komisi pro osadní výbory a pověřila místostarostu jejím vedením.

1. Právo promluvit na zastupitelstvu vs. jednací řád

Zákon o obcích dává předsedům osadních výborů právo promluvit na zastupitelstvu. Pokud by jednací řád zastupitelstva omezoval prostor pro vyjádření občanů „nezastupitelů“ (viz aktuálně platný jednací řád z r. 2011), práva předsedy osadního výboru promluvit na zastupitelstvu je možné se domoci na základě § 121 odst. 2. Tato skutečnost je v aktuálně platném jednacím řádu zastupitelstva opomenuta.

2. Právo vyjádřit se předem k návrhům vs. termíny

Zákon o obcích v § 121, odst. 1, písm. b, dává osadním výborům právo vyjadřovat se k návrhům předkládaným k rozhodnutí zastupitelstvu a radě, pokud se tato rozhodnutí mají týkat příslušné místní části.

Toto právo lze ale konzumovat jen tehdy, pokud město bude poskytovat (příp. zveřejňovat) materiály k jednání zastupitelstvu a radě předem, tj. před samotným jednáním těchto orgánů města.

Pokud jde o radu, tak minimálně její program jednání musí být k dispozici ve znění, ze kterého bude zřejmé, zda a čím se daný bod týká místní části. Zákon nespécifikuje, jak nebo čím konkrétně se návrh předkládaný k rozhodnutí má týkat místní části, a proto záleží spíše na mínění osadních výborů. A na tom, zda dokáží rozpoznat, zda a čím se návrh týká jejich místní části.

Naplnění zákonného práva osadních výborů vyjadřovat se k návrhům předem lze částečně umožnit zveřejňováním podkladů k jednání zastupitelstva + programu jednání rady města, a to s takovými názvy bodů programu, ze kterých by bylo zřejmé, zda se projednávaná věc týká konkrétní místní části.

S ohledem na obvyklou frekvenci zasedání osadních výborů a možnou dostupnost podkladů k jednání zastupitelstva až cca 7 dní před jednáním zastupitelstva, je pravděpodobné, že se osadní výbor nestačí sejít, aby se k dané věci mohl vyjádřit. Jednací řád osadních výborů by měl také stanovovat minimální dobu pro svolání výboru a ani podklady pro jednání zastupitelstva by neměly být zastupitelům dodávány až na jednání. Tím vším se „reakční doba“ osadního výboru zásadním způsobem krátí.

Proto je vhodné přizpůsobit plán zasedání osadních výborů plánu řádných schůzí zastupitelstva. Pak bude alespoň na návrhy pro jednání zastupitelstva (nikoliv rady) možné reagovat včas.

Případné vyjádření předsedy osadního výboru na jednání zastupitelstva k projednávanému návrhu, nelze ve smyslu zákona považovat za vyjádření osadního výboru.

Nezbývá proto, než aby vedení města samo a s předstihem samo identifikovalo a zprostředkovalo příslušnému osadnímu výboru své záměry a návrhy týkající se dané místní části.

3. Právo vyjádřit se k připomínkám občanů

Osadní výbory mají dle zákona právo „vyjadřovat se k připomínkám a podnětům předkládaným občany obce, kteří jsou hlášeni k trvalému pobytu v části obce, orgánům obce.“ Z toho ovšem plyne, že by osadní výbory měly být radnicí informovány o všech podnětech a připomínkách, které obec obdrží od občana dané místní části. Jinak toto právo nemůže být naplněno.

Právo osadního výboru vyjadřovat se k připomínkám a podnětům předkládaným občany z jejich místní části má ale i svou odvrácenou stranu. Může někdy působit i jako překážka v přímé komunikaci „občan – zastupitelstvo“. Proč? Představme si totiž, že v případě obyvatel „středu města“ žádná vyjádření osadních výborů potřeba nejsou. Může tak vzniknout dojem, že se občané místních částí bez „dohledu“ speciálního orgánu zřízeného a nejmenovaného zastupitelstvem neobejdou. Zatímco občané „středu města“ ano, protože jejich věci se vyřizují přímočaře a „bez prostředníka“. K připomínkám a podnětům občanů „ze středu města“ se vyjadřují pouze věcně příslušné odborné komise, resp. výbory, nikoliv však výbory osadní.

Zákonné právo osadních výborů vyjadřovat se k připomínkám a podnětům občanů „svých“ místních částí doporučujeme zajistit analogicky jako v předchozím bodě č. 2.

4. Právo osadního výboru předkládat návrhy zastupitelstvu

Osadní výbory legitimně vyjadřují parciální zájmy své komunity, kterou jistým způsobem zastupují.

Návrhů předložených osadními výbory na zastupitelstvu ale mnoho nebývá.

Zde je ale třeba zdůraznit, že pochopitelně i občané místních částí mají právo na „výborem nezprostředkované“ zastoupení, a to zastupiteli, které si za tím účelem volili.

5. Podmíněný přínos osadních výborů

Přínos existence osadních výborů je samozřejmě podmíněný. Jednak tím, jak dobře tyto výbory fungují, ale také tím, jak jsou jim poskytovány informace a jak je jim nasloucháno ze strany města.

Pokud by osadní výbory nefungovaly dobře, může to svádět k alibistické argumentaci vyložené v neprospěch místních částí: „Nefunguje váš osadní výbor, je to váš problém!“.

Dojem, že nefungující osadní výbor je minimálně z části příčinou problémů místní části se ovšem zakládá na naprosto chybném úsudku. Proč? Výbor přeci zřizuje zastupitelstvo. A to tedy také odpovídá za jeho činnost. Stejně jako odpovídá za svá rozhodnutí, odpovídá i za případnou nečinnost orgánů, které svým rozhodnutím zřídilo.

6. Komise pro osadní výbory jako nadbytečný článek

Stávající formát komise pro osadní výbory představuje z pohledu efektivní komunikace nadbytečný mezičlánek, který nemá oporu v zákoně a působí jako zbytečný prostředník mezi osadními výbory a zastupitelstvem.

Diskusi a výměnu zkušeností mezi jednotlivými osadními výbory lze zajistit jednodušší formou – viz např. Kulaté stoly osadních výborů. Institucionalizace takovéto diskusní platformy není vhodným řešením. Vzniká tak mj. dojem, že stanovisko osadního výboru, který zřizuje zastupitelstvo, nějakým způsobem podléhá rozhodování komise pro osadní výbory, která se ale ze zákona nezodpovídá zastupitelstvu, nýbrž radě, jež ji zřizuje.

Tento dojem pak stvrzují i některá ustanovení aktuálně platných Pravidel pro zřizování a činnost osadních výborů města Králíky. Viz např. čl. 2 bod 7, kterým se ukládá projednat nominaci členů osadního výboru v komisi pro osadní výbory. Uvážíme-li, že nominaci občanů na člena osadního výboru v komisi posuzují předsedové všech osadních výborů, tedy občané, kteří žijí úplně jinde a nominované členy vůbec neznají (resp. neznají jejich působení v místní části), je takové projednávání nejen nadbytečné, ale i naprosto nevhodné.

7. Jednací řády osadních výborů

Jednání osadních výborů se neřídí jednacím řádem. V přípravě je i návrh nového jednacího řádu zastupitelstva, který by měl zohlednit i práva osadních výborů v rámci jednání zastupitelstva. Více viz kapitola Jednací řády.

8. SW analýza instituce osadních výborů

- Silné stránky:

1. Legislativní rámec = garance práv
2. Oficiální zdroj informací z místní části
3. Orgán s místní zkušeností a mandátem pro konzultaci záměrů v dané části města
4. Vyšší míra občanské participace na správě a řízení města
5. Organizační zázemí pro správu místní části a podporu komunitního života
6. Finanční odměna členů = možná motivace pro členy

- Slabé stránky:

1. Rozpor mezi právem zastupitelstva určovat členy a volit předsedy osadních výborů a způsobem výběru (nominací) na schůzích v místních částech
2. Malý zájem o členství a práci v osadním výboru (u některých místních částí)
3. Sklon k zužování komunikace s místními částmi na tento komunikační kanál
4. Tendence k rozdělování „my = město“ a „oni = místní části“
5. Tendence k formalismu a alibismu

6. Nastavení přiměřeného odměňování funkcionářů, které v některých osadních výborech nemusí odpovídat odvedenému výkonu, ani míře skutečné odpovědnosti

9. Další nástroje pro komunikaci radnice s místními částmi

Je třeba zdůraznit, že osadní výbory nejsou jediným nástrojem pro komunikaci mezi městem a jeho místními částmi. V obcích s rozvinutým systémem komunikace mohou jako alternativa osadních výborů, nebo vedle osadních výborů, dobře fungovat různá média, komunikační nástroje a participační metody.

10. Rizika participativního rozpočtu

Některé obvyklé nástroje pro zlepšení participace občanů na rozhodování nefungují v místních částech dostatečně efektivně. Například městský participativní rozpočet. Vyloženě místní zájmy a potřeby v odlehlejších lokalitách se totiž v participativních rozpočtech prosazují obtížněji. Snáze, pokud se zároveň týkají i zájmu dalších komunit ve městě. Přímo z místní části totiž zpravidla chybí dostatečné množství hlasů, které by zajistilo, byť jen naději na vítězství, jedná-li se o projekt využitelný pouze pro danou místní část (např. dětské hřiště, úprava veřejného prostranství, lavičky apod.).

11. Specifické potřeby vybraných cílových skupin v místních částech

Zvláštní péči si zaslouží některé specifické cílové skupiny místních částí. Například senioři. Jejich zapojení do života obce by mohlo pomoci zajištění dopravy (např. svoz prostřednictvím senior taxi). Podobně to může být i s logistikou zapojování dětí a mládeže do sportovních aktivit ve vzdálenějších částech města, příp. i jeho centrální části.

Návrhy opatření:

1. Posílení nástrojů obousměrné komunikace a participace místních částí:

1.1 Informační systém hlášení závad

(se zpětnou vazbou a veřejnou evidencí řešených závad)

1.2 Pravidelné veřejné diskuse se zástupci vedení města v místních částech

(se zápisem a následným vyhodnocením uveřejněným na internetu + na nástěnce v místní části)

1.3 Ad hoc veřejné diskuse a projednání záměrů týkajících se zejména této místní části

(veřejné projednání investičních záměrů, později případně projektů nebo stavební přípravy)

1.4 Místní dotazníková šetření

1 - 2x za volební období mohou být občané každé místní části osloveni dotazníkem, jehož úkolem je zjistit aktuální názory na problémy v místní části. Ty je pak potřeba zpracovat a předložit zastupitelstvu i obyvatelům místní části. Důležité je vždy před dalším dotazníkem zhodnotit, co se na základě předešlého (ne)povedlo vyřešit.

Doporučená forma: tištěné dotazníky distribuované do schránek v místní části a odevzdávané do boxu na veřejně přístupném místě v dané místní části. On-line forma dotazníků není pro tato šetření optimální. Počet tištěných dotazníků lze odvodit z počtu distribuovaných obálek s volebními lístky, pokud bude šetření určeno osobám starším 18 let.

1.5 Kulaté stoly osadních výborů

Městem organizované „Kulaté stoly osadních výborů“ (zpravidla jednou do roka) umožňují výměnu zkušeností z činnosti osadních výborů a spolupráce s dalšími orgány města a MěÚ Králíky. Do budoucna by měly nahradit činnost Komise pro osadní výbory Rady města Králíky.

1.6 Změny v obsahu Králického zpravodaje

Více článků k tématům místních částí, zapojení občanů (např. stakeholderů).

Některé vhodné formáty pro komunikaci s místními částmi:

- a. ankety (cca 5 oslovených - jméno, povolání, fotka; ankety se týkají celoměstských témat i témat místních částí)
- b. nové rubriky „Z dopisů redakci“, „Zavolali nám“ apod..
- c. (Nezkušenost s psaním článků potenciální autory příspěvků často odrazuje, proto je možné vybrané občany místních částí kontaktovat a obsah jejich sdělení pak redakčně zpracovat)
- d. publikování vyhodnocení dotazníkových šetření v místních částech
- e. komentované důvodové zprávy k záměrům města týkajících se místních částí – nejlépe vč. obrazové dokumentace (studie, vizualizace apod.)

1.7 Veřejně přístupná jednání osadních výborů

2. Nástroje jednosměrné komunikace - informování

2.1 Lokalizované hlášení městského rozhlasu

Městský rozhlas umožňuje speciální vysílání i do jednotlivých městských částí, příp. ulic.

Takto lze informovat místní obyvatele i prostřednictvím speciálního hlášení cíleně jen pro danou místní část.

2.2 Místní nástěnky (informační deska) MěÚ Králíky

Je zdrojem aktuálních informací týkajících se zejména konkrétní místní části. Zároveň ale přináší důležité informace o dění ve městě.

2.3 Využívání aplikace typu „Mobilní rozhlas“

Doporučené aktivity:

- a. Propagace této aplikace v místních částech
- b. Včasná identifikace informací vhodných pro místní části a rozeslání

- c. Častější využívání této aplikace i směrem k místním částem:
 - s informacemi, které se bezprostředně týkají dané místní části: e-maily + SMS
 - s důležitými informacemi ze života města: cca 2x za měsíc e-mail, ad hoc v závažných případech i SMS

2.4 Uveřejňování informací na webu města

- a. uveřejňování programu jednání zastupitelstva a rady s dostatečně specifikovanými body jednání (aby bylo možné v intencích § 121 b, Zákona o obcích, zajistit i participaci místních částí)
- b. uveřejňování návrhů a podkladů k jednání zastupitelstva ve stejnou dobu, kdy budou poskytnuty v souladu s jednacím řádem členům zastupitelstva, tj. před samotným jednáním zastupitelstva
- c. uveřejňování návrhů usnesení obsahujících všechny podstatné informace, včetně dostatečného odůvodnění a všech podkladů, na jejichž základě rozhodují zastupitelé.

