

Analýza komunikace města Stod s veřejností

zpracováno v rámci projektu KOMPAS – komunikace a participace samozřejmě



Centrum pro komunitní práci západní Čechy

Mgr. Petr Pelcl

petr.pelcl@cpkp.cz

+420725800820



Podpořeno grantem z Islandu, Lichtenštejska a Norska v rámci EHP fondů.

www.fondnno.cz a www.eeagrants.cz

1. Hodnocení komunikace ze strany poučených profesionálů

Výběr respondentů zajistilo vedení města z okruhu lidí intenzivně zapojených do chodu města, členů odborných komisí Rady města, zastupitelů nebo vedení významných firem, které jsou v přirozeném kontinuálním styku s městskou samosprávou. Považujeme je proto za tzv. poučené profesionály, mají detailní informaci o chodu městské samosprávy a sami se na ní často podílí jako součást své profese.

1.1. Základní komunikační návyky

Respondenti preferují k získávání informací internet. Ve 100% prostřednictvím algoritmického vyhledávání klíčových slov (Google, jiné vyhledávače). Vedle kontextového vyhledávání byly na druhém místě nejčastěji uváděny brožury a jiné tištěné informační materiály (66% respondentů), dále školení a překvapivě sociální sítě. **Z perspektivy velkých měst by se mohlo zdát, že doba tištěných materiálů pomalu končí, ve Stodu to však zjevně není pravda.** Zajímavá je skutečnost, že žádný z respondentů neuváděl jako zdroj informací přímou komunikaci se svými spolupracovníky nebo přáteli a/nebo sociální sítě. Na sofistikované závěry v této oblasti byl zkoumaný vzorek respondentů příliš malý, nicméně se zde projevuje v rozhovorech zmiňovaná **konzervativnost obyvatel Stodu.** Obyvatelé Stodu se zde významně více než jinde **spoléhají na formální (formalizované) nástroje pro získávání informací,** ty neformální nejsou považovány za důležité nebo jsou vytlačovány na periferii zájmu. Citace: „*Starosta chodí na hodně akcí a baví se s lidmi, ostatní zastupitelé nikam moc nechodí. Žijí pod skleněným zvonem.*“

Relativně překvapivé je v tomto kontextu poměrně **intenzivní využívání sociálních sítí** (především v porovnání s městy Horažďovice a Nepomuk, která byla analyzována současně v rámci téhož projektu). Zřejmě se projevuje relativní blízkost Plzně, kde je intenzivní život na sociálních sítích společenským standardem.

Všichni respondenti se vyznačovali vysokou počítačovou gramotností, tráví u počítače v průměru 4 hodiny denně, kdy u něj zčásti plní své pracovní povinnosti, jde o vysoké číslo, když uvážíme že ve skupině respondentů převládali učitelé a jim podobné profese, jejichž práce nespočívá v celodenní práci s počítačem. V drtivé většině (80%) využívají i svůj **domácí počítač k plnění pracovních úkolů, opět zřejmě zčásti důsledkem převládající profese respondentů.** Jen minorita na hranici rozlišitelnosti se na internetu rovněž baví. Druhým nejčastějším využitím je hledání praktických informací a koníčků, následované nákupy.

Respondenti jsou cca z poloviny příjemci pravidelných e-mailových informací (obvykle jsou zapojeni v rozesílacích souvisejících s jejich pracovním zařazením). Dvě třetiny z nich vedle e-mailových fór odebírá i nějaký (obvykle rovněž profesní) elektronický newsletter distribuovaný e-mailem, jen menší část z nich to ovšem považuje za dobrý způsob šíření informací, obvykle totiž nemá čas tyto pravidelné informace číst, nebo je vlastně nezajímají. Obvykle preferovali doplnění informace ve formě školení nebo podrobnějšího tištěného textu.

Přesně polovina respondentů má vlastní facebook profil. U žádného z nich jsme se nesetkali častými odmítavými reakcemi na sociální sítě jako celek. Uživatelé, kteří facebookovým profilem disponují patří do skupiny aktivních uživatelů. Svou facebook timeline sledují obvykle nejméně jednou týdně, ale standardem je téměř každodenní sledování a sami na facebook přidávají vlastní příspěvky zhruba jednou týdně. Tedy lze zobecnit, že **ve Stodu postupně roste skupina lidí, kteří jsou na sociálních sítích relativně aktivní a tvoří to neoddělitelnou složku jejich**

života. Třetina respondentů, kteří mají vlastní Facebook profil, jsou rovněž správci dalších stránek týkajících se jejich pracovních povinností nebo zájmů. Facebook se tedy začíná stávat součástí běžného šíření profesních informací, přestože stále přetrvává jeho funkce zábavy. **Téměř všichni respondenti uváděli, že pro radnici považují Facebook za jedno z velmi významných médií.** Zatím lze vystačit se sítí Facebook, ostatní sociální sítě mají v podmínkách malého města nulovou nebo téměř nulovou penetraci.

Obecně témata

Odpovědi respondentů jde rozdělit v zásadě do 3 základních okruhů:

- a) plánování rozvoje města vyžaduje projednání s dotčenými, aby se tak **předem pacifikovala nevole občanů**, radnice má vysvětlovat svoje záměry, úvahy a plány do budoucna;
- b) vedení města tak **získává zpětnou vazbu** k vlastním krokům, které může na jejím základě korigovat vlastní kroky, na základě identifikovaných potřeb veřejnosti může radnice jako zvolené vedení města rozhodovat,
- c) důsledná a vstřícná komunikace radnice s občany pomáhá **budovat sounáležitost lidí s místem**, kde žijí a pomáhá zlepšovat společenské klima ve městě, aby se lidé podíleli na tvorbě města.

Každá místní samospráva obvykle komunikuje s občany ze všech výše uvedených důvodů, které musí být potřebné rovnováze. Základním principem je včasnost a otevřenost. Respondenti v součtu žádnou z výše uvedených oblastí nezdůrazňovali jako důležitější, ve vzácné vyváženosti jmenovali každou z oblastí rovnocenně.

Komunikace jako nástroj předcházení konfliktům zdůrazňuje přenos informací od radnice k veřejnosti. Citace: „*Radnice musí dokázat vysvětlit svoje záměry, úvahy, plány do budoucna. Příkladem může být rekonstrukce MŠ, bylo k dispozici minimum informací, lidi nechápali postup firmy a harmonogram. Pokud by ta informace byla včas, předejde se naštvání, i když se něco nedaří. Lidi akceptují dopravní nebo jiná omezení, když to ví. Jinak to zhytečně dělá zlou krev.*“ Jde o klasický přístup shora dolů. Radnice jako rozumný správce věcí veřejných včas a kvalitně informuje občany, aby opatření hladce akceptovali a zvykli si na něj. Přesto v tom má i současné vedení svoje limity. „*V současnosti je komunikace s lidmi trochu zbržděná. Pověsit na internet zápisy z jednání Rady a Zastupitelstva nestačí, lidi nedokážou domyslet důsledky. Je potřeba zlepšit jazyk a srozumitelnost.*“ Vedle toho samozřejmě musí radnice pracovat na uživatelském komfortu jí poskytovaných veřejných služeb, kde je podmínkou snadno dostupná informace o kontaktech, úředních hodinách apod.