2.5 Distribuce Králického zpravodaje do domovních schránek zdarma

Zvýšení dostupnosti zpravodaje a prosazení nových obsahů (a formátů) atraktivnějších pro čtenáře v místních částech.

2.6 Králické radniční podcasty

Podcasty, ve kterých by vedení města (např. vždy v pondělí) informovalo o zajímavém městském tématu formou krátkého rozhovoru. Některé podcasty by se v případě potřeby mohly zabývat jen některou z místních částí. Otázky by starostovi kladl externí spolupracovník, redaktor. Podcast by trval 2 - 3 minuty.

21 Komunikace rozpočtů a rozpočtových výhledů města

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace

Mimo rámec tzv. povinně zveřejňovaných údajů dle § 5 Zákona č. 106/1999 Sb., O svobodném přístupu k informacím, jsou obce povinny zveřejňovat i další informace. Například dokumenty rozpočtového procesu (rozpočet, střednědobý výhled rozpočtu, pravidla rozpočtového provizoria, rozpočtové opatření, závěrečný účet), a to v souladu se zákonem č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů

Podle ustanovení § 11, odst. 3 a 4, zákona č. 250/2000 Sb., O rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů, obec zveřejní návrh rozpočtu na svých internetových stránkách a na úřední desce nejméně 15 dnů přede dnem zahájení jeho projednávání na zasedání zastupitelstva obce.

Na webu se zpravidla zveřejňuje úplné znění návrhu. Na úřední desce může být návrh zveřejněn v užším rozsahu, který obsahuje alespoň údaje o příjmech a výdajích rozpočtu v třídění podle nejvyšších jednotek druhového třídění rozpočtové skladby. Obec současně oznámí na úřední desce, kde je návrh rozpočtu zveřejněn a kde je možno nahlédnout do jeho listinné podoby. Zveřejnění musí trvat až do schválení rozpočtu. Připomínky k návrhu rozpočtu mohou občané příslušného územního samosprávného celku uplatnit písemně ve lhůtě stanovené při jeho zveřejnění nebo ústně při jeho projednávání na zasedání zastupitelstva.

Obec zveřejní rozpočet na svých internetových stránkách do 30 dnů ode dne jeho schválení a současně oznámí na úřední desce, kde je zveřejněn v elektronické podobě a kde je možno nahlédnout do jeho listinné podoby. Tímto způsobem musí být zpřístupněn až do schválení rozpočtu na následující rozpočtový rok. Obdobně i střednědobý rozpočtový výhled obce (viz § 3, odst. 3 a 4 zákona č. 250/2000 Sb., O rozpočtových pravidlech územních rozpočtů.

Podle ustanovení § 28a zákona č. 250/2000 Sb., O rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů, rovněž příspěvkové organizace obce zveřejňují na svých stránkách rozpočet a rozpočtový výhled. Tato strategie komunikací příspěvkových organizací nezabývá.

Posuzujeme zde nejen dostupnost informací o dokumentech rozpočtového procesu (rozpočet, střednědobý výhled rozpočtu, pravidla rozpočtového provizoria, rozpočtové opatření, závěrečný účet), ale i jejich formu, obsah a rozsah z hlediska požadavků na transparentní a srozumitelnou komunikaci města s občany.

Posuzujeme tedy jak z pohledu požadavků zákona, tak z hlediska příkladů dobré praxe. Vzhledem k termínu prováděné analýzy, není možné hodnotit údaje, které budou v souladu se zákonem publikovány až později, v zákonem stanovených termínech.

Město Králíky publikuje na webu všechny dokumenty rozpočtového procesu, které mu zákon ukládá. Všechny jsou snadno dohledatelné a přehledné.

Obecným problémem rozpočtů bývá srozumitelnost používaných pojmů pro laickou veřejnost. Jako schválený je na webu prezentován rozpočet ve skutečnosti původní, pozdějšími rozpočtovými opatřeními upravený. Nejedná se tedy o platný a aktuálně „schválený rozpočet“, nýbrž o jeho původní verzi. Rozpočtovými opatřeními se upravuje schválený rozpočet, a proto by měl být vždy aktualizován k datu poslední změny.

Rozpočtové dokumenty nejsou na webu k dohledání v menu, ale jen prostřednictvím úřední desky a sekce finančního odboru. Naopak Rozklikávací rozpočet je prezentovaný přímo v menu pod „Město“, a to formou odkazu na web <https://monitor.statnipokladna.cz/> provozovaný Ministerstvem financí ČR.

Rozklikávací rozpočet MF ČR umožňuje porovnávání finančních a účetních ukazatelů s jinými městy. Jeho výhodou je i to, že je dostupný zcela zdarma a spravuje jej přímo MF ČR. Rozklikávací rozpočty však dnes umožňují mnohem podrobnější analýzu, a to až do úrovně jednotlivých faktur. Na MF ČR již v roce 2015 vznikl tzv. Cityvizor. O rok později jej převzala do správy organizace Otevřená města. Ve spolupráci několika municipalit a partnerů (např. MV ČR a Česko digital) byl rozklikávací rozpočet Cityvizor postupně vyvíjen v moderní nástroj, který dnes umožňuje přehlednou vizualizaci rozpočtu obce s detailními daty, která jsou získávána přímo z účetních systémů a následně zobrazována přehledně, srozumitelně a v souvislostech, a to až do úrovně faktur. Jako příklad dobré praxe lze uvést např. obce Černošice (7 329 obyvatel) nebo Bystřice (5 300 obyvatel). <https://cityvizor.cz/landing>

Z pohledu komunikace s laickou veřejností je rozklikávací rozpočet atraktivnější formou prezentace. Nelze však současně říct, že by byl i výrazně srozumitelnější. Naráží totiž na přirozené mantinely v pochopení účetní terminologie rozpočtové skladby.

Obě verze rozklikávacího rozpočtu (MONITOR i CITIVIZOR) umožňují veřejnosti volný přístup k rozpočtovým a účetním informacím.

Vyšší úroveň komunikace rozpočtových a účetních informací lze dosáhnout jen v případě CITIVIZORU, a to pokud funguje až na úroveň faktur. S tím jsou však spojeny i vyšší nároky na administrativní výkony úřadu.

Zatímco jednotlivá rozpočtová opatření jsou na webu správně publikována vč. odůvodnění, důvodová zpráva k původnímu návrhu rozpočtu na webu chybí.

Na www stránkách města je zveřejněn rozpočet, tak jak byl schválen, bez znázornění upraveného rozpočtu. Tímto město Králíky naplňuje požadavek zveřejnění dle zákona č. 250/2000 Sb. Město Králíky schvaluje rozpočet v členění na paragrafy, tzn. neuvádí konkrétní kapitálové výdaje. Rozpočet není schvalován v podrobném rozpisu na položky a paragrafy z důvodu vyšší pracnosti při sledování a provádění rozpočtových změn, a též s ohledem na vyšší riziko porušení rozpočtové kázně. Tento postup zcela vyhovuje zákonným požadavkům, ale neposkytuje dostatečný přehled o kapitálových výdajích města.

Je dobré zvážit, zda v průběhu roku (např. alespoň kvartálně) publikovat i verzi rozpočtu, kde vedle sloupce s původně schváleným rozpočtem daného roku „Původní rozpočet“, bude i sloupec „Upravený rozpočet“ (tj. schválený rozpočet po změnách) s aktuálně schváleným

rozpočtem po posledním rozpočtovém opatření a po ukončení rozpočtového roku publikovat i sloupec „Skutečnost“ (skutečné výdaje a příjmy po řádném zaúčtování).

Pro přehled o vývoji výdajů a příjmů je vhodné v jednom souboru uvádět i sloupce s původně schválenými a skutečnými výdaji a příjmy v předchozích letech, a to nejlépe i se stručným komentářem vysvětlujícím podstatné změny okolností, které mohly vyvolat významné meziroční rozdíly (např. „příčinou byla změna zákona - navýšení mezd v roce XY“ apod.).

Pro pochopení rozpočtové skladby a jednotlivých rozpočtových položek doporučujeme doplnit strukturu prezentovaného rozpočtu i o vysvětlující komentáře, které občanům přiblíží, co daná položka zahrnuje především a co naopak nezahrnuje, i když by se to dalo podle názvu položky předpokládat.

Návrh opatření:

1. Zvážit možnost zavedení rozklikávacího rozpočtu Citivizor, a to včetně možnosti podrobnosti až do úrovně faktur.
2. Rozpočty města publikovat s vysvětlujícím komentářem (důvodovou zprávou) a možností srovnání schválených a skutečných výdajů a příjmů, a to vč. meziročního srovnání.
3. Kapitálové výdaje města prezentovat konkrétněji a transparentněji.

22 Audiovizuální záznamy jednání zastupitelstva

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace

Audiovizuální záznamy (dále též AV záznamy) jednání zastupitelstva, příp. vč. přímých přenosů z jednání zastupitelstva, jsou již řadu let součástí transparentní komunikace rozhodovacích procesů samosprávy města. Jejich sledovanost se často liší nejen v závislosti na atraktivitě projednávaných bodů programu, ale také závisí na technické úrovni záznamu a jeho zpracování.

Některá města AV záznamy nepublikují - realizují pouze přímé přenosy. To ale nelze považovat za postup hodný následování. Pokud totiž občan (divák) nemá čas navštívit veřejné jednání zastupitelstva, často ze stejného důvodu nemá čas ve stejnou dobu sledovat přímý přenos. Z tohoto i z řady dalších důvodů je správné zveřejňovat a archivovat AV záznamy na webu města, nejčastěji formou odkazu na YouTube kanál města, kam jsou tyto záznamy umísťovány.

Zpětná kontrola stanovisek, argumentů a vyjádření zastupitelů i dalších účastníků jednání zastupitelstva umožňuje divákům (zpravidla občanům – voličům) formovat si názor na to, jak jednotliví volení zástupci prosazují volební program, se kterým byli do zastupitelstva zvoleni, jak vedení města dokáže prezentovat a obhajovat svoji politiku, jakou agendou se radnice zabývá apod.

AV záznamy jednání ZM tak představují hlavní prostředek prezentace zastupitelů a volebních stran před občany města – svými skutečnými i potencionálními voliči. Prezentují jejich práci v průběhu celého volebního období, nejen během volební kampaně. Proto jsou nejen důležitým komunikačním kanálem, ale také důležitým faktorem formování funkční demokratické samosprávy.

Některá města používají jako alternativu audiovizuálních záznamů pouze audiozáznamy (např. Hradec Králové). Pouze zvukový záznam pochopitelně snižuje diváckou atraktivitu a komplikuje prezentaci projednávaných dokumentů (např. studie – vizualizace, znázornění pozemků atd.).

Ukazatele kvality audiovizuálního záznamu:

1. Úplnost audiovizuálního záznamu

Nejedná se o sestřih. Záznam začíná zahajovací řečí předsedajícího, přerušen je vyhlášením přestávky a končí, až předsedající zasedání ukončí.

2. Technická úroveň audiovizuálního záznamu

- vystupujícím je dostatečně dobře rozumět

- snímání obrazu na více kamer tak, aby vystupující zastupitelé byli zabíráni kamerou podobně

3. Identifikace aktérů

- čitelné jmenovky před členy zastupitelstva a tajemníkem (příp. dalšími zástupci městského úřadu) nebo jmenovky přímo ve videu

- jméno, příjmení, titul, politická příslušnost (zkratka volební strany, kterou zastupuje v ZM)

4. Tagování záznamu (umístění časových značek v AV záznamu)

Pro přehled o tom, v jakém místě záznamu je projednáván bod, o který se divák zajímá

a) umístění časových značek - tagování

b) umístění titulků s názvem projednávaného bodu

(v ideálním případě se titulek na obraze objevuje opakovaně, nebo po celou dobu projednávání)

c) program s časy jednotlivých bodů

(Měl by být umístěn vždy na začátek záznamu, aby divák věděl, kde jej najde. Důležité nejen pro zajištění orientace diváka v programu zasedání, ale i za účelem podpoření diváckého zájmu občanů o dění ve městě a jeho zastupitelstvu.)

5. Přehled o výsledku hlasování

(Přinejmenším záběrem na projekci v sále, kde je zobrazena tabulka výsledků hlasování)

6. Projekce usnesení navržených k hlasování

(Texty navržených usnesení jsou v průběhu zasedání divákům zprostředkovány obrazem. Pro projekci v sále je vhodné používat anonymizovanou verzi pro veřejnost (zastupitelé mají ve svých podkladech osobní údaje úplné), aby se nemusela anonymizovat na záznamu.)

7. Projekce obrazových příloh

(Tj. příloh, které jsou podkladem pro jednání zastupitelstva a které pomáhají v orientaci v dané problematice - např. projekce zákresu příslušné parcely v mapě, vizualizace navrhované stavby, hodnoticí tabulka, graf atp.)

8. Titulky pro osoby se sluchovým postižením

viz Zákon č. 99/2019, o přístupnosti

(Předpokládáme však, že by mohlo jít o nepřiměřenou zátěž pro město Králíky, tudíž město může uplatnit § 7 Zákona č. 99/2019 - v takovém případě není titulkování povinné. Je ale dobré pak klást o to větší důraz na úroveň a úplnost zápisů ze zasedání zastupitelstva, protože ty jsou pak pro sluchově postižené občany alternativním zdrojem.)

9. Relevantní ochrana osobních údajů

Anonymizace není nutná v rámci přímého přenosu. V záznamu je nutné zakázat osobní údaje „vypípat“. Pro projekci v sále je vhodné používat anonymizovanou verzi pro veřejnost (zastupitelé mají ve svých podkladech osobní údaje úplné), aby se nemusela anonymizovat na záznamu.

Návrh opatření:

1. Zvýšit technickou úroveň audiovizuálního záznamu i úroveň prezentace projednávaných bodů jednání.
2. Pomocí výše uvedených návrhů zjednodušit orientaci v záznamu, zlepšit přehled o programu, výsledcích hlasování i samotných aktérech jednání.

23 Komunikace veřejných zakázek

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace:

Transparentní komunikace veřejných zakázek má v principu 3 základní cíle:

1. najít dodavatele s nejvýhodnější nabídkou pro město
2. zajistit transparentní výběr nejvýhodnějšího dodavatele v souladu se zákonem
3. prezentovat průběh a výsledky realizace u významnějších veřejných zakázek

Základním informačním zdrojem pro hledání veřejných zakázek je zejména profil zadavatele a u veřejných zakázek malého rozsahu webové stránky města. Uveřejnění na profilu zadavatele zajišťuje i základní předpoklady pro transparentní výběr nejvýhodnějšího dodavatele v souladu se zákonem, a to u zakázek s předpokládanou hodnotou nad 500 tis. Kč bez DPH. Transparentní výběr dodavatele veřejné zakázky malého rozsahu (dále jen VZMR) zajišťují pravidla, resp. vnitřní směrnice o zadávání VZMR.

Nástroje pro hledání a evidenci veřejných zakázek

- Profily zadavatelů

Zákon ukládá městu povinnost zveřejnění veřejných zakázek na profilu zadavatele, a to u veřejných zakázek s předpokládanou hodnotou nad 500 000 Kč bez DPH. Některé obce zde ale zveřejňují i některé veřejné zakázky s hodnotou nižší.

www.vestnikverejnychzakazek.cz/cs/Searching/ShowPublicPublisherProfiles

- Webové stránky měst

Zpravidla odkazují na profily zadavatele a Registr smluv. Často ale prezentují zadávání tzv. veřejných zakázek malého rozsahu. Jedná se o veřejné zakázky na služby a dodávky s předpokládanou hodnotou do 2 mil. Kč bez DPH a stavby v hodnotě do 6 mil. Kč bez DPH.

- Registr smluv

Nejedná se o nástroj využívaný při hledání veřejných zakázek ve fázi poptávky, ale o nástroj pro hledání smluv s vysoutěženými i nevysoutěženými dodavateli veřejných zakázek, ale i smluv města o poskytnutí dotace nebo návratné finanční výpomoci, a to povinně v hodnotě nad 50 tis. Kč bez DPH. Některá města zde zveřejňují i smlouvy s nižší hodnotou plnění.

www.smlouvy.gov.cz

- Elektronická tržiště

Pouze pro vybrané komodity u veřejných zakázek nad 50 000 Kč + DPH.

www.portal-vz.cz/cs/Informacni-systemy-a-elektronicke-vzdelavani/NIPEZ-El-trziste-verejne-spravy

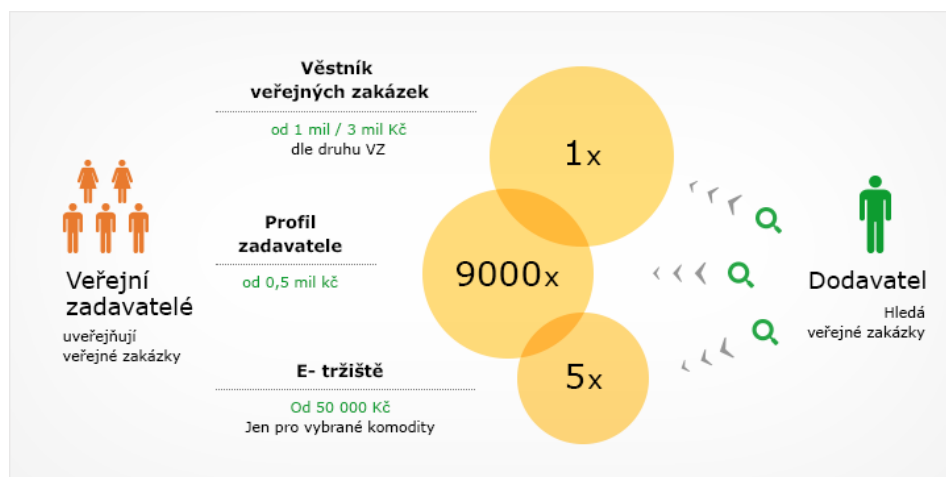
- Věstník veřejných zakázek

Do 1 mil. bez DPH, resp. do 3 mil. Kč bez DPH, dle druhu veřejné zakázky.

www.vestnikverejnychzakazek.cz

- Úřední věstník EU (TED)

www.ted.europa.eu



Zdroj: www.vhodne-uverejneni.cz

Základním nástrojem pro získání nejvýhodnějších nabídek je včasná prezentace zadání na profilu zadavatele. Králíky zveřejňují svůj profil zadavatele na portálu zakazky.cz, dříve na portálu vhodne-uverejneni.cz.

Webové stránky města odkazují na tento profil, tedy na všechny veřejné zakázky s předpokládanou hodnotou nad 500 tis. Kč bez DPH. Zároveň nabízí i Objednávky města Králíky a Archiv veřejných zakázek. V Objednávkách města Králíky jsou zveřejňovány některé objednávky, a to do roku 2020. V archivu jsou publikovány veřejné zakázky z období 2008 – 2011, 2012 – 2015 a 2016 – 2019.

Pravidla zadávání veřejných zakázek malého rozsahu jsou považována za zcela interní (i když ve skutečnosti určují i pravidla pro externí dodavatele veřejných zakázek) a nejsou potencionálním dodavatelům a veřejnosti prezentována na webu města.

Směrnice města určuje totiž transparentní pravidla závazná pro úřad, ale také pro samosprávu města a také externí subjekty – dodavatele města, proto by měla být i sama tato pravidla veřejně k dispozici).

Město Králíky transparentně zveřejňuje (v souladu se zákonem od 1. 6. 2016) své smlouvy nad 50 tis. Kč bez DPH na Registru smluv.

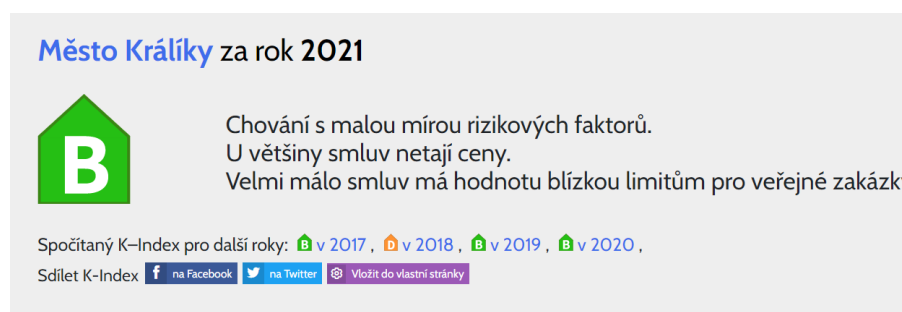
K analýze povinného zveřejňování smluv města v Registru smluv jsme použili hlidacstatu.cz.

V celostátním registru smluv je od 1. 7. 2016, kdy vešel v platnost zákon č. 340/2015 Sb. Zákon o registru smluv, je ke dni 25. 8. 2022 evidováno celkem 1 130 smluv, kde jednou se smluvních stran je město Králíky. Jedná se celkově o smlouvy za 1 mld. Kč.

Jen v roce 2022 bylo k 25. 8. zveřejněno 109 smluv celkem za 76 mil. Kč. Hlidacstatu.cz je respektovaný server (mj. 1. cena v kategorii Projekt roku v anketě Křišťálová lupa – Ceny českého internetu). Nabízí veřejnosti nejrůznější analýzy a pohledy na rizika v oblasti zadávání veřejných zakázek.

Mj. poskytuje i tzv. K-index. Jedná se o softwarový nástroj, který na základě otevřených dat z Registru smluv analyzuje transparentnost zveřejňování smluv, a tedy i hospodaření s veřejnými prostředky. Slouží jako srovnávací a hodnoticí nástroj, který má za cíl zlepšit a kultivovat chování municipalit a jimi zřizovaných institucí. K-index poskytuje jeden z možných pohledů na ukazatel míry rizikových faktorů při zadávání veřejných zakázek. Hodnotí na internetu dostupná data, která podle autora K-indexu představují riziko korupce a nehospodárného nakládání s veřejnými prostředky. Ačkoliv lze některé indikátory tohoto hodnocení označit za velmi sporné, většina z nich skutečně indikuje latentní rizika.

Město Králíky v hodnocení K-indexu vykazuje velmi dobré výsledky:



Město Králíky za rok 2021

B

Chování s malou mírou rizikových faktorů.
U většiny smluv netají ceny.
Velmi málo smluv má hodnotu blízkou limitům pro veřejné zakázky

Spočítaný K-Index pro další roky: **B** v 2017, **D** v 2018, **B** v 2019, **B** v 2020,

Sdílet K-Index [na Facebook](#) [na Twitter](#) [Vložit do vlastní stránky](#)

V posledních letech (2019 – 2021) se město Králíky drží v druhé nejlepší kategorii z šesti. Celková hodnota K-Indexu odpovídá výsledné známce B. Město Králíky tak patří do první třetiny nejlépe hodnocených subjektů.

Stručné hodnocení města Králíky dle K-indexu:

2019: Chování s malou mírou rizikových faktorů. U většiny smluv netají ceny.

2020: Chování s malou mírou rizikových faktorů. Větší nedostatky byly zjištěny jen u 3 smluv z 211 zveřejněných v Registru smluv.

2021: Chování s malou mírou rizikových faktorů. U většiny smluv netají ceny. Velmi málo smluv má hodnotu blízkou limitům pro veřejné zakázky.

Návrh opatření:

1. publikovat směrnici o zadávání veřejných zakázek malého rozsahu na webu města
2. prezentovat na webu města přehled kapitálových výdajů a investičních akcí města s automatizovaným propisováním přijatých usnesení i příslušných smluv.

24 Dostupnost informací o členech orgánů města

Úvod do problematiky a analýza výchozí situace:

Primárním účelem informací o členech zastupitelstva zveřejňovaných na webu města je poskytnout občanům (jejich voličům) kontakt na volené zástupce obce. Důležité je i uvádění příslušnosti jednotlivých zastupitelů k volebním stranám. Občan by totiž mohl mít zájem komunikovat zastupitele, které volil, případně volební stranu, které dal ve volbách svoji důvěru.

Kontaktní údaje v rozsahu e-mailové adresy lze považovat za minimum postačující u neuvolněných funkcionářů. V případě menšího města, jakým jsou Králíky, se u funkcionářů uvolněných pro výkon funkce očekává i uvedení telefonního čísla. Výjimkou nebývá ani uvedení čísla mobilního telefonu, a to ani u výrazně větších měst (viz např. primátor Teplic).

Portrétní fotografie někdy pomáhá k identifikaci zastupitele více než jeho jméno. Občané si tak mohou uvědomit, že daného zastupitele potkávají a mohou ho příležitostně jako zastupitele oslovit.

Samozřejmostí by měly být i základní osobní údaje, které o sobě zastupitel uvádí, když se uchází o hlasy svých voličů ve volbách (viz volební archy). Některá města doplňují tyto údaje i o stručné životopisy, případně jiné údaje, které prezentují odborné zaměření, životní a politické zkušenosti apod.

Informace o členství v dalších orgánech mají pro občana rovněž svůj význam. Ukazují totiž na oblast, ve které je daný zastupitel považován za odborníka.

Jak údaje byly na webu města Králíky poskytovány v roce 2022:

Zveřejňované informace o členech zastupitelstva města	uvolnění funkcionáři	členové rady	členové zastupitelstva
Příjmení, jméno, tituly	100%	100%	100%
Příslušnost k volební straně	0%	0%	0%
Povolání	0%	0%	0%
E-mailová adresa	100%	100%	100%
Telefonní číslo	100%	60% *	27% *
Adresa trvalého bydliště	0%	0%	0%
Fotografie	0%	0%	0%
Rok narození	0%	0%	0%
Stručný životopis	0%	0%	0%
Zveřejňované informace o členech komisí a výborů	komise RM	výbory ZM	ostatní komise
Příjmení, jméno, tituly	100%	100%	100%
Volební strana nominující	0%	0%	
Povolání	0%	0%	
E-mailová adresa	0%	0%	
Telefonní číslo	0%	0%	
Adresa trvalého bydliště			
Fotografie			
Rok narození			
Stručný životopis	0%	0%	

zveřejňování uvedených informací v těchto případech nepovažujeme za účelné

*/ V roce 2023 již pozorujeme zlepšení v jednom z nejdůležitějších údajů. Všichni zastupitelé dnes na webu města uvádí i telefonní číslo na svůj mobilní telefon.

Návrh opatření:

Na webu uvádět níže uvedené informace o členech zastupitelstva, přičemž doporučený rozsah je podmíněn výslovným souhlasem jednotlivých členů zastupitelstva v bodech 4, 6, 8, 10 a v bodě 11 lze řešit jen odkazem na zápisy z jednání příslušných orgánů města:

1. titul, jméno a příjmení, funkce
2. příslušnost k volební straně, za kterou v tomto volebním období kandidoval do zastupitelstva
3. e-mail
4. telefonní číslo na mobilní telefon (přínejmenším u členů ZM uvolněných pro výkon funkce)
5. členství ve volených orgánech města a orgánech organizací města; u starosty a místostarostů, příp. zastupitelů uvolněných pro výkon funkce, i vymezení jejich politické odpovědnosti za konkrétní oblasti činnosti samosprávy)
6. foto
7. údaje, které o sobě uvádí kandidát na hlasovacím lístku pro volby do zastupitelstva (tj. titul, povolání, volební strana, namísto věku rok narození)
8. stručný životopis
9. link na volební program volební strany
10. prohlášení příjemce veřejných prostředků
11. „jak jsem hlasoval“ (formou odkazu na zápisy z příslušných jednání)
12. příp. i pracovní kalendář starosty, příp. i místostarosty

25 Zveřejňování podkladů a zápisů z jednání orgánů města

Úvod do problematiky a popis výchozí situace:

Zveřejňování podkladů pro jednání orgánů města

Základní princip transparentní komunikace podkladů pro jednání orgánů města:

Všechny podklady pro jednání jsou zveřejňovány způsobem umožňující dálkový přístup, a to ve stejný den, kdy jsou tyto podklady poskytnuty členům orgánu města. Výjimkou jsou jen informace podléhající zákonné ochraně.