Dalším aspektem je zkvalitňování samotné práce radnice na základě vstupů od veřejnosti. Citace: „*Radnice má komunikovat s veřejností, protože potřebuje zpětnou vazbu. Měla by si pravidelně vyslechnout, co mají občané na srdci.*“ Zde je již základní pohyb zdola nahoru. Vedení města, jako řádný správce chce vědět, jaké jsou problémy a konkrétní návrhy řešení v terénu a zjišťuje. Podle těchto zjištění potom upravuje svůj postup a rozhodnutí. Zde je nutné využití jiných technik, než pro informování, které má a může využívat tradiční nástroje, v kontextu Stodu nejjednodušeji Stodské listy a vlastní webovou stránku. Pro sběr podnětů a návrhů od veřejnosti se používají především různé kombinace přímé interakce na veřejných jednáních, internet, nebo různé formy průzkumů a dotazníků. Zásadní je dodržovat pravidlo relevance, tedy ptát se lidí na věci, kde mají nebo mohou mít důvod odpovědět a dále pravidlo férového přístupu, tedy vždy dát zpět vědět, co se se sesbíranými podněty stalo a jakým způsobem se s nimi pracuje. Jak si ukážeme později, radnice sice bazální nástroj pro sběr podnětů má – anketa „Řekni to“ – na webu, nicméně ve zpětné informaci o tom, co se s podněty děje a v odpovědích poněkud pokulhává.

Prostřednictvím zapojování lidí do určování směru dalšího rozvoje se jednak buduje jejich sousedská sounáležitost, která je základním stavebním kamenem sociálního kapitálu, který nakonec odlišuje místa, kde je příjemné žít od těch ostatních. Citace: „*Radnice má s lidmi komunikovat, aby se podíleli na tvorbě města, jak po stránce kulturní, sportovní, stavební, nenechávat věci jen na zastupitelích. V Chotěšově a Holýšově jsou občané aktivnější, samotnému je mi záhadou proč to tak je.*“ Budování sociálního kapitálu je nejnamáhavějším a nejpracnějším aspektem celé hry ohledně komunikace s veřejností. Má ale také nejtrvanlivější výsledky a dopady do dalších oblastí jako je ekonomická nebo demografická udržitelnost sídla.

Posledním aspektem je propagace navenek. Citace: „*Měla by být dostupná informace i lidem, co tu nežijí, aby věděli, co tu máme bezkébo, jaká byla naše historie.*“

1.3 Co lidi zajímá?

Klíčová témata, která se v diskuzích s respondenty o potřebnosti komunikace radnice – občan a její strukturu opakovala, a proto je na místě se nad každým zvláště zamyslet, jsou následující:

- věcech, které se týkají života obyvatel,
- o připravovaných realizacích, jejich harmonogramu a omezeních z toho plynoucích (zejména doprava),
- kulturní kalendář a sportovní akce,
- uzavírky plynu, vody apod.,
- proč není ve Stodě žádný supermarket,
- jaký bude další vývoj přípravy obchvatu,
- o struktuře rozpočtu, do čeho se investuje, kolik a proč, lidé nemají obvykle představu, jaké jsou městské výdaje.

Prioritní okruhy pro komunikaci jsou proto následující:

- a) **Investice a plánované akce**, jak ovlivní život a proč se realizují, Budoucí investiční akce, aby věděli, co se děje v ulici,
- b) **Rozpočet** města a jeho průběžné plnění
- c) **Kulturní kalendář** a společenské akce, je ve Stodských listech, chtělo by to i jinou formu – MKS se snaží, vývěsné plochy.

Skupina poučených profesionálů tak upřednostňuje informace týkající se především každodenního provozu města, dlouhodobější záměry a strategie rozvoje města, jakoby je (až na výjimky) nezajímaly.

Co do intenzity stávajícího informování neměli respondenti významnější problém. Všichni se cítí být dostatečně informováni (až na výjimky), zároveň však všichni uváděli, že když jim nějaké informace chybí umí si je vzhledem ke své pozici sehnat. Citace: „*Na druhou stranu na zastupitelstvo chodí stejná desítka lidí – lidi ani neví, kdy zastupitelstvo je, jsou pasivní.*“, nebo „*V veřejného života se člověk účastní jenom proto, že je ve škole, která je městem zřizovaná.*“ Je patrné, že v rozvoji komunitního života a aktivizaci místních má Stod velký dluh.

1.4. Vhodné informační nástroje

Drtivě jsou preferovány Stodské listy, které všichni respondenti považují za jeden ze dvou nejdůležitějších informačních nástrojů. Na druhém místě pak je vlastní webová stránka města (dvě třetiny respondentů) následovaná těsně sociálními sítěmi (polovina respondentů). Naopak

regionální zpravodajské weby nepovažoval ani jeden z respondentů za důležité. Nad rámec vyjmenovaných nástrojů byly respondenty navrhovány:

- Newsletter distribuovaný e-mailem registrovaným uživatelům
- sms registrovaným uživatelům
- přímá distribuce specifickým materiálů (letáků) do schránek prostřednictvím České pošty.

1.5. Místní kontroverze

Naprosto překvapivě nebyli respondenti obvykle schopni nebo ochotni sdělit žádnou kauzu, která by je v poslední době zvedla ze židle. Nelze učinit závěr, zda je příčinou spíše malý zájem o věci veřejné dokonce i mezi touto skupinou, nebo naopak zcela bezchybné fungování radnice, jak z hlediska jejího vedení, tak z hlediska úřadu. V zásadě jedinou zmiňovanou kauzou bylo nově (na černo) postavené parkoviště naproti restaurace U Matyáše, kde veřejnost očekávala vznik parku.

1.6. Rozhodnutí a kauzy zasluhující podrobnou veřejnou debatu

Z debat vyplynula následující témata:

Sběrný dvůr a odpadové hospodářství – připravuje se rozhodnutí, že se bude za ukládání odpadu do sběrného dvora platit, vznikl proto, aby se netvořily černé skládky, ale podmínkou bylo uložení odpadu zdarma. Pokud se zpoplatní hrozí jednak nevole obyvatel, ale především, že odpad bude končit na různých místech.

Dopravní obslužnost – ulic Hradecká a Grandova, parkující vozidla způsobují, že šířka zbývajících komunikací neodpovídá normě, přitom je tam velký pohyb osob a vozidel, léta nedořešená situace, která si vyžaduje razantní přestavbu.

Podrobná prezentace připravovaných projektů - město dostalo spoustu dotací, veřejné prezentace se zúčastnilo 12 občanů, je to škoda, stálo by za to víc se pochlubit.

Je mimořádně překvapivé, že žádný z respondentů nejmenoval ani jednu připravovanou investici, které jsou prezentovány Ateliérem VAS na stránkách www.prostod.cz. Je jen otázkou, co může být příčinou.

1.7. Městský web

Městská webová stránka je respondenty navštěvována spíše průměrně. U skupiny poučených profesionálů by bylo možno očekávat intenzivnější práci. Polovina respondentů uváděla, že na městskou stránku se podívá zhruba jednou týdně, celá třetina však naopak uvedla, že ji navštěvuje jen výjimečně, respektive nepamatuje si, kdy s ní pracoval/a naposledy. Jde o nejhorší výsledek ze všech tří zkoumaných měst. Citace: „Byla jsem tam jednou, nic jsem nenašla, potom znovu, jako příprava na tento rozhovor, nic se tam nezměnilo.“

Alarmující je pak zjištění, že s **analytickými daty o návštěvnosti webu na radnici nikdo nepracuje**, neboť ani nejsou k dispozici. Google analytics byla nasazena až v průběhu realizace tohoto projektu a výstupy budou zohledněny při návrhu potřebných změn.

1.7.1 Diskuzní fórum – Řekni to

Funkčnost tohoto nástroje byla v podstatě všemi respondenty zpochybňována. Citace: „Četla jsem to a nezjistila jsem k čemu je to dobré. Jsou tam příspěvky z roku 2011 – nikdo na nic neodpovídá. Celkově to moc nefunguje.“ Respondenty výslovně uváděno, že městská samospráva s výsledky zjevně nijak nepracuje a opakovaně byla kladena v rozhovorech otázka, proč vlastně městský web tento odkaz

obsahuje. V této souvislosti zmiňovány neoficiální webové stránky provozované Janem Fišerem a související Facebookové skupině, kde jakási debata k městským tématům probíhá, byť její úroveň je podprůměrná.

1.7.2. Obsahová stránka webu

Převažující názor respondentů na webové stránky nebyl pozitivní. Nejčastěji vytýkané nedostatky jsou:

- **Nepřehlednost** - tendence dávat všechny informace na homepage, kde je obtížné cokoli najít, **nefunguje fulltextové vyhledávání**, tedy informace jsou často zveřejněny a přesto je obtížné se k nim dostat, je nutno vědět kde přesně hledat.
- **Neaktuálnost** – informace na webu nejsou zcela v souladu s informacemi ve Stodských listech, často jsou informace na webu oproti novinám opožděné, což je zvláštní,
- **Stránky jsou přehlcené balastními informacemi**
- **Mimořádně zastaralý vzhled a celkové grafické řešení** – nevhodně použité fonty, které nejsou snadno čitelné apod.

Jako naprosto nejdůležitější byly identifikovány následující oblasti informací:

- a) **Informace o opravách, rekonstrukcích a z toho plynoucí (dopravní) omezení**
- b) **Rozhodnutí rady a zastupitelstva,**
- c) **Telefonní čísla a kontakty**
- d) **Pozvánky na akce a celkový kulturní kalendář, informace od MKS**
- e) **Úřední deska – výstavba domu, zahájená územní řízení**

Nejčastěji vytýkanými skutečnostmi byl fakt, že **stránky nemají jednoho správce nebo editora**. Jsou na dnešní dobu **vizuálně neatraktivní** a těžko se v nich hledá. Respondenty bylo navrhováno intenzivnější propojení s ostatními složkami města, především DDM a MKS, ale také např. nemocnicí nebo jinými institucemi. Pokulhává jednoduchost ovládní, těžko se na nich nový návštěvník orientuje. **Nejsou nijak propojeny se stránkami Prosd.cz**, respektive prezentací investičních záměrů tam, kromě odkazu, který se otevírá v samostatném okně. Web Prosd.cz navíc obsahuje pouze velmi základní informace. Chybí popisy jednotlivých záměrů, kterým by rozuměli i obyčejní lidé.

Na webu města je velmi **složitě hledání**, dokumenty ze zastupitelstva nejsou pro nové návštěvníky snadno dostupné. Úplně chybí podkladové materiály, na základě kterých bylo dané usnesení přijato. Na webu není nic jako Aktuality. Bylo by na místě doplnit buď do samostatného odkazu nebo přímo na stránku diskuzní fórum, kde by pravidelně odpovídalo na dotazy a podněty veřejnosti.

Je vidět, že každý ze správců vlastní části tam dává příspěvky sám. Citace: „*Na homepage se nezobrazují data přidání příspěvku, tak člověk často neví o jak starou informaci jde.*“ Stodské listy byly na web doplněny teprve nedávno, dlouho končily lednovým číslem 2015. Starší čísla nejsou k dispozici vůbec. Funguje web MKS, bylo by možno ho využít pro inspiraci.

Záložku na řešení životních situací nikdo z dotázaných nikdy nepoužil. Podobné je to se záložkou zprávy, která navíc na webu samostatně neexistuje. Je otázka, jakým způsobem vzniká střední lišta, kde se dle povahy zřejmě koncentrují aktuální informace.

Bez jednoznačného výsledku byla diskuze nad rezervačním systémem k jednotlivým úředníkům. Lze zobecnit, že by mohl pomoci (oblasti dopravního inspektorátu, matriky a případně stavebního odboru a životního prostředí), na druhou stranu bylo zdůrazňováno, že Stod je stále

poměrně malé město a není problém se na konkrétní čas na úřad objednat telefonicky nebo e-mailem.

Web nebyl respondenty považován za aktuální. Opakovaně zmiňováno, že pokud chce někdo sledovat novinky „*měl by číst spíše neoficiální stránky provozované panem Fišerem, na městském webu je na úvodní stránce běžně informace 3-4 týdny stará*“. Samospráva jde cestou jakéhosi minimalismu, snaží se nepřehlcovat, ale je to na úkor zajímavosti. Není důvod proč na městské stránky chodit.

1.8. Městský facebook

K sociálním médiím měli respondenti rozumný vztah, kdy akceptují jejich roli v současném životě. Jen výjimečně se objevovala k sociálním médiím nechuť a hodnocení „žrout času“, a to i mezi těmi, kdo sami svůj profil nemají. Hodnotili sociální média jako třetí nejdůležitější nástroj informování občanů, hned za Stodskými listy a městským webem, tedy přesně na místo, kam patří.

Polovina respondentů uvedla, že budou prostřednictvím facebooku odebírat novinky z radnice, tedy všichni, kdo v době pořizování rozhovorů mají vlastní profil. Pro ostatní naopak skutečnost, že by radnice svou facebookovou stránku zřídila není dostatečným motivem, aby si zařídili vlastní profil, což je koneckonců očekávatelný postoj.

Poučení profesionálové jsou si tedy vědomi, že musejí začít se sociálními médii pracovat a jsou na to připraveni, bude proto mimořádně **významné nepodcenit hledání motivovaného správce městské facebook stránky**. Je správný čas zahájit a pokud se start nevydaří nebude možnost jej opakovat, kdy chyby se odstraňují velmi těžko.

Kromě Facebooku navrhoval jeden z respondentů používat jako nástroj pro šíření informací sms kanál registrovaným uživatelům. S ohledem na nefunkčnost takto distribuovaného newsletteru, tento nástroj nedoporučujeme. Twitter ani další sociální sítě se ve Stodu nepoužívají, a tedy není nutné s nimi zatím jakkoliv pracovat, i když do budoucna se tomu radnice nevyhne, respektive bude na místě replikovat na dalších sítích příspěvky zařazované na Facebook.