Výše uvedený princip má zásadní význam především v případě podkladů pro jednání zastupitelstva města, jehož jednání jsou ze zákona veřejná.

Důležitým kritériem transparentní komunikace je kritérium včasnosti poskytování podkladů pro jednání zastupitelstva veřejnosti.

Obce s rozšířenou působností v ČR lze rozdělit podle včasnosti zveřejňovaných podkladů do tří základních skupin:

1. Města s nejnižší úrovní komunikace podkladů pro jednání:

Města publikují předem jen zákonem dané minimum - program zasedání zastupitelstva. Přičemž z programu není často ani zřejmé, o čem se přesně bude jednat.

2. Města s nízkou úrovní komunikace podkladů pro jednání:

Města publikují předem jen zákonem dané minimum (viz níže) - program zasedání zastupitelstva. Z programu je ale alespoň zřejmé, o čem se bude jednat.

3. Města uplatňující standardy transparentní komunikace podkladů pro jednání:

Města publikují anonymizovanou verzi kompletních podkladů pro veřejnost ve stejný den jako pro zastupitele (zpravidla tedy 7 dní před jednáním zastupitelstva). V praxi ne vždy zvládnou města publikovat vše a některé materiály doplňují průběžně ještě např. 3 dny před jednáním – velice důležité ale je, aby podklady pro zastupitele publikovali ve stejnou dobu jako pro veřejnost a pokud jde o zveřejňovaný rozsah - ten se liší se jen v rozdílné míře anonymizace osobních údajů.

Zveřejňování zápisů z jednání orgánů města

Základní princip transparentního zápisu z jednání zastupitelstva:

Zápis obsahuje mj. kompletní podklady pro jednání zastupitelstva = vše, co bylo poskytnuto zastupitelům, resp. radním, jako podklad pro jejich rozhodování. Jedinou výjimkou jsou údaje podléhající zákonné ochraně.

Usnesení a zápisy z jednání zastupitelstva musí splňovat zákonem stanovené minimální požadavky. To však zdaleka nestačí k zajištění srozumitelnosti a transparentnosti rozhodovacích procesů samosprávy.

Pořízený zápis z jednání zastupitelstva dle zákona (§ 95 zákona č. 128/200 Sb., Zákona o obcích) musí obsahovat minimálně následující údaje:

- počet přítomných členů zastupitelstva obce,
- schválený pořad jednání zastupitelstva obce,
- průběh a výsledek hlasování,
- přijatá usnesení,
- podpis starosty nebo místostarosty a určených ověřovatelů.

Zápis je nutno pořídit do 10 dnů od konání zasedání a dle zákona musí být jen „uložen na městském úřadu k nahlédnutí“. Špatně komunikující města proto neumožňují dálkový přístup k zápisu v jeho plném znění, ale jen jakýsi nic neříkající „výcuc“.

Při posuzování kvality poskytovaných podkladů z jednání zastupitelstva širší veřejnosti je dobré si zkusit představit, jak byste se na základě takto publikovaných podkladů mohli rozhodovat vy sami. Případně, zda dokážete podle takovéto úrovně informací spravedlivě posoudit, zda zastupitelé rozhodují kvalifikovaně.

Obce s rozšířenou působností v ČR lze rozdělit podle rozsahu zveřejňovaných zápisů do tří základních skupin:

1. Města s nejnižší úrovní komunikace formou zápisu z jednání:

Tato města na svém webu uveřejňují jen zápis dle zákonem stanoveného minima + usnesení s minimální informační hodnotou, bez odůvodnění, bez diskuse, bez toho, kdo jak hlasoval, bez přílohy, která by např. specifikovala část prodávané parcely – viz příklad:

ZM schvaluje prodej části parcely č12/041, kat. úz. Lhota, panu J. Z., trv. bydl. Lhota, za cenu neuvedeno Kč.

2. Města s nízkou úrovní komunikace:

Zápis z jednání se omezuje jen na zákonem stanovené minimum, ale usnesení alespoň obsahují podstatné náležitosti – viz příklad:

„ZM schvaluje prodej 10 m² pozemku v části parcely č. 12/041 (dle přílohy č.1), kat. úz. Lhota, ing. Janu Novákovi, trv. bydl. Lhota, za cenu 450 Kč/ m², tj. celkem 4 500 Kč.“

3. Města dodržující standard transparentní komunikace:

Zápis obsahuje důvodovou zprávu a záznam z projednávání (protinávryh a pozměňovací návrhy, zásadní stanoviska v diskusi) a jmenovité výsledky hlasování.

a. Důvodová zpráva vč. příloh:

Představuje odůvodnění, proč je to či ono navrhováno, jaká stanoviska k návrhu přijaly dotčené orgány, věcně příslušné odbory (příp. externí znalci), příp. i sám předkladatel

návrhu. Argumenty pro / proti (užitečný je i komentář k rizikům, příp. slabým stránkám návrhu). Zásadní význam má i vysvětlení dopadu na rozpočet (lze řešit i odkazem na návrh příslušného rozpočtového opatření). Důvodová zpráva odkazuje také na příslušné dokumenty, které s návrhem souvisí (např. soulad s územním plánem, příp. jiným strategickým rozvojovým dokumentem, schváleným plánem, záměrem, programem, koncepcí apod.).

Přílohy - např. vyznačení části parcely určené k prodeji, studie proveditelnosti u nákladného investičního záměru, vyjádření znalce k prodeji, žádost občana o ... , stanoviska věcně příslušných poradních orgánů samosprávy (komise, výbory) apod.

Nutná je pochopitelně anonymizace osobních údajů. To ale pouze v rozsahu, který ukládá zákon, ne nad rámec zákona, jak to dnes mnohá města dělají. Např. některé obce anonymizují i jméno a příjmení u příjemce veřejných prostředků, což zákon nevyžaduje, a pochopitelně to pak činí rozhodování obce netransparentním.

b. Průběh hlasování a stručný záznam diskuse

Zápis by měl obsahovat: kdo co navrhl, jak to odůvodnil, proč se vyjadřuje pro či proti, jak odůvodňují zastupitelé své postoje a rozhodnutí, argumenty. Zejména pak, pokud zastupitelé výslovně požádají, aby byl jejich výrok zaznamenán v zápisě.

c. Výsledky hlasování jmenovitě

Vhodné je publikovat i příslušnost k volební straně, nebo spolu s přehledem, jak hlasovaly jednotlivé volební strany.

d. Přijatá usnesení

Obsahují všechny podstatné náležitosti, ze kterých je zřejmé, co bylo schváleno, i případný odkaz na přílohy, nebo zápis obsahující upřesnění.

Na webu publikované usnesení umožňuje i dálkový přístup k přílohám (např. smlouva, která je usnesením schválena)

e. Ostatní požadavky dle zákona

(§ 95 zákona č. 128/200 Sb., Zákona o obcích)

Např. podpis starosty nebo místostarosty a určených ověřovatelů.

Zápisy a podklady k jednání rady města, komisí rady a výborů zastupitelstva

Na rozdíl od jednání zastupitelstva, je jednání rady ze zákona neveřejné. To ale neznamená, že je zasedání rady tajné. Veřejnost se jej nesmí účastnit, ale má právo vědět, o čem se jednalo, na základě, jakých podkladů bylo rozhodováno, kdo jak hlasoval, případně jak zdůvodnil svůj postoj a na čem se rada usnesla.

Pokud jde o jednání komisí a výborů, je často podceňován význam zveřejňování podkladů pro jejich jednání. Zejména při projednávání investičních záměrů města, mohou příslušné poradní orgány (zpravidla především různé komise) nabídnout veřejnosti možnost seznámit se

s různými aspekty připravovaného záměru (např. dopady na dopravu v komisi dopravní, nebo na životní prostředí v komisi životního prostředí apod.), a to ještě dříve, než se daný záměr dostane k projednání v zastupitelstvu města. Tedy zpravidla v době, kdy lze jeho podobu ovlivnit lépe.

Proto je důležité, aby:

1. komise a výbory projednávaly příslušné odborné aspekty důležitých záměrů města,
2. byly včas a v plném rozsahu zveřejňovány podklady i pro jednání komisí a výborů,
3. jednání komisí a výborů byla veřejná a veřejnost měla možnost se o nich včas dozvědět.

Posouzení zápisů z jednání Zastupitelstva města Králíky

Usnesení ZM Králíky většinou neodkazují na příslušné přílohy, bez nichž je ovšem informační hodnota přijatého usnesení neúplná. Přílohy usnesení v zápise (resp. přílohy k zápisu) zcela chybí. Usnesení ZM Králíky někdy nesdělují podstatné náležitosti přijatého rozhodnutí.

Zjištěny byly i některé nedostatky zápisu z hlediska srozumitelnosti komunikovaného obsahu, jakož i souladu zápisu se zákonem (§ 95 odst. 1 zákona o obcích), kterým se mj. ukládá v zápise uvádět průběh hlasování (viz ukázky níže).

Příklady z namátkou vybraného zápisu z jednání ZM č. 5 v roce 2021:

1. bod č. 5 / ZM 05/2021

Přijaté usnesení ZM č. 2021/05/319 schvaluje smlouvu „v předloženém znění“, přičemž návrh smlouvy není v příloze zápisu uveden.

2. Zápis neobsahuje přílohy ani na ně neodkazuje, obsah projednávaného návrhu a probíhající diskuse někdy ztrácí elementární srozumitelnost – viz např. bod 12/ZM/05/2021. Zápis zde uvádí, že byl ve věci projednávané (ale nepublikované) zprávy kontrolního výboru předložen protinávrh. Původní návrh kontrolního výboru není uveden. Není uvedeno ani znění protinávrhu p. Hejkrlíka, ani v čem spočíval. Zápis tedy de facto zaznamenává diskusi, v níž zastupitel, p. Hejkrlík, namítá „neznámo co“ proti „neznámo čemu“. Znění projednávaného návrhu ani protinávrh p. Hejkrlíka nejsou zveřejněny.

V souladu s metodickým doporučením MV ČR se v zápise ke každému projednávanému jednotlivému bodu schváleného programu zasedání zastupitelstva obce má zaznamenat, který návrh byl předmětem hlasování, jakým způsobem bylo hlasováno (veřejně/tajně), v jakém pořadí bylo hlasováno (např. od posledního podaného návrhu, resp. protinávrhu, apod.). Takový záznam průběhu hlasování u jednotlivých návrhů usnesení má být nedílnou součástí zápisu.

3. Z posuzovaného zápisu k bodu 15 - Vstupy občanů:

- není zřejmé, kdo a s čím v diskusi vystoupil, příp. zda vůbec někdo vystoupil

4. Z posuzovaného zápisu k bodu 16 - Vstupy zastupitelů:

- je zřejmé, že diskuse proběhla, není zřejmé, kdo v ní vystoupil, ani co bylo předmětem jeho vystoupení. Na rozdíl od většiny ostatních bodů, v tomto případě není zde ani zhruba naznačeno, o čem se vlastně diskutovalo.

Zastupitelé na tomto zasedání přijali usnesení, kterým ukládají zveřejňovat zápisy z jednání výborů. Tyto zápisy jsou vždy předmětem projednání v zastupitelstvu. Z toho lze usuzovat, že si zastupitelstvo uvědomuje potřebnost seznamovat veřejnost s materiály, které projednává.

Návrh opatření:

1. zavedení standardu transparentní komunikace dle výše uvedených doporučení pro včasné a úplné zveřejňování podkladů pro jednání orgánů města.
2. zavedení standardu transparentní komunikace dle výše uvedených doporučení s cílem zvýšení vypovídací hodnoty a úplnosti zápisu z jednání orgánů města (zejména zastupitelstva města) a zveřejňování zápisů z jednání orgánů města v plném rozsahu.

26 Informační systém hlášení závad

Úvod do problematiky a popis výchozí situace:

Informační systém hlášení závad (dál jen ISHZ) je software, který slouží k usnadnění a zefektivnění procesu hlášení a řešení závad na majetku města. Tento systém umožňuje občanům rychle a jednoduše nahlásit závadu, poruchu nebo jiný problém, který je nutné vyřešit. Informační systém poté zpracovává tuto informaci a přiřazuje ji příslušnému oddělení nebo pracovníkovi, který se o řešení závady postará.

Díky ISHZ je možné lépe sledovat průběh řešení závad a zaznamenat všechny relevantní informace o závadách, jako například datum nahlášení, stav řešení nebo čas potřebný k řešení.

Existuje mnoho aplikací pro hlášení závad ve městech (např. Zmapuj to, Zlepšeme Česko, na platformě Munipolis apod.). Města ale často preferují vlastní systémy hlášení závad – viz například:

Nové Město na Moravě:

<https://hlaseni.tmapy.cz/#596230>

nebo poměrně robustní plzeňský systém hlášení závad v Plzni:

<https://plznito.cz/>

ISHZ není jediným způsobem reportování o závadách, ale je to nejpružnější a nejtransparentnější platforma komunikace o závadách „nižší kategorie“.