1.9. Stodské listy

Stodské listy jsou zdaleka nejvýznamnějším komunikačním nástrojem. Svoji pravidelností a způsobem distribuce překonávají i webové stránky města, což pro nás bylo ve 21. století překvapením. Ve větších městech je efekt městských zpravodajů násobně nižší. Lokální elity – se kterými lze srovnávat tuto skupinu respondentů – čtou radniční zpravodaje jen velmi výjimečně a pokud ano, tak jen z profesních důvodů, kdy jsou na městské správě sami nějak zainteresováni a spíše kontrolují, co se (o nich) píše.

Stodským listům musí být proto věnována odpovídající péče při rozvoji pravidelných komunikačních nástrojů s veřejností. Zapomeňme alespoň pro tuto chvíli na nástup digitálního věku. Stodské listy jsou ve Stodu natolik vrostlé do očekávání občanů od radnice, že jej nelze obejít.

Všichni respondenti uvádí, že **Stodské listy čtou pravidelně a zároveň dvě třetiny z nich čtou všechny články nebo téměř všechny články**. Zbylá třetina si Listy alespoň prolistuje a přečte si, co je zaujme, což je koneckonců přirozenější přístup k tiskovinám. Všichni respondenti, a to je ještě významnější, dále uvádějí, že **Stodské listy čtou i jejich známí a jejich obsah bývá pravidelně předmětem společenské konverzace**. Dopad novin na formování společenského

ovědomí ve Stodu se tak dále multiplikuje. Zvláště významné je, že u tohoto tvrzení se skutečně shodli všichni respondenti. Několikrát se opakovalo tvrzení, že „*lidí se na něj těší*.“ Rozuměj známí (a tedy i já) se na něj těším. Nebo tvrzení, že „*pro třetinu obyvatel Stodu jsou Listy jediným zdrojem informací o dění na radnici*.“ Zajímavé jsou v tomto kontextu odpovědi na otázku, čím Vás četba novin obohacuje. Citace: „*Získám základní přehled o dění na radnici a životě ve městě*.“ Lidé ve Stodu jsou zjevně skutečně rádi, že dostávají do schránek zdarma lokální noviny, které jim v jednoduché formě řekne všechno podstatné, co se v městě děje a dál se o nic nemusí zajímat. O to pečlivější musí být práce redakční rady a o to větší musí klást důraz na jejich kvalitu.

Citace: „*Měl by se mnohem více propojit s webem, mohl by obsahovat odkazy na weby, kde mohou být delší informace, pro zainteresované*.“

Žádný z respondentů neuvádí, že by mu ve Stodských listech vadila reklama., protože „*je jim tam málo*“.

Všichni respondenti (až na jednu výjimku) shodně potvrzují, že **měsíční periodicitu Listů odpovídá** společenskému životu ve městě a není potřeba ji jakkoliv měnit. Většina shodně potvrzuje, že **rozsah novin se 6 stranami je odpovídající**. Je zajímavé, že městské zpravodaje zbývajících dvou analyzovaných měst mají násobně vyšší rozsah (20 resp. 28 stran, i když jejich formát je o něco menší).

Respondenti shodně navrhovali, že by bylo vhodné změnit Stodské listy za alespoň částečné barevné, nabízí se v tomto smyslu spojení se zpravodajem vydávaným čtvrtletně DDM, který je plnobarevný. Vedoucí DDM naopak nabízel, že jeho tým disponuje potřebnými dovednostmi, aby se mohl po této stránce na výrobě Stodských listů podílet.

Většina respondentů shodně uvádí, že informace v Listech jsou aktuální a zároveň vyvážené, i když jsme zaznamenali stesky, že občas obsahují pozvánky na akce, které se už konaly předtím, než se Listy objevily ve schránce. Zazněl i opačný názor: „*Zajímavé je jen slovo starosty. Zbytek je jen chlubení místních organizací, navíc staré 4-6 týdnů*.“ Na tom je pak nejzajímavější fakt, že Stodské listy pravidelnou rubriku „Slovo starosty“ nebo úvodník z radnice naprosto překvapivě neobsahují. V každém čísle starosta nebo místostarosta nějaký článek publikuje, ale **neexistuje žádná rubrika nebo pevné místo, kdy by čtenář informace od vedení radnice vždy našel**.

1.9.1. Nejdůležitější rubrika

Jako nejdůležitější rubriky respondenti uváděli:

1. **Slovo starosty** – přestože, jak jsem si řekli výše žádný úvodník v každých novinách, kde by vedení radnice prezentovalo svoje názory a záměry v Listech není. Jde nicméně o velmi tradiční součást, a proto by bylo vhodné jej (znovu)zavést.
2. **Přehled akcí, kulturní přehled** – Stodské listy svou poslední stranou slouží jako základní kulturní informační servis obce. I v ostatních zkoumaných městech obvykle na druhém místě, co do důležitosti.
3. **Změny, investice, projekty** – poptávka po informacích o záměrech radnice. Možno nejspíše provázat s webem prostod.cz, který by se více integroval do jednoho s webem městským.
4. **Organizační** (kde budou umístěny kontejnery apod.).

Stodské listy mají překvapivě na rozdíl od ostatních měst obdobné velikosti vysoký podíl redakčních článků, a je patrná i silnější editorská práce, stejně jako zjevně stálý okruh přispěvatelů, kteří se opakují v každém čísle.

Z odpovědí plyne, že lidé za důležité považují především informace o tom, jak radnice plní svou roli městského správce odpovědného za harmonický rozvoj města a tom chtějí být informováni, doplněno o velmi praktické informace pro každodenní život. Hned za tím následují společenské informace a informace o kulturních akcích, kdy zadní strana Listů vlastně plní roli kulturního kalendáře.

1.9.2. Nejzajímavější rubrika

Mezi zajímavými a důležitými informacemi v Listech nebyly shledány v zásadě žádné rozdíly. Respondenti považují totéž za zajímavé i důležité. Mírně posunutý je jen důraz, kdy za nejzajímavější je stále považováno slovo starosty a poté jsou uváděny společenské informace, rozhovory a různé historické exkurzy.

Konkrétní články si respondenti vesměs nepamatovali, výjimku tvořily pravidelné články JUDr. Vlacha, který přispívá do každých Stodských listů, které jsme měli při analýze k dispozici. Vedle toho byly výslovně zmiňovány následující cykly: Na kafičko, „Kde to bylo“, Profily stodských ikon, Život ze školy. Objevily se samozřejmě i názory, že žádná část Stodských listů není vlastně zajímavá.

1.9.3 Potřeba profesionální redakce

Ohledně profesionalizace redakce nepanovala jednoznačná shoda, většinový názor se klonil k tomu, že to **není potřeba**. Citace: „*Stodské listy jsou občanská záležitost. Na první pohled vypadají docela jako noviny. Oceňuji, že to každý měsíc někdo napíše a dokáže zkompletovat.*“ Na druhou stranu byla zřetelně artikulována poptávka po nějaké obměně redakční rady nebo oživení novin. Nejčastější výtky směřovaly k editorské práci a korekturám; občas se vyskytujícími chybám v pravopise nebo nedokonalé stylistice.