Různé formy hlášení:

1. Emergency reporting (112, 154, 155, 158, 156)

2. Nonemergency reporting:

- a. ISHZ
- b. Besedy s občany a další formy participace
- c. Standardizovaná komunikace v rámci MěÚ (porady a běžná kolegiální komunikace)
- d. Běžné upozornění úřadu občanem (telefonem, e-mailem, osobně, dopisem)
- e. Oznámení na sociálních sítích (nejčastěji Facebook)
- f. Zasedání zastupitelstva (zpravidla vzhledem k nižší frekvenci zasedání je to pro hlášení závad velmi neefektivní forma)

ISHZ nenahrazuje ostatní formy komunikace o závadách a podnětech, ale doplňuje je a dělá komunikaci transparentnější. Posiluje zapojování občanů města do správy města (participace) a umožňuje projevení spoluodpovědnosti za správu města jako společenství občanů.

ISHZ by měl být umístěn na webu města a tam by měl být dobře viditelný přímo na domovské stránce. Měl by být uživatelsky přívětivý. Distribuce úkolů na radnici a jejich organizace by neměla být úkolem občana, ale interním úkolem městského úřadu. Tzv. kategorizace typu závad by proto neměla být příliš obsáhlá. Příliš mnoho kategorií závad je spíše na škodu věci. V menších městech se vyplatí distribuci řešení závad v rámci úřadu organizovat prostřednictvím jedné osoby (a zástupce) v rámci jeho převažující pracovní náplně.

Občan by měl mít i vedle ISHZ možnost alternativního, rychlého ohlášení závady – tj. např. poslat foto/video např. prostřednictvím aplikace WhatsApp na určené telefonní číslo pro hlášení závad (příp. prostřednictvím aplikace Messenger). Úřad pak, pokud příjemci není zřejmý obsah sdělení z fotografie či textu, by měl tak možnost zavolat oznamovateli zpět pro případné upřesnění (a poděkování za ohlášení závady).

Nevýhodou všech hlášení závad mimo systém ISHZ (tj. např. prostřednictvím osobního sdělení, telefonátu, e-mailu, aplikací WhatsApp nebo Messenger, příp. Facebooku, je zpravidla nedostatečná, nesystémová evidence postupu řešení i komunikace s oznamovatelem.

Naopak velkou výhodou ISHZ na webu města je evidence stavu řešení a zpětná vazba (začíná automatickým oznámením o přijetí zprávy a končí poděkováním a oznámením, že bylo vyřešeno ... nebo předáno k řešení jiném vlastníkovu apod.).

Ve městě Králíky je ISHZ umístěn na externí platformě Mobilní rozhlas. Protože ale je na tuto komunikační platformu nutná registrace, nedokáže nabídnout možnost ohlášení závady v ISHZ všem obyvatelům města, ale pouze registrovanému zlomku obyvatel. To oslabuje účinnost ISHZ i kvalitu obousměrné komunikace mezi radnicí a obyvateli města.

Návrh opatření:

Pořídít městský elektronický informační systém hlášení závad (ISHZ), který bude:

- a. na domovské stránce webu města dobře viditelný
- b. dostupný pro všechny obyvatele i návštěvníky města na webu města
- c. uživatelsky přívětivý
- d. bez povinné registrace na externí komerční platformě
- e. podléhat nezávislé kontrole (pravidelná evaluace a případný další vývoj ISHZ)

27 Otevřená data

Úvod do problematiky a popis výchozí situace:

Otevřená data města jsou data, která jsou poskytována městem veřejnosti k volnému použití, sdílení a redistribuci. Tyto data mohou být ve formě číselných údajů, textových dokumentů, mapových podkladů nebo jiných datových souborů.

Cílem poskytování otevřených dat města je zvýšit transparentnost a účinnost veřejné správy, podpořit inovace a podnikání, usnadnit výzkum a analýzy a umožnit širšímu okruhu lidí využívat informace o fungování města.

Mezi příklady otevřených dat města mohou patřit informace o dopravě (například o plánech a linkách veřejné dopravy, sdílených dopravních prostředcích, o přestupech apod.), informace o stavu veřejných budov, informace o územním plánování a veřejných zakázkách, statistické údaje o obyvatelstvu a mnoho dalšího.

Otevřená data města jsou často poskytována v rámci tzv. Open Data projektů, které se snaží umožnit přístup k datům ze všech oblastí veřejného života. Způsoby poskytování otevřených dat se mohou lišit v závislosti na konkrétním městě, ale obvykle jsou data poskytována zdarma a bez omezení pro každého, kdo má zájem je využít.

V roce 2022 byl v soutěži Zlatý erb oceněn Datový portál Královéhradeckého kraje Data KHK, který porota soutěže vyhodnotila jako nejnovativnější elektronickou službu ze 111 přihlášených projektů. I v případě municipality jako je město Králíky je vhodné s daty systematicky pracovat moderním způsobem.

Město Králíky nemá zatím vytvořenou databázi otevřených dat a některá data nezveřejňuje ve strojově čitelných formátech. Tím se komplikuje zpracovávání, vyhodnocování a sdílení informací. Je třeba ale konstatovat, že ani datové portály větších měst zatím nedisponují příliš bohatou datovou základnou.

Návrh opatření:

1. Veškerá data publikovat ve strojově čitelném formátu.
2. Vybudovat datový portál města Králíky.

28 Komunikace města na sociálních sítích

Úvod do problematiky a popis výchozí situace:

Facebook

Komunikace města na Facebooku je zaměřena na interakci s obyvateli a zajištění informovanosti veřejnosti o aktuálních událostech a dění ve městě. Problematická je komunikace složitějších témat. V tomto případě je vhodné uživatele směřovat na web města a tam publikované informace - prezentované v širších souvislostech a větším rozsahu, než jaký umožňuje běžná komunikace na Facebooku.

Diskuse, či dokonce polemika s občany, vedená na FB stránkách města nebývá vždy příliš efektivní. Proto doporučujeme prostřednictvím FB odkazovat uživatele primárně na konkrétní argumentační a datovou základnu k diskutovanému problému, která by měla být k dispozici na webu města. A současně směřovat občany na participační aktivity (besedy či jiná setkání s veřejností, jednání komisí a výborů, kulaté stoly a další formáty občanské participace a interakce občan-radnice). Tyto živé (off-line) aktivity s osobnější interakcí umožňují facilitovanou diskusi se základním uvedením do problematiky i závěrečným shrnutím názorové výměny a případného konsensu. Takový konsensus je v prostředí sociálních sítí jako je Facebook nebo Twitter složité docílit.

Twitter (a srovnání s Facebookem)

Město Králíky na Twitteru nekomunikuje. Twitter je na rozdíl od Facebooku více orientován na zpravodajství a aktuality. Twitter má omezenou délku příspěvků na 280 znaků, což znamená, že města musí být stručnější a konkrétnější. Twitter (na rozdíl od Facebooku) podporuje pouze omezené množství formátů, jako jsou textové příspěvky, odkazy a obrázky.

Zpětná vazba od sledujících: zatímco na Facebooku jsou komentáře, sdílení a označování stránek běžné. Twitter umožňuje uživatelům retweetovat a označovat stránky, ale komentáře jsou omezené na 280 znaků.

Frekvence příspěvků: Na Twitteru jsou příspěvky obvykle publikovány častěji a okamžitěji než na Facebooku, což znamená, že města musí být velmi rychlá v reakci na události a novinky. Na Facebooku mohou být příspěvky publikovány méně často, ale mají větší důraz na podrobnosti a informace.

Cílení příspěvků: Na Facebooku mohou města cílit své příspěvky na určité demografické skupiny nebo sledující s konkrétními zájmy. Twitter však nenabízí tolik možností cílení.

Celkově lze říci, že Twitter se jeví v podmínkách města Králíky jako méně významná komunikační platforma města.

Instagram

Město Králíky na Instagramu nekomunikuje. Instagram se (na rozdíl od Facebooku) zaměřuje více na vizuální obsah a vytváření komunity na základě sdílení společných zájmů. Proto je vhodným médiem pro komunikaci města zejména směrem k jeho návštěvníkům – turistům.

Vyžaduje ovšem vizuálně atraktivní obsah, tedy kvalitní a zajímavé fotky, které by reprezentovaly město v dobrém světle. Tématem mohou být krásy místní přírody, turistické atrakce, památky, kulturní akce a zajímavé události.

Je třeba používat relevantní hashtagy. Hashtagy jsou klíčové pro získání nových sledujících a zvýšení viditelnosti obsahu. Používat je třeba relevantní hashtagy, jako je například #králíky, #králícko, #dolnímorava, #kralickýsněžník, #opevnění apod.

Instagram účet je třeba propojit s webem a ostatními sociálními sítěmi. Instagram účet je propagován na webových stránkách města, na propagačních materiálech a zařízeních pro turisty. Příspěvky na Instagram je třeba publikovat pravidelně a poměrně často. Spolupráce s místními influencery, organizacemi a turistickými kancelářemi může pomoci zvýšit dosah vašeho obsahu a přilákat více sledujících.

Sledování statistik účtu pomůže pochopit, jaký obsah funguje nejlépe a jak zlepšit svůj Instagram účet. Například zjistíte, které fotky mají největší interakci a pro jaký časový rámec jsou vaše příspěvky nejuspěšnější.

Vytvoření úspěšného Instagram účtu města může pomoci zvýšit povědomí o městě, propojit město s jeho obyvateli a návštěvníky a ukázat krásy a zákoutí města světu.

YouTube

Město má vlastní YouTube kanál, ale ten má skromný a neaktuální obsah a nízkou atraktivitu, a tedy i malou návštěvnost.

V popisu kanálu se uvádí, že „jednání zastupitelstva města Králíky jsou z důvodů ochrany osobních údajů přístupná pouze v době fyzického zasedání zastupitelstva ...“. Ochrana osobních údajů však ve skutečnosti neznemožňuje prezentaci audiovizuálních záznamů jednání zastupitelstva, což dokládají i YouTube kanály řady jiných měst. Právě jednání zastupitelstev, věnují-li se pro obyvatele atraktivnímu tématu, patří k těm hojně sledovaným příspěvkům. Umístěním tohoto typu videí na YouTube kanál město zvyšuje transparentnost rozhodovacích procesů samosprávy a současně zvyšuje návštěvnost svého YouTube kanálu a dalších videí, kterými město na svém YouTube kanálu vylepšuje svoji image, poskytuje obyvatelům i návštěvníkům města zajímavé informace, podporuje rozvoj místních komunit i zájem turistů o návštěvu města.

K propagaci obsahu YouTube kanálu slouží mj. i další sociální média: zejména Facebook, ale také Instagram. Lepší spolupráce s místními organizacemi může vést k lepšímu obsahu, většímu dosahu i propagaci kanálu města.

Pro živý YouTube kanál města je důležité vytvářet různorodý obsah. Video s místními osobnostmi, umělci, sportovci nebo obchodníky, rozhovory s lidmi, kteří se angažují v městské politice, nebo průvodce městem a jeho okolím.

Pro vytvoření kvalitních videí je třeba profesionální vybavení. Je však často otázkou, zda tuto službu provozovat vlastními silami, nebo ji raději outsourcovat.

TikTok

Tuto v současné době silně se rozvíjející sociální síť pro komunikaci města nelze doporučit, a to z důvodu bezpečnostní hrozby. Obava z možných bezpečnostních hrozeb vyplývá především z množství shromažďovaných dat o uživateli a způsobu, jakým jsou sbírána, nakládání s nimi a v neposlední řadě také z právního a politického prostředí Čínské lidové republiky, jejímuž právnímu prostředí je podřízena společnost ByteDance, která vyvinula a provozuje sociální platformu TikTok.

Návrh opatření:

1. Na YouTube kanálu města publikovat audiovizuální záznamy z jednání zastupitelstva a ve spolupráci s místními organizacemi a profesionálními dodavateli zajistit tvorbu video obsahu.
2. Prostřednictvím Facebooku častěji odkazovat (zejména u složitějších témat) na hlavní informační platformu města - web města, a to jakmile budou na webu dostupné úplné a kvalitní podklady i zápisy z jednání zastupitelstva, smlouvy, studie apod.
3. Vytvořit instagramový účet města pro prezentaci zajímavostí a událostí zajímavých pro turisty a místní komunity.
4. Zajistit, aby se komunikace na sociálních sítích a webu města vzájemně podporovala a propagovala.
5. Zajistit pravidelnost v publikování příspěvků na sociálních sítích.

29 Participace

Úvod do problematiky a popis výchozí situace:

Existuje mnoho různých způsobů, jak mohou občané města participovat na rozhodování a ovlivňovat směřování a vývoj svého města kromě voleb do městského zastupitelstva. Zde jsou některé z nejčastějších metod:

1. Veřejná shromáždění - setkání, která se konají pravidelně nebo příležitostně, kde mohou občané města hovořit o svých zájmech a připomínkách (např. Fórum Zdravého města)
2. Ankety, dotazníková šetření a průzkumy veřejného mínění: Tyto metody se používají k získání zpětné vazby od občanů města a zjištění jejich názorů na různé otázky.
3. Diskuze a fóra: Diskuze a fóra na internetu, veřejná setkání nebo diskuzní skupiny jsou vhodné pro diskuse o konkrétních otázkách.
4. Petice: nástroj, který mohou občané města použít k prosazení svých názorů nebo žádostí.
5. Veřejná jednání komisí a výborů, příp. pracovních skupin pro přípravu koncepcí, nebo řešení konkrétních problémů.
6. Participativní rozpočet – více viz Příloha č. 2
7. Další metody občanské participace:
 - a. Rodičovská kavárna – setkání zástupců zřizovatele s rodiči žáků školy
 - b. Kulaté stoly (sportovních organizací, osadních výborů, podnikatelů apod.)
 - c. Procházky městem – např. procházka s maminkami po dětských hřištích
 - d. Dětský parlament – pro žáky základních škol
 - e. „Uklidíme Česko“ – společné brigády se zástupci města
 - f. Pocitová nebo názorová mapa – vhodná v rámci větších městských akcí
 - g. Workshopy – věnované aktuálnímu tématu (např. tvorbě veřejného prostranství)
 - h. Odborné semináře pro širší veřejnost
 - k. Osvětové a sociální kampaně
 - l. Tematické (příp. interaktivní) výstavy ve veřejném prostoru

m. Video City-chat nebo Podcast se starostou – on-line diskuse s možností odpovídat občanům na otázky k danému tématu

Návrh opatření:

1. Pořádat každý rok veřejné diskuse k významným záměrům města, a to již ve stádiu jejich přípravy.
2. Zavést participativní rozpočet.
3. Rozšířit metody občanské participace o další, atraktivní formy participace (např. Kulatý stůl osadních výborů, Rodičovská kavárna, Procházka s maminkami na dětská hřiště)
4. Zpřístupnit jednání komisí i výborů veřejnosti a umožnit tak moderovanou diskusi odborné a laické veřejnosti nad různými aspekty (podle zaměření komise) diskutovaného tématu, a to již v přípravném stádiu, tedy ještě před finální formulací návrhu pro rozhodnutí rady nebo zastupitelstva.

30 OOH, městský rozhlas a neadresná distribuce

Úvod do problematiky a popis výchozí situace:

OOH

OOH, tj. venkovní reklama (out of home), je soubor propagačních prostředků, které jsou umístěny na místech s vyšší frekvencí shromažďování veřejnosti. Lze je rozdělit podle mobility na pohyblivé a stabilní. Jako pohyblivá je označována veřejná doprava. Ta v podmínkách města Králíky není příliš uplatnitelná. Využitelný je ale autopark města a jeho organizací. Na vozech osobních i užitkových (kapota, příp. plachta) bývá v jiných městech uplatněn jednotný vizuální styl města, který (spolu s dobrým stavem vozu) podporuje dobrou image města.

Mezi tzv. stabilní propagační plochy se řadí billboardy, reklamní panely, citylighty, bannery, transparenty, reklamní lavičky, světelné reklamy, ale také nástěnky a vývěsky (viz tabulka na následující straně).

Město Králíky užívá pro svá oficiální sdělení, programy kin, pozvánky na akce, ale také pro potřeby místních organizací několik vývěsek a plakátovacích ploch. Stav plakátovacích ploch ve městě není dobrý. Plochy působí neestetickým a prázdným dojmem. Tím škodí image města jako města s poměrně bohatým kulturním a společenským životem.

Město nedisponuje vlastní billboardovou plochou (standardní formát 5,2 x 2,4 m), kterou by mohlo propagovat své nejzajímavější akce, příp. zajímavé akce jiných pořadatelů ve městě Králíky. Taková plocha by mohla být situována na hlavní příjezdové trase před městem a mohla by tak o zajímavých akcích informovat i turisty a obyvatele sousedních obcí.

Svůj propagační a komunikační účel plní i navigační systém města v kombinaci s jednotným dopravním značením kulturních a turistických cílů na pozemních komunikacích. Image města by však prospělo sjednocení podoby navigačního systému v rámci jednotného vizuálního stylu města.

Pro propagaci jednotlivých sportovních a kulturních akcí města i pořadatelé akcí využívají vyčleněná městská zábradlí a ploty, nosné konstrukce v oku kruhového objezdu, zdi s úchytným systémem nebo i další způsoby pro umístění poutačů (transparentů, bannerů). Problematické by však bylo umísťování těchto zařízení v historické části města. Akceptovatelné může být na příjezdových komunikacích, v okolí sportovního areálu, nádraží, škol apod.

Městský rozhlas

V místních podmínkách, jak ukázalo dotazníkové šetření, se jedná o užitečný nástroj komunikace. Místní obyvatelé si na rozdíl od jiných měst příliš nestěžují na rušení hlukem, naopak si pochvalují možnost dozvědět se důležité informace touto formou. Bylo by vhodné v případě potřeby využít možnosti lokalizace hlášení pro jednotlivé místní části.

Městský rozhlas může být navíc využit k okamžitému vysílání výstražného signálu v případě nebezpečí. V takových situacích je výstražný signál obvykle tvořen speciálním zvukem nebo hlasovým projevem, který varuje obyvatele, aby okamžitě přijali opatření ke své ochraně.

Neadresná distribuce

Neadresná distribuce, tj. roznoš komunikačního obsahu do schránek, ať už formou letáků, dopisů, dotazníků či radničního periodika, je velice efektivní formou komunikace. I přes značné objemy reklam roznášených do schránek, je možné při vhodných příležitostech využívat i tento způsob komunikace. Stále je totiž ve městě zastoupena početná skupina obyvatel bez snadného přístupu k internetu.

Stav vývěsek ve městě Králíky:

Popis	Technický stav	Umístění	Způsob využití
oboustranná vývěska označena logem MĚSTO rozdělena do 4 ploch	dobry	ul. 5 května, Králíky	1 plocha - MC EMMA 2 plocha - Junák 3 a 4 plocha - volné
jednostranná vývěska označena logem ZAHŘÁDKÁŘI	dobry	ul. 5 května, Králíky	ZO ČZS Králíky
soubor jednostranných vývěsek v počtu 4 ks jsou určeny pro sdružení nezávislých kandidátů a politických stran	uspokojivý uspokojivý neuspokojivý uspokojivý	ul. 5 května, Králíky	1 vývěska - 1 a 2 plocha – volné, 3 plocha – Pravá pro Králíky 2 vývěska - ČSSD a KDÚ ČSL 3 vývěska - Občané Králicka a TOP 09 4 vývěska - KSČM a Základní škola pr. a Základní škola speciální Králíky
jednostranná vývěska rozdělena do 2 ploch	dostatečný	ul. Jana Opletala, Králíky	1 plocha - Klub na Střelnici 2 plocha - nepodařilo se zjistit
jednostranná vývěska rozdělena do 2 ploch	neuspokojivý	ul. V Aleji, Králíky	obě plochy - Klub na Střelnici
zavěsná vývěska rozdělena do 3 ploch	dobry	na fasádě domu čp. 273, Králíky	1 a 2 plocha - Klub na Střelnici 3 plocha - Klub seniorů Králíky
zavěsná vývěska	dobry	na hřbitovně zdi u domu čp. 390	Služby města Králíky s.r.o.
zavěsná vývěska rozdělena do 3 ploch	dobry	na fasádě domu čp. 462, Králíky	Služby města Králíky s.r.o.
soubor 8 ks zavěsných vývěsek, jsou označeny logem Úřední deska MěÚ Králíky	dobry	na fasádě domu čp. 354 v ul. Dlouhá, Králíky	Městský úřad Králíky
turistická informační tabule	dobry	Velké náměstí, Králíky	Informační mapa pro turisty

informační mapa turistických tras	dobrý	Velké náměstí, Králíky	Zvuková informační mapa tur. tras pro turisty
turistická informační tabule	dobrý	autobusové nádraží Králíky	Informační mapa pro turisty
turistická informační tabule	dobrý	ul. Nádražní, Králíky	Informační mapa pro turisty
závěsná vývěska	dobrý	na fasádě domu čp. 369 - Amálka	TJ Jiskra Králíky - Lyžařský oddíl
turistická informační mapa	dobrý	Dolní Hedeč	Informační mapa pro turisty
jednostranná vývěska, ocelová konstrukce	dobrý	u MŠ Moravská p.p.č. 1083/2	Klub Na Střelnici

zdroj: MěÚ Králíky

Návrh opatření:

1. Instalovat 1 až 2 billboardové plochy u hlavních příjezdových komunikací do města Králíky za účelem propagace zejména kulturních a společenských akcí a dalších atraktivit města.
2. Stanovit pravidla pro venkovní propagaci a připravit seznam konstrukcí a ploch využitelných pro umístění venkovní reklamy (se zvýhodněním propagace kulturních a sportovních akcí i propagace turistických cílů).
3. Zlepšit stav plakátovacích ploch a objem výlepu přizpůsobit velikosti stávajících ploch.
4. Na autech města a jeho organizací i navigačním (orientačním) systému města uplatnit jednotný vizuální styl na podporu dobrého image města.
5. Umožnit lokalizaci hlášení městského rozhlasu pro jednotlivé místní části.
6. Zajistit roznos Kralického zpravodaje do schránek zdarma.
7. Využívat i netradičních možností umístování propagačních panelů (bannerů) za účelem propagace zajímavostí pro turisty nebo osvětových kampaní pro místní obyvatele jako například instalace na mobilních stojanech, na oplocení nebo na laně vypnutém mezi sloupy či stromy (s ochranou proti poškození stromu) apod.

31 Propagace cestovního ruchu

Úvod do problematiky a popis výchozí situace:

Propagace cestovního ruchu ve městě může být jedním z faktorů pro přilákání turistů i pro zvýšení ekonomického potenciálu města. Město Králíky má pro oblast cestovního ruchu zpracován dokument „Koncepce rozvoje cestovního ruchu na Králicku“. Tento dokument město publikuje na svých webových stránkách. Vzhledem k tomu, že se jedná o dokument z roku 2004, bylo by vhodné provést jeho evaluaci a aktualizaci, případně jej pak implementovat do Strategického plánu rozvoje města Králíky.

Králíky mají pohledné historické centrum (památkově chráněné), náměstí s muzeem, měšťanskými domy a barokním kostelem sv. Michaela archanděla. Zájem turistů láká i vojenské muzeum, dělostřelecká tvrz a poutní místo Hora Matky Boží. V blízkém okolí se nachází turisty vyhledávaný areál v obci Dolní Morava i Králický Sněžník, nejvyšší vrchol stejnojmenného pohoří, třetího nejvyššího v ČR. Město Králíky se nachází v Pardubickém kraji, který sice v rámci celostátního srovnání atraktivity turistických cílů patří k těm nejméně turisticky atraktivním, na druhou stranu ale právě sousední lokalita Dolní Morava patří k těm v celostátní měřítku nejvyhledávanějším.

Město Králíky komunikuje se svými návštěvníky nejvíce prostřednictvím svého turistického a informačního centra, které se nachází na Velkém náměstí. Množstvím muzeí se Králíky „vymykají normálu“, a to i v porovnání s turisty navštěvovanějšími městy. Naopak kvalitou služeb v oblasti ubytování a gastronomie celkově Králíky zaostávají.

Kapacita a návštěvnost ubytovacích zařízení ve městě Králíky

	2019	2020	2021
Počet zařízení	8	10	11
pokoje	98	127	136
lůžka	317	380	388
Hosté	6 152	5 182	5 634
z toho nerezidenti	839	382	499
Přenocování	14 975	14 495	14 822
z toho nerezidenti	1 833	877	1 182
Průměrný počet přenocování (noci)	2,4	2,8	2,6

Zdroj: ČSÚ

V porovnání s předcovidovým rokem 2019 dosáhl podle dat ČSÚ objem návštěvnosti v letních měsících roku 2022 v České republice 97 % stavu „před covidem“. Podle přehledu o hostech a přenocování v ubytovacích zařízeních v Králíkách byl však zaznamenán u nerezidentů mnohem vyšší pokles.

Město poskytuje svým návštěvníkům (zejména prostřednictvím TIC) poměrně pestrou škálu informačních materiálů. Ty však postrádají jednotící prvek, resp. jednotný vizuální styl, kterým by se prezentovalo město Králíky a podpořila se tak i jeho dobrá image před turisty.

Město nedostatečně využívá potenciálu sociálních médií. Nepropaguje se na Instagramu (nemá vlastní stránku), ani ve svém vlastním YouTube kanálu. Web města aktuálně působí velice nevábným dojmem. Objem informací poskytovaných turistům prostřednictvím webu je sice poměrně velký, ale forma prezentace atraktivních turistických cílů musí být sama o sobě rovněž atraktivnější.

Návrh opatření:

1. Nové webové stránky, které v sekci pro návštěvníky města budou obsahovat atraktivnější a vícejazyčnou (polsky, anglicky, německy, slovensky, ukrajinsky) formu informací o historii města, turistických atrakcích, kulturních akcích a nabídce ubytování a stravování. Webové stránky budou dobře navigovatelné a responzivní.
2. Zkvalitnit propagaci města prostřednictvím sociálních médií jako je především Instagram, Facebook, YouTube, Twitter. S výjimkou sítě Tik Tok, jejíž využívání nedoporučuje Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost. Město musí zveřejňovat kvalitnější obsah - fotografie a videa turistických atrakcí, akcí a míst k ubytování a stravování. Město bude s turisty na sociálních sítích komunikovat, zapojovat turisty do diskusí a odpovídat na jejich otázky.
3. Město bude vydávat tiskové zprávy, které informují o nových atrakcích, akcích a turistických nabídkách. Zasiílat je místním, regionálním i celostátním médiím (podle významu a charakteru zprávy).
4. Město bude podporovat vybrané kulturní akce, které přitahují turisty. Tyto akce by měly být propojené s místními kulturními tradicemi a historií.
5. Pro turistické informační centrum, ubytovací zařízení apod. vytvořit plánek města propagující turisticky zajímavá místa (kromě známých památek také místa zajímavá poutavými příběhy, pověstmi a událostmi). Tento plánek by měl zahrnovat i QR kód odkazující na audioprůvodce městem a měl by být prezentován v jednotném vizuálním stylu města, stejně jako jednotlivé letáčky informující o turistických cílech.
6. Zlepšit venkovní navigaci po turisticky zajímavých místech a doplnit ji o audioprůvodce městem (na turisticky zajímavé objekty viditelně umístit stručnou informaci s QR kódem pro další (zajímavou formou podané) informace o daném objektu.

7. Vytvořit atraktivní balíčky pro školní zájezdy. Propojovat v nich historická a aktuální témata (např. témata naší historie a občanskou výchovu k vlastenectví prezentovat na pozadí událostí roku 1938 v prostředí kralického opevnění), spojit vzdělávání se zážitky (příroda, sport), vytvořit podmínky a motivovat pedagogy k pořádání školních výletů do města Králíky.