Největší nedůvěru mezi lidmi vyvolala kauza dlouze a neúspěšně připravovaného obchodního domu. Ve Stodských listech to objevilo pozdě, citace: „*vlastně až když se zastavily práce a to vzbudilo dost velkou nechuť.*“

1.9.4 Plány do budoucnosti

Základem požadovaných změn je **zavedení barevnosti**. K tomu se nabízí nějaká forma propojení se zpravodajem vydávaným čtvrtletně DDM, např. mírné zvýšení rozsahu, např. na 8 strana a vyčlenění pravidelného prostoru pro informace DDM, které za to získají vyšší periodicitou a na oplátku mohou nabídnout kapacity při sázení a zlomu novin a zároveň společně ušetřit prostředky za tisk, resp. prostředky na vydávání samostatného plnobarevného zpravodaje DDM investovat do plnobarevného tisku takto rozšířených Stodských listů. Zazněl ale i zcela opačný názor, že základním úkolem je provázat Stodské listy více s městským webem, barva není potřeba, naopak, celé grafice by to uškodilo.

Respondenti vedle toho navrhovali, aby byly zavedeny **jasné a srozumitelné rubriky** s předem definovaným místem, konkrétně navrhováno: **Informace z radnice, Co se děje ve městě, KDO co dělá**. A konečně pokusit se alespoň mírně rozšířit skupinu přispěvatelů, respondenty bylo kritizováno, že přispívají neustále titíž lidé. Redakce by se také měla více zaměřit na sběr aktualit. Citace: „*Tady se dělá spousta věcí, ale lidi to nevědí. SL by mohly víc reagovat na to, na co se lidi nejvíce ptají, což by ale asi vyžadovalo práci profesionálního novináře, nebo alespoň editora.*“ Mohla by se zavést

sportovní rubrika, o činnosti místních, ale i sousedních sportovních oddílů nikdo nepíše, přitom jsou docela aktivní.

Měl a mohl by být více interaktivní, mohl by zveřejňovat více dotazníků. Mohl by obsahovat **odpovědi funkcionářů města na otázky** položené veřejností. Měla by se také zavést jasná hierarchie jednotlivých stran, měly by tak jako klasické noviny obsahovat pravidelné rubriky, které by byly na pevných místech doplněny reklamou.

Co do inspirativních městských zpravodajů z okolí respondenti zmiňovali:

- Plzeň- Doubrava, Blovice
- Město Podivín.
- 5+2, Plzeňské rozhledy
- Tejno, Hradecké listy

Žádný z okolních městských zpravodajů nebyl žádným z respondentů hodnocen jako hodný mimořádné pozornosti.

Celkový názor, lze ale shrnout, citace: „**Na naše město je to odpovídající výsledek. Víc bych od toho nečekal.**“

1.10. Seznam respondentů

Mgr. Sylva Šabatová – zástupce ředitele ZŠ Stod

Bc. Markéta Römanová – učitelka v MŠ, o.s. Poprask,

Mgr. Miroslav Jindřich – člen rady města, učitel ZŠ, pedagogický poradce

Mgr. Zbyšek Macán – vedoucí odboru správního a dopravního MěÚ

Ing. Roman Kuběna – ředitel Domu dětí a mládeže Stod

Mgr. Alena Moltašová – učitelka ZŠ

2. Hodnocení komunikace ze strany veřejnosti

2.1. Profil respondentů

Hodnocení bylo realizováno prostřednictvím dotazníkového šetření, kdy dotazník byl zveřejněn ve vydání Stodských listů červen 2015 a dotazníky sbírány prostřednictvím sběrných boxů na 2 veřejně přístupných místech ve Stodu, dotazník bylo rovněž možno vyplnit prostřednictvím stránky www.stod.cpkp.cz. Celkem bylo sebráno 0 dotazníků prostřednictvím sběrných boxů, na webu pak bylo **vyplněno celkem 7 dotazníků**.

43% respondentů je věkové kategorie 41-60, 14% kategorie 26-40, 14% kategorie 19-25 a konečně 28% kategorie 61 a více. Skutečnost, že se podařilo zachytit i nejmladší generaci je výjimkou, v žádném jiném z dalších měst se to nepodařilo. Jinak je věkové spektrum respondentů tradiční a vcelku odpovídá i demografickým datům o populaci ve Stodě. Co do vzdělanosti, má 43 % vysokoškolské a 57% středoškolské vzdělání. Významná je především skutečnost, že v prvním kole se prostřednictvím Stodských listů nepodařilo sebrat ani jeden vyplněný dotazník, až na přímou intervenci radnice jich bylo několik vyplněno elektronicky.

Průzkum není možno považovat za reprezentativní, nicméně to ani nebylo účelem resp. organizace reprezentativního průzkumu dalece přesahuje rozpočet projektu v jehož rámci byla pořízena tato analýza.

Co do komunikačních návyků respondentů při získávání informací **o dění na radnici převládají Stodské listy. Jako hlavní zdroj informací jej uvádí 71% respondentů**. Dalším zdrojem jsou v zásadě rovným dílem Městský web (42%) a tištěné materiály (57%). Shodný podíl respondentů (14%) pak využívá informace od známých (šeptanda) a sociální sítě (15%). Jako základní zdroj informací o dění na radnici uvedl sociální sítě právě respondent z nejmladší věkové kategorie. Proporce je zjevně výsledkem věkového a vzdělanostního profilu respondentů, kteří na dotazník odpověděli. Potvrzuje však závěry uvedené výše ze strukturovaných rozhovorů, že **primárním komunikačním nástrojem jsou a budou i nadále Stodské listy, které je ale nutno doplnit o odpovědnou práci s městským webem**. Překvapivě je jeho využití vyšší ve srovnání s ostatními zkoumanými městy.

Digitální věk do Stodu už zjevně dorazil a v několika následujících letech se tento trend jen bude posilovat (hraje zřejmě roli blízkost Plzně). **Domácí počítač vlastní úplně všichni respondenti**. Převažuje jeho využití za účelem komunikace s přáteli (43%), následuje zpravodajství (29%) a konečně shodně po 15% má využití ve formě práce a praktických informací. **Domácí počítač zjevně ve Stodu slouží především k zábavě**. Jen jeden respondent jej využívá k práci a překvapivě nízké využití počítače k plnění pracovních povinností je i mezi poučenými profesionály (25%). S ohledem na převažující využití – zábava – dostává svoje mírné opodstatnění důraz kladený profesionály na sociální sítě. **Lidé se chodí na facebook bavit**. Pokud se městu podaří zahájit facebookovou stránku tak, že bude lidmi vnímána jako zábava, tak bude i hojně navštěvována. Dobré naplánování startu bude proto mimořádně důležité. Přestože odpovědi níže mohou tento předpoklad mírně znejist'ovat.