8. Propagovat město v zahraničí prostřednictvím svých partnerských měst (na jejich webech a v sociálních médiích, ve veřejném prostoru formou mobilní výstavy o městě Králíky, slevovými kupóny pro obyvatele partnerských měst i výměnnými pobyty sportovců, mládeže apod.).

9. Zlepšit komunikaci s místními podnikateli v oblasti turistického ruchu, aby společně propagovali město a nabízeli turistům atraktivní balíčky služeb. Tuto nabídku pak společně propagovat i směrem k cestovním kancelářím zaměřeným na domácí turistiku i cestovním kancelářím v zahraničí (zejména v Polsku). Spolupracovat s provozovateli areálu Dolní Morava i obcemi Králícka i Pardubického kraje na společných a koordinovaných aktivitách propagace regionu.

10. Vytvořit sadu propagačních a upomínkových předmětů.

32 Postup přípravy komunikačního opatření

Úvod do problematiky a popis výchozí situace:

Pro komunikaci města je třeba určit konkrétní odpovědnost za včasnou identifikaci potřeby komunikace, výběr médií, relevanci a formální i obsahovou správnost publikované informace, její schválení a uveřejnění co možná nejefektivnějším způsobem.

Doporučujeme, aby odpovědnost za výše uvedené nesla vždy ta osoba, co odpovídá za k tématu komunikace příslušnou agendu na MěÚ Králíky, příp. v organizacích města Králíky. Pro účely komunikační strategie tuto osobu nazýváme: GARANT TÉMATU.

Zároveň je potřeba průběžně prohlubovat znalosti a kompetence pracovníků městského úřadu v práci s komunikačními nástroji. V organizační struktuře úřadu by měly figurovat konkrétní osoby pověřené umístováním příspěvků na webové stránky v rámci jednotlivých odborů.

Doporučený postup přípravy komunikace garantem tématu:

1. fáze: identifikace potřeby komunikace

Potřeba zajistit komunikaci jednotlivých informací (vč. dokumentů) a témat vyplývá z právních předpisů i příslušných dokumentů města (viz např. jednací řády, směrnice o zadávání veřejných zakázek, dotační program apod.), příslušného komunikačního plánu či harmonogramu akce, z pokynů nadřízených, ale často i z osobního zhodnocení situace garantem tématu nebo představiteli samosprávy města.

2. fáze: příprava obsahu a formy komunikace - v této fázi garant tématu formuluje obsah i formu sdělení.

3. fáze: výběr vhodných médií (plán komunikace) a vystavení objednávky - v této fázi garant tématu vybírá vhodná média primárně z aktuálního medialistu městských médií.

4. fáze: schválení obsahu a formy sdělení - garant tématu potvrdí správnost obsahu, formy a výběru médií osobou pověřenou komunikací, případně, podle situace a charakteru sdělení, vedoucím nebo politickým gestorem tématu (starosta, místostarosta, radní) a připravené podklady v souladu s technickými podmínkami média předá k publikaci v určeném termínu.

Za publikaci v médiu pak v případě médií města Králíky zodpovídají k tomu příslušné osoby (administrátor, správce sociální sítě, šéfredaktor zpravodaje apod.) a v případě externích médií příslušný dodavatel na základě smlouvy.

Doporučené zásady:

1. Včasná stručná informace je lepší než úplná, ale pozdní
2. Transparentnost předpokládá srozumitelnost a úplnost podstaty sdělení, pravdivost (ověřená fakta), snadnou dostupnost informace i přiměřený rozsah.
3. Relevance – informace pro konkrétní cílovou skupinu musí být pro ni vždy srozumitelná a užitečná; volba média musí zohledňovat i termíny redakční uzávěrky a zveřejnění.

4. Obsáhlejší komunikační obsahy, které jsou zároveň určeny větší cílové skupině, je vhodné doplnit také kreativními prvky (zájem vzbuzující, ne však bulvární, titulek, vhodná ilustrační fotografie nebo grafika, ikony, příp. další grafické elementy apod.).
5. Kreativní zpracování informace (např. leták, plakát, video) se řídí pravidly (např. pravidla pro používání znaku města, logomanuál, resp. manuál jednotného vizuálního stylu).
6. Případný výběr externího dodavatele (grafik, grafické studio, reklamní agentura) se řídí vnitřními předpisy MěÚ.
7. Při vizualizaci kvantitativních informací (grafy) se preferuje vypovídací hodnota před kreativní atraktivitou (např. sloupcové grafy ano, koláčové grafy ve 3D ne)
8. Pro administraci webových stránek platí instrukce hlavního administrátora; v rámci každého odboru jsou určení administrátoři odpovědní za publikaci informací na webu města.
9. Při sestavení rozpočtu na komunikaci ctít zásadu 3E (účelnost, hospodárnost a efektivita), rozpočtová pravidla, příp. směrnici o zadávání veřejných zakázek malého rozsahu a další předpisy.
10. U médií, která nejsou vlastněna městem, je důležité posoudit efektivitu média pro komunikaci v určené cílové skupině, tj. mediální ukazatele: CPT v cílové skupině – cena za tisíc čtenářů v cílové skupině, PPC – Pay per Click apod.
11. Informace patří primárně na web města a odkaz na ně je podporován prostřednictvím ostatních komunikačních nástrojů a médií.
12. Publikovat informace v odpovídajícím komunikačním kontextu – informace (zejména dokumenty) umísťovat na web na správné místo (v předvídatelných souvislostech a logice).
13. Afinita média vůči cílové skupině – vhodnost média pro cílovou skupinu i charakter sdělení, ale i vhodnost kontextu, v jakém je informace (např. formou inzerce) publikována.
14. A/B Testing (angl. A/B split-run testing) propagačního sdělení umožňuje porovnat efektivitu více variant kreativního sdělení (titulek, obrázků) nebo marketingového on-line nástroje. Po nějaké době je ze statistik patrné, která reklama přiměla kliknout více lidí a ostatní varianty se pak zastaví.
15. Pro specifické účely komunikace jednotlivých strategických cílů komunikace mohou být sestaveny konkrétní doporučené návody (vzory komunikačních plánů).
16. Mimořádné (např. krizové) situace zpravidla vyžadují komunikační pokrytí a konzultaci s odborníkem na komunikaci.
17. Participace formou průzkumů dotazníkových šetření a anket vyžaduje odbornou přípravu i odbornou interpretaci výsledků.
18. Finální texty korekturuje odborník na komunikaci (např. redaktor, copywriter, příp. osoba pověřená komunikací) a jazykový korektor; případnou publikaci osobních údajů v případě potřeby pověřenec GDPR.
19. Informace pro městská média poskytuje garant tématu.

20. Informace pro externí média poskytuje tiskový mluvčí, příp. garant tématu v dohodnutém rozsahu a formě.

Návrh opatření:

1. Ustanovit role garantů tématu komunikace.
2. Uspořádat školení těchto garantů v práci s komunikačními a participačními nástroji a technikami.
3. Stanovit pravidla pro přípravu komunikačního výstupu města, resp. městského úřadu.

33 Příloha č. 1 / Požadavky na logo města

Správné logo města musí splňovat značné množství navzájem velmi provázaných kvalitativních parametrů. Zde je přehled těch hlavních:

A - Identifikační kritéria

A1. Nezaměnitelnost (originalita)

Nezaměnitelnost v úzkém slova smyslu jistě zajistí název města v logu, ale zde jde i o dominující grafické prvky.

A2. Rozpoznatelnost (identifikovatelnost)

Logo by měla být snadno rozpoznatelná. Rozpoznatelnost je ovlivněna zejména vizuální složitostí. Čím je logo tvarově složitější, tím horší je její rozpoznatelnost. Čím je logo tvarově jednodušší, tím snáze je rozpoznatelná. Svou roli však hraje nejen tvar, ale také zvolená barevnost. Zde je však potřeba si uvědomit, že při zjednodušování se nesmí překročit určitá hranice — přílišná vizuální banálnost totiž vede k ohrožení dalších kritérií, zejména originality.

A3. Zapamatovatelnost

Logo by mělo být snadno zapamatovatelné. K zapamatovatelnosti loga přispívá i výraznost a jednoduchost.

A4. Nápaditost

Nápaditost může spočívat i v sekundárním významu grafického prvku. Nápaditost ovlivňuje rozpoznatelnost, originalitu a zapamatovatelnost.

A5. Nadčasovost

Logo města by mělo být vždy koncipováno jako dlouhodobé, a proto stylisticky konzervativnější, než je tomu u log krátkodobých. Přesto je potřeba si uvědomit, že loga měst budou vždy do určité míry poplatná stylu své doby a jako taková se vždy nakonec přizpůsobí vývoji.

A6. Čitelnost

Špatně zvolené či nejednoznačné písmo zhoršuje čitelnost. Chybou je písmo příliš nahuštěné nebo „za každou cenu originální“. Přesto lze říct, že „značka“ města (nezaměňovat s „logo“) je obvykle natolik známá v prostředí cílových skupin, že na její čitelnost nemusí být kladeny tak přísné nároky jako v případě loga méně známé městské organizace.

A7. Lokalizovatelnost

Vedle názvu města přispívá i využití grafického odkazu na dominantu či zajímavost města, případně charakter geografického, resp. přírodního, okolí města. Vždy tedy něčeho, co je pro město typické a všeobecně známé.

A8. Rozšiřitelnost

Tato vlastnost zajišťuje možnost odvozování log organizací zřizovaných městem (obchodních společností, organizačních složek města a v omezené míře u příspěvkových organizací – např. v případě více subjektů se stejným předmětem činnosti je lepší pro ně používat vlastní originální loga), případně log jednotlivých zařízení města (knihovna, stadion, bazén ...).

B - Sémantická (významová) kritéria

B1. Název

Přípustný je pouze název města v nominativu singuláru

B2. Srozumitelnost

Výklad symbolů nezávisí jen na kulturním kontextu daného regionu, ve kterém se logo primárně používá, logo by mělo zaručovat vhodný a správný výklad u všech cílových skupin (tj. vč. turistů, návštěvníků města apod.). Výklad obsahu nesmí dávat prostor pro dvojsmysly a nemá být ani ve zjevném nesouladu s vizí rozvoje města.

B3. Vztah loga ke znaku města

Znak města a logo města by měly být vzájemně nezaměnitelné. Přesto může tvůrce loga moderním způsobem využít dominantní element znaku města. Není to však vůbec nutné.

B4. Emotivní hodnota

Logo by mělo vyvolávat sympatie. Některé typy písma mohou vzbuzovat i negativní emoce (např. písmo frekventované v různých neradostných dobách), stejně tak i různé barvy budí různé emoce a totéž může platit o vhodně či nevhodně zvolených grafických odkazech na různé charakteristiky města.

B5. Odolnost proti zneužití

Logo musí být odolné proti poškození i ve významové rovině. Je velice nešťastné, když lidé ve značce vidí něco, co tam být nemá. Pak logo svádí k různému dokreslování, doplňování, otáčení, oddělení či umazání částí, což má za následek mnohdy zásadní významový posun v jeho vnímání.

C - Estetická kritéria

C1. Kvalita a míra výtvarné stylizace

Svou roli zde hrají estetika, cit, vkus a elegance. Posouzení z hlediska kvality výtvarné stylizace je dobré přenechat odborníkům. Jen cvičené a vzdělané oko totiž mnohdy dokáže identifikovat případnou vizuální problematičnost loga.

C3. Barevná řešení (vč. černo-bílého a barevně inverzního)

Více než dvě barvy se nedoporučuje používat. Logo města má být definováno v černo-bílém provedení, barevném provedení i v různých stupních šedi. Přestože se již nepoužívá faxová komunikace, je černo-bílá varianta je důležitá. Stále jsou používány černo-bílé tiskárny a razítka a i do budoucna se uplatní při rytí do kovu, pískování do skla apod.

Při výběrovém řízení na logo města doporučujeme vybírat primárně v základní černo-bílé variantě. Jinak hrozí, že kvalitní návrh bude zavrhnut jen kvůli zvolené barevnosti. Posuzování barev je totiž velmi výrazně ovlivněno individuálním vnímáním barev. U kvalitního tvarového řešení loga je možné definovat barevnost až v dodatečném dialogu s dodavatelem.

Barevné provedení loga by sice mělo respektovat psychologii vnímání barev, ale příklady z praxe ukazují, jak protichůdný může být výklad symboliky barev (např. červená barva symbolizuje lásku a válku, krev, revoluci zároveň). Různé barvy mohou také mít i různé politické konotace. Obava ze spojování barev s politickými stranami je sice oprávněná, ale prakticky neřešitelná, protože oblíbené barvy již byly dávno „rozebrány“.

S barevností také bezprostředně souvisí nutnost vytvořit tzv. inverzní (negativní) varianty loga. Tyto varianty slouží pro užití na tmavém pozadí.

Součástí manuálu jednotného vizuálního stylu nebo logomanuálu (příručka, která definuje a kodifikuje zacházení s logem) by měla být i tabulka, která přehledně definuje, na jak tmavém pozadí se má ještě použít pozitivní varianta loga a od jaké tmavosti se má použít negativní.

C4. Tvarové (kompoziční) varianty

Loga musí mít definovány různé tvarové varianty – např. základní (osová) a doplňková (šířková).

C5. Kvalita použitého písma (typografie)

Stejně jako v řeči můžeme použít různou intonaci či barvu hlasu, lze ve značce použít písmo, které dotváří její emotivní hodnotu. Je třeba rovněž sledovat, zda použitá typografie příliš nápadně nepřipomíná známé logo jiného města v širším regionu, případně známé logo nějaké korporace nebo politické strany.

C6. Atraktivita

Atraktivita loga bývá často zvyšována užitím aktuálních módních trendů. Přesto je dobré pamatovat při výběru loga i na to, že by mělo fungovat poměrně dlouhodobě.