2.2. Sociální sítě

Vlastní facebook profil má jen 30% respondentů, kteří jsou průměrně aktivními uživateli. **Ti, kteří facebook profil mají, uvedli, že mají zájem touto cestou odebírat novinky z radnice**. Žádného z respondentů pak zřízení městské facebook stránky nemotivuje k tomu, aby si vlastní profil založil. Počet uživatelů sítě se však neustále zvyšuje a lze proto předpokládat, že bude růst i

mezi uživateli Stodu a potom bude řada z nich mít zájem o informace z radnice distribuované touto velmi komfortní cestou. Byť přetrvávají předsudky typu „sociální sítě jsou jen žrout času“ a „nebudu se obnažovat na veřejnosti se svými soukromými záležitostmi“, je na místě využívání městského facebooku spustit.

Twitter ani další sociální sítě však ve Stodu nepoužívá nikdo.

2.3. Městský web

Respondenti z řad veřejnosti navštěvují městskou webovou poměrně málo. Plných 57% z nich uvádí, že městskou stránku navštíví jednou měsíčně, 15% potom jen výjimečně, respektive nepamatují si, kdy ji navštívili naposledy, zbývajících 28% pak zhruba jednou týdně. Nebylo možno vysledovat žádnou závislost mezi věkem nebo vzděláním a četností návštěv webu. Na druhou stranu je pravdou, že ostatní ze zkoumaných měst vykazovaly v jednom případě intenzivnější a v druhém ještě méně intenzivní využívání městského webu. Lze konstatovat, že **nejdůležitějším komunikačním kanálem jsou Stodské listy, nicméně web si rovněž zaslouží pozornost a rekonstrukci**. V tomto kontextu je spíše zajímavé, že za prioritní zdroj informací o dění na radnici nadprůměrně často uváděli jiné zdroje než je městský web a Stodské listy, 57% blíže neurčené tištěné materiály a dalších 30% šeptandu a sociální sítě. Stodské listy i městský web je proto nutno zatraktivnit, aby lidé alternativní zdroje informací nehledali.

Mezi hledanými informacemi jednoznačně převládají následující okruhy, a to v tomto pořadí četnosti:

- a) informace z radnice, resp. zprávy z jednání orgánů města,
- b) kulturní servis (nejspíše se tím myslí částečně oddělené stránky Městského kulturního střediska)
- c) mix různých praktických informací (od otevíracích hodin sběrného dvora po blíže neurčené „nové informace“).

Nabízí se proto k úvaze, zda po jednání rady resp. zastupitelstva nepublikovat **na webu krátké shrnutí výsledků psané obecnou a srozumitelnou češtinou** namísto přehledu přijatých usnesení, která jsou pro obyčejné uživatele psána přece jen poněkud formálním jazykem, jak si to koneckonců forma usnesení žádá.

Co do využívání interaktivní vrstvy webu, žádný z respondentů nezúčastnil ankety vyjma této. Odpovědi ukazují na **zcela nefunkční odkaz „Řekni to“**, což je škoda, neboť právě zde je prostor pro přímou komunikaci města s veřejností. Další výzvou je další integrace webu prostod.cz do městských stránek, byť i na ně existuje odkaz z homepage.

2.4. Stodské listy

V odpovědích respondentů z řad veřejnosti potvrzují Stodské listy svoji výlučnost. **Všichni respondenti uvádějí, že Listy čtou pravidelně a zároveň všichni uvádějí, že čtou (téměř) všechny články**. Zřejmě jde i o důsledek relativně uměřeného rozsahu novin i v porovnání s ostatními zkoumanými městy, kde je rozsah často násobně větší.

Za **nejdůležitější rubriku jsou považovány novinky z radnice** (opět 30%) následovány kulturním servisem, který rovněž obdržel 30%. Z výsledků lze konstatovat, že respondenti nepovažují žádnou rubriku za nejdůležitější, koneckonců i proto, že rubriky v pravém slova smyslu neexistují. Stálo by proto za zvážení, zda jich několik pravidelných nepojmenovat, když se navíc některé typy článků opakují v každém nebo téměř každém čísle. Citace: „*Všechno, co se tam*

píše je důležité.“ Respondenti zjevně oceňují důležitost samotného faktu, že Listy dostávají, než aby považovali za důležitou některou z jeho částí. Opět je patrná **potřeba proměny**.

Co do zajímavosti jednotlivých rubrik opět vedou zprávy z radnice, kdy k této obecné kategorii lze připojit i samostatné – konkrétní – odpovědi „připravované investice/projekty“ a „rozpočet“. Pak se dostaneme na téměř 60% odpovědí respondentů.

Vůbec nejčastější odpovědí ale bylo „**nevím**“. Kromě zpráv z radnice se však odpovědi v zásadě neopakovaly, tedy je nelze považovat za příliš reprezentativní. Odpovědi ohledně zajímavosti mohou ukazovat v zásadě 2 skutečnosti:

- a) lidé očekávají, že se ve Stodských listech budou dozvídat především informace o dění na radnici, jejich záměrech, plánech a výsledcích a další informace považují spíše za dopňkové
- b) články ve Stodských listech kromě zpráv z radnice zajímavé nejsou.

Půjde nejspíše o kombinaci obou skutečností.

V každém případě by stálo za úvahu zavést pravidelný sloupek starosty/místostarosty na titulní straně nebo jiném pevně daném místě, kde by se vedení města na občany zcela adresně obracelo.

Za zvláštní zmínku stojí fakt, že lidé **vyhledávají tytéž informace na webu města i ve Stodských listech**. Obě média k sobě tudíž nejsou komplementární, naopak **účelné je informace v obou duplikovat**, respektive multiplikovat, pokud připojíme i plánované spuštění městského facebooku. Klíčové oblasti zájmu zjevně jsou:

- a) **zprávy z radnice**
- b) **připravované investice a další plány**
- c) **akce a kultura.**

Co se týče kontroverzních kauz, je až s podivem, že vedle výstavby parkoviště namísto parku naproti restauraci U Matyáše, nikdo nic nejmenoval. Buď jde o výsledek naprosto mimořádné práce radnice, jejíž rozhodnutí vyhovují naprosto všem, anebo naopak důsledek nezájmu o věci veřejné.

3. Expertní hodnocení

Za základní komunikační nástroje používané průběžně se považují v této analýze:

- Stodské listy
- Web
- Facebook.

Samostatným tématem, které nebylo v této analýze řešeno je přímá interakce s občany prostřednictvím společného plánování, workshopů, pracovních skupin nebo jiným forem komunitního plánování.

I průběžné komunikační nástroje by měly být nastaveny tak, aby přímou komunikaci s občany podporovaly. Město potřebuje v této oblasti další impuls, ale koneckonců se přihlásilo do projektu, v jehož rámci vznikla i tato analýza.

Na webu sice figuruje odkaz „Řekni to“, ale nikdo s ním někdo nepracuje. Jsou na něm zveřejněny dotazy staré více než 4 roky. Je nutno postupně vytvořit ucelený systém doplňování informací na městském webu, Stodských listech a facebooku, kdy je účelné tytéž informace distribuovat všemi kanály. **Zejména je nutno doplnit zpětnou vazbu občanům**, tedy srozumitelnou informaci o tom, co se s jejich odpověďmi děje a jak s nimi radnice pracuje.

U **webových stránek** jsme identifikovali následující základní problémy, které bude nutno v rámci projektu řešit a měly by být součástí zadání, jak pro nové grafické zpracování, tak pro přepracování kódu, který městské stránky obsluhuje:

- a) přehlednost a vyhledávání** – základní problém je ne zcela funkční fulltextové vyhledávání. Vedle toho je nutno opustit přístup, že všechny informace o městě musí být přístupné z homepage a dokonce z první zobrazené obrazovky. Homepage poměrně nepřehledná a přehlcenost obsahem spíše ztěžuje orientaci. Bude potřeba provést kompletní redesign webu.
- b) informační obsah** – stránky jako celek je nutno očistit od duplicit a zastaralých informací. K zestručnění celého obsahu je však nutná velmi podrobná diskuze s představiteli města, kteří budou nadále stránky spravovat. Naopak celá řada informací chybí: složení komisí města, plánované investiční akce, kulturní servis, aktuality, stručný popis přijatých rozhodnutí, jasné propojení s webem prostod.cz.
- c) správce** – z diskuzí a i samotného obsahu na webu je zjevné, že web nemá jasného správce. Je nutno nastavit redakční mechanismy jeho správy.
- d) responzivita** – klíčovým úkolem nového grafického zpracování je plná responzivita. Úkolem bude zajistit, aby bylo možno se stránkami pracovat i na mobilních zařízeních různého formátu. Zatím nejsou responzivní nijak, rozuměj zobrazovaný obsah se nijak nemění v závislosti na velikosti displeje, kde je zobrazován. Celkově se využívání internetu celosvětově a i v ČR přesouvá na mobilní zařízení. Už v koncem roku 2014 tvořily v ČR mobilní zařízení polovinu všech přístupů na internet.
- e) Grafické zpracování** - absence vizuální continuity na jednotný vizuální styl města, prezentovaný na stránkách <http://www.zestoda.net/showpage.php?name=logo>. Jedná se o oficiální grafickou prezentaci města? Písmo použité ve zmiňovaném logotypu (Geometric 415 od písmolijny Bistraem) je následně aplikováno do logotypu Stodských listů, což lze principiálně považovat za správný přístup k budování jednotné grafické prezentace města. Otázkou však zůstává kvalita použitého písma a jeho adekvátnost pro použití v novinové sazbě. Zbytečně rozsáhlé menu (lze vyřešit kaskádovým řešením), nedostatek místa pro novinky (aktuální sdělení banerového či textového charakteru).

Stodské listy

Ze všech analyzovaných měst se Stodské listy nejvíce chovají a vypadají jako městské noviny. Jejich grafika je poměrně jednoduchá a má jasný řád a v zásadě i strukturu. Rozsahem velmi uměřené je není nutno plnit balastními informacemi a reklamou, která zabírá jen příjemně minimální rozsah celé plochy. Mají klasický novinový formát, tištěné na obyčejném běleném papíře.

Problémy k řešení jsou dle našeho názoru následující:

- a) **redakční a editorská práce** – i přes překvapivě vysoký standard v porovnání s jinými městy obdobné velikosti je nutno ještě mírně přitlačit na pilu. Některé články by si zasloužily krácení, jiné zase svým jazykem trochu sklouzávají k úřednickému ptydepe namísto pokusu o solidní novinářinu, a je to škoda. Podíl autorských článků redakce je překvapivě vysoký a má v kontextu Stodu velmi slušnou kvalitu ;
- b) **roztříštěnost koncepce** – rubriky nemají svoje pevné místo, často nelze obsahově ani graficky odlišit reklamu od samotného textu, noviny nemají přirozenou strukturu prioritní informace v první polovině, zbytné v poslední třetině. Další strany by měly mít svoje pevně vymezené rubriky, které sice jsou definovány, je patrné, že je do značné míry zafixováno i jejich pořadí, nicméně pokulhává jejich lokalizace a předem stanovený rozsah. Rozsah rubriky je dán její důležitostí, nikoliv tím, kolik se zrovna do rubriky sešlo článků. Stálo by za úvahu zavést alespoň rubriky v rozsahu navrhovaném respondenty: Zprávy z radnice (úvodník starosty), Co se stalo, Kdo co dělá – zprávy spolků, škol, atp. Historické a vlastivědné exkurzy by měly mít rovněž svoje pevné místo. Pravidelný fejeton JUDr. Vlacha je zajímavý, má svoje místo. Co ale vyzkoušet střídání s jinými autory?
- c) **Barevnost a práce s fotkami**, zvážit alespoň zčásti barevný formát, stává se normou už i pro celostátní deníky a u měsíčníku by měla být jasným požadavkem, přestože SL simulují spíše noviny než časopis. Barevnost by také umožnila lepší práci s fotkami, občas jsou používány příliš malé formáty v nedostatečném rozlišení, na stránce jich je používáno příliš mnoho. Pravidlem by mělo být málo (1-2) fotky na stránce ve velmi vysoké kvalitě a s odpovídajícím místem. Nejde o doplněk ale o samostatně podávanou vizuální informaci.
- d) **Grafické zpracování**: dnes již netradiční monochromatické řešení nemusí být na škodu, ale vzhledem k širší cílové skupině by plnobarevné řešení bylo pro čtenáře asi poutavější, nevyhovující kombinace textového a titulkového písma (návaznost na logo? viz výše), nedostatečné využití typografických prvků a struktury nadpisů (Titulek, podtitulek, perex), nejsou využity základní grafické nástroje – informační grafika a boxy, servisní boxy, poskytují důležité sdělení, detaily a kontakty k daným článkům, které by v daném textu zanikly. Informační grafika napomáhá lépe strukturovat text. Obsah označený jako "V listě" (levý sloupec titulního listu) – bez konkrétních čísel stran neplní úlohu pomocného navigačního prvku. Pětisloupcová sazba je vzhledem k formátu nefunkční (krátké řádky s častým dělením nepodporují dobrou čitelnost).

Příloha č. 1 Osnova strukturovaného rozhovoru

Základní komunikační návyky respondenta:

Preferovaný způsob získávání informací:

- školení
- šeptanda/přátelé a spolupracovníci
- knihy, brožury, noviny, newslettery, letáky, informační materiály
- internet
 - o google
 - o sociální sítě

Kolik hodin denně trávíte v průměru u počítače?

Převažující využití počítače je u Vás?

- práce
- zábava na internetu
- hledání informací - zájmy

Pokud používáte počítač v práci, využíváte jej i doma? Pokud ano, za jakým účelem převážně.

Chodí Vám e-mailem nějaký newsletter(občasník)? Pokud ano, čeho se týká?

Považujete elektronický newsletter za dobrý způsob šíření informací?

Využívání sociálních sítí

Máte Facebook profil?

Pokud ano, kolikrát za týden navštívíte svoji stránku?

- jednou týdně
- vícekrát za týden
- téměř každý den
- každý den, někdy i několikrát denně

Kolikrát za týden dáte na svou facebook timeline?

- jednou týdně
- vícekrát za týden
- téměř každý den
- každý den, někdy i několikrát denně

Jste správcem nějaké facebook stránky? Pokud ano, v jaké oblasti?

Používáte twitter? Pokud ano, kolikrát týdně jej navštívíte?