D - Technologická kritéria - aplikovatelnost (reprodukovatelnost)

Aplikovatelnost je dána zejména schopností kvalitní reprodukce (zobrazení). Ovlivňují ji následující faktory:

D1. Minimální velikost

V praxi potřebujeme zajistit to, aby bylo logo čitelné a rozpoznatelné i ve velmi malých velikostech. Většinou se doporučuje vytvořit logo tak, aby fungovalo i při šířce 8–9 mm (verze loga bez dovětku či sloganu; varianty s dovětkem začínají většinou fungovat až zhruba od 25 mm). Někdy se proto zpracovávají i různé verze loga pro různé velikosti užití (např. zjednodušená verze pro velikosti do 15 mm a plnohodnotná verze pro větší velikosti).

D2. Kvalita provedení detailů

Při použití loga na velkých formátech hraje důležitou roli kvalita, ve které jsou vyvedeny detaily loga. Nároky na kvalitu zpracování jsou do značné míry determinovány pozorovací vzdáleností.

D3. Používané technologie

U dlouhodobých log není možné dopředu stanovit, jakými technologiemi bude potřeba logo vyobrazit, proto musí splňovat reprodukovatelnost co nejširší škálou technologických procesů (elektronické zobrazení na monitoru, projekce na projektorech, malonákladový (kancelářský) tisk, velkonákladový (ofsetový) tisk, gravírování, pískování, leptání, vyřezávání z fólie, sítotisk, výšivka na textil apod.)

D4. Materiály

Kvalita materiálu plochy, na které se logo objeví ovlivňuje i kvalitu reprodukce loga. Je nutné si uvědomit, že tou plochou nebude vždy jen papír, ale také projekční plátno, monitor, látka, sklo apod.

D5. Barevné systémy

Barevnost loga by měla být kodifikována různými barevnými systémy. Za minimum se dnes považuje kodifikace barev RGB (obrazovkové barvy), CMYK (soutiskové barvy) a Pantone (systém pro tisk přímých barev). Praktické je však uvádět i další systémy pro signmaking (např. fólie 3M, Avery), pro stavebnictví (RAL), vědecké a kalibrační účely (CIELAB).

D6. Světelné podmínky

Dostatečný kontrast vůči pozadí, na kterém se logo bude vyskytovat

34 Příloha č. 2 / Zásady pro tvorbu participativního rozpočtu města Králíky

I. Vysvětlení základních pojmů

- Participativní rozpočet města Králíky (dále jen „PaRo“) proces, v rámci kterého je občanům města umožněno přímějí rozhodovat o zastupitelstvem stanovené části rozpočtu města;
- Občan města (dále jen Občan) - fyzická osoba, která v době hlasování (viz bod VII) dosáhla věku 18 let a je přihlášena k trvalému pobytu v Králíkách;
- Obyvatel města (dále jen Obyvatel) - fyzická osoba starší 18 let, která v Králíkách žije, či prokazatelně působí (tzn. bydlí zde, nebo je zde např. zaměstnána, podniká, studuje, je zde členem sportovní či jiné organizace);
- Město - město Králíky;
- Projekt - investiční (vč. projektové přípravy) i neinvestiční akce na území a majetku města;
- Koordinátor PaRo - osoba určená Radou města Králíky odpovědná za průběh PaRo vč. plnění úkolů dle bodu X;
- Navrhovatel projektu - Obyvatel, který podal návrh projektu;
- Podporovatel projektu - Obyvatel, který vyjádří svoji podporu Projektu svým podpisem na podaném návrhu nebo návštěvník webové stránky PaRo, který na ní vyjádří svoji podporu Projektu;
- Podmínka minimální podpory - získání 5 Podporovatelů při podání návrhu nebo nejméně 25 Podporovatelů, kteří vyjádří svoji podporu Projektu na stránkách PaRo
- Výzva - dokument schválený Radou města Králíky, kterým se vyhláší proces PaRo, vč. harmonogramu a těchto zásad, jimiž se proces PaRo řídí.
- Pracovní skupina PaRo – radou jmenovaný tým sestavený ze zástupců odborů MěÚ Králíky, které se podílí na posouzení proveditelnosti navržených projektů, koordinátora PaRo, příp. i členů rady města odpovědných za zdárnou realizaci PaRo.

II. Jak to celé probíhá

Proces PaRo se skládá z několika navazujících fází:

(doporučené opakování procesu: 2x, nebo 4x za volební období)

1. Zahájení = vyhlášení výzvy k podávání návrhů / schvaluje Rada města Králíky;
2. Podávání návrhů projektů / Obyvatelé;
3. Posuzování proveditelnosti návrhů projektů / Město, resp. příslušné odbory MěÚ Králíky;
4. Zveřejnění navrhovaných Projektů a získávání podpory pro podané návrhy / Město a Občané;
5. Hlasování / Občané;
6. Realizace projektů / Město;
7. Vyhodnocení / Město s Občany.

III. Vše začíná Výzvou

Proces PaRo zahajuje Rada města Králíky vyhlášením Výzvy, která stanovuje především:

- a. objem finančních prostředků - doporučujeme: minimálně 800 000 Kč, maximálně 1 500 000 Kč.
- b. zásady, jimiž se proces PaRo řídí - doporučujeme vycházet z tohoto dokumentu
- c. harmonogram procesu PaRo

IV. Jak podávat projekty

1. Kontakty a způsoby podávání projektů budou uvedeny ve Výzvě.
2. Každý obyvatel města může podat návrh na nejvýše tři Projekty.
3. Návrh musí obsahovat minimálně tyto informace:
 - a. název Projektu,
 - b. popis návrhu Projektu (vč. situačního nákresu, příp. fotodokumentace nebo ilustrace).
 - c. veřejný přínos Projektu,
 - d. umístění Projektu (nebo informaci o jeho nevázanosti na konkrétní místo),
 - e. odhad předpokládaných finanční nákladů na přípravu a realizaci Projektu, vč. odhadu případných ročních provozních nákladů,
 - f. údaje o navrhovateli: jméno, příjmení, obec, kde má trvalé bydliště; nemá-li trvalé bydliště v Králíkách, pak stručný popis vztahu navrhovatele k městu Králíky
 - g. kontakt na navrhovatele: telefonní číslo a e-mailová adresa,
 - h. podpis navrhovatele.

Je-li návrh podepsán vedle Navrhovatele i nejméně pěti Podporovateli vč. kontaktu na ně (pro účely případného ověření), je tím splněna Podmínka minimální podpory.

V. Jaké projekty lze navrhovat?

1. Projekty předkládané obyvateli města musí splňovat tyto podmínky:
 - a. Projekt je veřejně prospěšný.
 - b. Předpokládaná doba realizace Projektu vč. přípravy by neměla přesáhnout dobu max. 3 roků od hlasování (viz VII).
 - c. Město je oprávněno projekt realizovat.
 - d. Projekt musí být na majetku a území Města, v souladu s platným územním plánem Města.
 - e. Celkové předpokládané náklady na realizaci jednoho Projektu včetně předpokládaných ročních provozních nákladů nepřekročí částku 750 tis. Kč.
 - f. Případné roční provozní náklady Projektu nepřekročí 30% z celkových nákladů Projektu. A dále:
 - i. do návrhu rozpočtu Projektu musí být zahrnuty veškeré předvídatelné výdaje (zejména projekční příprava, investiční náklady i případné roční provozní náklady), a to bez ohledu na případně plánované příjmy;

- ii. případné příjmy plynoucí z Projektu budou náležet do rozpočtu investora, tj. Města.
- g. Projekt se netýká bytového fondu Města.
- h. Projekt nesmí propagovat produkty, služby, činnosti či stanoviska subjektů komerčního, náboženského či politického charakteru.
- i. Cílem Projektu nesmí být přímé poskytování finančních prostředků (například formou dotací, výher či darů).
- j. Projekt nesmí být jen studií nebo jen stavebním projektem (projektovou dokumentací), tj. musí zahrnovat i vlastní realizaci provozní náklady na 1 rok provozu.

VI. Podmínka minimální podpory

1. Každý Projekt, aby mohl být zařazen do hlasování, musí získat buď 5 Podporovatelů při podání návrhu, příp. 25 Podporovatelů, kteří vyjádří svoji podporu Projektu na webových stránkách PaRo.

VII. Jak se ověřuje proveditelnost Projektu

1. U Projektů, které splní podmínky uvedené v bodě V a dále Podmínku minimální podpory (viz bod VI) se ověří jejich proveditelnost.
2. Proveditelnost se posuzuje zejména se zřetelem k:
 - a. formálním náležitostem Projektu,
 - b. souladu Projektu s požadavky stanovenými v těchto zásadách – viz bod V,
 - c. ověření předpokládaných nákladů Projektu,
 - d. případné kolizi s připravovanými investicemi nebo opravami města, či jiných subjektů
 - e. nezbytnému souladu se zákony a jinými právními předpisy.
3. O proveditelnosti Projektu rozhoduje Pracovní skupina PaRo na základě stanovisek věcně příslušných odborů MěÚ Králíky, příp. dotčených organizací města (o stanovisko je žádá Koordinátor PaRo).
4. Navrhovatel projektu bude v rámci ověření proveditelnosti vyrozuměn, zda je jím navržený projekt:
 - a. proveditelný v předložené podobě,
 - b. potřebuje dílčí úpravy,
 - c. je neproveditelný.
5. Koordinátor PaRo bude Navrhovateli poskytovat informace o posuzování jeho projektu.
6. Ve fázi podávání návrhů bude mít Navrhovatel možnost provést dílčí úpravy projektu, aby vyhověl požadavkům na proveditelnost.

VIII. Hlasováním se určí pořadí

1. Do hlasování jsou zařazeny jen ty Projekty, které:
 - a) vyhoví podmínkám podání návrhu (viz bod V)
 - b) splní Podmínku minimální podpory (viz bod VI)

c) mají ověřenou proveditelnost (viz bod VII)

2. Hlasovat může každý Občan města
3. Hlasování probíhá pomocí on-line nástroje PaRo, na který odkazují webové i FB stránky města, případně vhozením hlasovacího lístku s unikátním kódem do hlasovacího boxu (bližší podmínky, webová stránka, příp. další místa a termíny pro hlasování budou stanoveny Výzvou)
4. Každý hlasující má 2 pozitivní hlasy, které může rozdělit mezi Projekty, nebo oba přidělit jedinému Projektu.
5. Při hlasování doporučujeme nepoužívat tzv. negativní hlasy, příp. max. jeden. Negativní hlasy lze pak využít i jako pomocné kritérium v případě rovnosti hlasů. Rovněž lze stanovit, že pokud Projekt získá určité vysoké procento hlasů negativních, bude vyloučen.

IX. Vítězné projekty a jejich realizace

1. Dva vítězné projekty budou určeny dle dosaženého pořadí.
2. Vítězné projekty budou zařazeny do rozpočtu Města pro rok 2024.
3. Výsledky hlasování a vítězné projekty budou zveřejněny.
4. Vítězné projekty budou financovány a realizovány Městem.
5. Pokud skutečné náklady na vítězný projekt překročí předpokládanou částku o více jak 25%, budou městem dofinancovány. V případě, že je k dokončení Projektu nutné vyšší překročení, bude o Projektu rozhodovat Zastupitelstvo města Králíky.
6. Pokud skutečné náklady nedosáhnou předpokládané částky, zůstane úspora v rozpočtu města.
7. Pokud jsou vítězné Projekty místně či časově neslučitelné, je realizován ten, co se v hlasování umístil lépe a Zastupitelstvo města Králíky rozhodne o tom, zda má být tento vyřazený projekt nahrazen třetím v pořadí, nebo realizován jiným způsobem (místně a časově slučitelným)
8. Pokud dojde zásahem vyšší moci k prodloužení realizace projektu nad 3 roky, bude projekt dokončen. (Pokud dojde zásahem vyšší moci k nerealizovatelnosti projektu, projekt nebude realizován.)

Na realizaci projektu není právní nárok.

X. Informace a konzultace budou k dispozici

1. Obyvatelé města budou průběžně informováni o PaRo mj. prostřednictvím informačního kanálu kabelové televize, Zlobice, webu a FB města, letáků, plakátových ploch a dalšími informačními kanály.
2. Informace a konzultace poskytuje Koordinátor PaRo, a to v úřední době MěÚ Králíky, příp. po předchozí domluvě i jindy.
3. Po vyhlášení výzvy bude svoláno veřejné setkání s Obyvateli města zaměřené na představení PaRo a rad, jak vypracovat návrh projektu.
4. Na závěr procesu PaRo proběhne hodnotící setkání zaměřené na nápady jak PaRo zlepšit.

5. Setkání budou probíhat ve všední dny ve večerních hodinách.

XI. Koordinátor PaRo vám poradí

1. O zdárný průběh procesu PaRo se stará Koordinátor PaRo pověřený Radou města Králíky na návrh tajemníka MěÚ Králíky.
2. Koordinátor PaRo obstarává zejména:
 - a. komunikaci s Obyvateli, Občany a Navrhovateli Projektů,
 - b. spolupráci na tvorbě a realizaci komunikační kampaně,
 - c. návrh a dodržování harmonogramu,
 - d. ověřování proveditelnosti projektů včetně komunikace s dotčenými subjekty,
 - e. spolupráci s Navrhovateli při odstranění nedostatků v navrhovaných Projektech,
 - f. zveřejňování podaných návrhů na projekty, výsledků hlasování a průběhu realizace projektů.

David Holman

d.holman@contimex.cz | +420 725 555 195

35 Závěr

Tento projekt byl spolufinancován z prostředků ESF a státního rozpočtu ČR prostřednictvím operačního programu Zaměstnanost v rámci projektu „Městský úřad Králíky - Přívětivý úřad“, registrační číslo projektu CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016586.