- jednou týdně
- vícekrát za týden
- téměř každý den
- každý den, někdy i několikrát denně

Pokud používáte twitter, kolikrát za týden něco napíšete?

- jednou za měsíc
- jednou týdně
- vícekrát za týden
- téměř každý den

Co Vás na facebooku v posledním týdnu nejvíce pobavilo?

Obecně témata

Za jakým účelem má město komunikovat s občany? Co k tomu město motivuje?

Jaká témata by měla městská samospráva šířit, o čem by měla především občany informovat?

Jaké informace Vám o dění na radnici chybí?

Jaké nástroje by především měla městská správa při informování obyvatel využívat?

- vlastní web
- sociální síť
- regionální zpravodajské weby
- tištěný zpravodaj distribuovaný do schránek

Která kauza spojená s městskou správou Vás v poslední době nejvíce rozlítla?

Máte nějaký tip na kauzu nebo rozhodnutí, která by si zasloužila veřejnou debatu, projednání, větší zapojení veřejnosti do rozhodnutí?

Městský web

Které stránky jsou nejčastěji zobrazené? (analytika)

Jak často analyzujete návštěvnosti webu města? Co s výsledky analýzy potom děláte?

Čtete diskuzní fórum? Které téma Vás zaujalo nejvíce?

Jsou v diskuzním fóru diskutována skutečně významná témata?

Jak městská správa s informacemi a podněty z diskusního fóra pracuje?

Zúčastnil/a jste se ankety? Které?

Jak městská samospráva s výsledky ankety pracuje?

Použil jste někdy záložku řešení životních situací?

Navštívil/a jste někdy záložku zprávy?

Jak často na městskou webovou stránku navštívíte?

- každý týden a/nebo častěji – pracovní povinnost, sám píšu
- jednou za měsíc
- nepamatuji se, jen výjimečně

Co nejčastěji hledáte na webu města:

Jaké informace podle Vašeho názoru nesmí na webu města chybět?

Pomohl by rezervační systém k jednotlivým úředníkům?

Které oblasti informací považují na webu za nejdůležitější/nejčastěji v nich hledám:

- Územní plánování
- Připravované investice
- Dopravní omezení
- Telefonní seznam na jednotlivé úředníky
- Kulturní přehled
- Politické složení zastupitelstva a rady města a jejich rozhodnutí

Vyhovuje Vám členění webu na oddíly: město, úřad a samospráva, život ve městě?

Který z oddílů navštěvujete?

Je podle Vašeho názoru web aktuální?

Městský facebook

Pokud zřídí město svou facebook stránku, předpokládáte, že byste touto cestou odebíral/a novinky z radnice?

Dtto twitter?

Městský zpravodaj

Není tištěný městský zpravodaj distribuovaný do poštovních schránek přežitek? Čtete ho pravidelně?

Která rubrika je nejdůležitější?

Která rubrika je nejzajímavější?

Který článek/informace ze zpravodaje Vás v poslední době zaujal? Jmenujte alespoň 2 články za poslední 3 měsíce.

Vadí Vám reklama v městském zpravodaji?

Kolik by měl mít městský zpravodaj stran?

Jak by se mohl/měl městský zpravodaj oživit?

Znáte městské zpravodaje i z jiných měst? Co Vás na nic zaujalo?

Jak často byste chtěl/a dostávat městský zpravodaj do schránky?

Jsou informace v městském zpravodaji aktuální?

Jsou informace v městském zpravodaji vyvážené, nebo máte pocit, že zde prezentují svoje názory jen komunální politici aktuálně vládnoucí na radnici?

Na kterého autora článků ve zpravodaji se obzvlášť těšíte, kterého pravidelně čtete a proč?

Čtou zpravodaj také Vaši známí? Jsou informace ze zpravodaje předmětem konverzace s nimi?

Má zpravodaj připravovat profesionální novinář?

Čím Vás četba zpravodaje obohatí?

Kolik času věnujete přečtení jednoho zpravodaje?

Jak zpravodaj čtete:

- a) postupně (téměř) všechny články
- b) jen ho prolístuji a přečtu si 1 až 2 články
- c) čtu jen slovo starosty
- d) čtu jen jednu rubriku, uveďte kterou

Co si myslíte o kvalitě redakční práce?

V čem by se měl podstatně změnit?

FOKUS GROUP – aktivní občané, NNO

Koho bychom měli pozvat? Kontakt.

Příloha č. 2 Úplné znění dotazníku pro veřejnost

1. Jaký je Váš věk: a) 15-18, b) 19-25, c) 26-40, d) 41-60, e) 61 a více
(zakroužkejte)

2. Vzdělání: ZŠ, SŠ, VŠ
(zakroužkejte)

3. Jak nejčastěji získáváte informace o dění ve městě?
a) šeptanda, přátelé a spolupracovníci
b) městský zpravodaj
c) noviny, newslettery, letáky, informační materiály
d) městský web
e) sociální sítě
(zakroužkejte jednu nebo dvě možnosti)

4. Váš domácí počítač využíváte převážně za účelem:
a) práce
b) zábava na internetu (facebook, youtube, apod.),
c) komunikace s přáteli (e-mail, skype apod.)
d) zpravodajství, všeobecné informace, publicistika
e) hledání praktických a/nebo odborných informací
f) nemám doma počítač
(zakroužkejte pouze jednu možnost)

5. Jak často navštěvujete svojí facebook stránku?
a) jednou týdně
b) vícekrát za týden
c) téměř každý den
d) každý den, někdy i několikrát denně
e) nemám facebook
(zakroužkejte)

6. Kolikrát za týden dáte nový status na svou facebook timeline?
a) jednou týdně
b) vícekrát za týden
c) téměř každý den
d) každý den, někdy i několikrát denně
e) nemám facebook
(zakroužkejte)

7. Máte twitter účet a používáte jej? ANO – NE (zakroužkejte)

8. Máte instagram účet a používáte jej? ANO – NE (zakroužkejte)

9. Jak často navštívíte městskou webovou stránku?
a) každý týden a/nebo častěji
b) jednou za měsíc
c) nepamatuji se, jen výjimečně
(zakroužkejte)

10. Co nejčastěji hledáte na webu města: _____

11. Zúčastnil/a jste se ankety organizované mětem? Které?

12. Pokud zřídí město svou facebook stránku, předpokládáte, že byste touto cestou odebíral/a novinky z radnice? ANO – NE (*zakroužkejte*)

13. Pokud zřídí město svůj twitter účet, předpokládáte, že byste touto cestou odebíral/a novinky z radnice? ANO – NE (*zakroužkejte*)

14. Čtete pravidelně městský zpravodaj? ANO – NE (*zakroužkejte*)

15. Kterou rubriku v městském zpravodaji považujete za nejdůležitější?

16. Kterou rubriku v městském zpravodaji považujete za nejzajímavější?

17. Jak zpravodaj čtete:

- e) postupně (téměř) všechny články
- f) jen ho prolistuji a přečtu si 1 až 2 články
- g) čtu jen titulní stranu
- h) čtu jen jednu rubriku, uveďte kterou _____

18. Která kauza nebo informace spojená se správou města Vás v poslední době nejvíce rozlítla?
