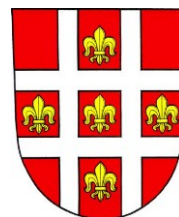




Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Koncepce komunikace obcí Vřesina, Darkovice, Hať a Píšť s veřejností



Zakázka je realizována v rámci projektu „Podpora efektivní komunikace obcí Vřesina, Darkovice, Hať a Píšť s veřejností“ reg. č. CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016689 podpořeného z Operačního programu zaměstnanost

OBSAH

Úvod.....	5
Členění Koncepce	6
Základní demografické a jiné informativní údaje o obcích.....	7
Vřesina	7
Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení	7
Obyvatelé dle kvalifikace.....	7
Obyvatelé dle národností.....	8
Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti.....	8
Darkovice	9
Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení	9
Obyvatelé dle kvalifikace.....	9
Obyvatelé dle národností.....	9
Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti.....	10
Hať.....	10
Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení	10
Obyvatelé dle kvalifikace.....	11
Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti.....	11
Obyvatelé dle národností.....	12
Píšť	12
Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení	12
Obyvatelé dle kvalifikace.....	12
Obyvatelé dle národností.....	13
Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti.....	13
Interpretace demografických údajů v kontextu komunikace s občany	13
Transparentnost a zveřejňování dat.....	16

Výsledky dotazníkového šetření občanů	17
Důležitost segmentace	20
Analýza a doporučení	21
Komunikační trendy	21
Chytrá komunikace	21
Šest tipů k tvorbě obsahu	24
Prezentace informací skrze videa	26
Modernizace webu	28
Přehlednost jednotlivých kategorií a subkategorií menu daných webů	28
Chyby na webech obcí a doporučení	30
Facebook – nejúčinnější sociální síť	33
Chyby na facebookových stránkách obcí a doporučení	34
Úřední deska vs. Elektronická úřední deska	37
Podpora turismu v obcích	39
Modernizace obecního zpravodaje	40
Další komunikační faktory	42
Komunikační funkce budovy obecního úřadu	42
Bezbariérové přístupy	44
Transparentní plochy a informační ukazatele	46
Závěr	48
Zdroje	49
Seznam Tabulek	51
Seznam obrázků	52
Seznam grafů	53
Seznam příloh	54
1.1 Příloha č. 1	54
1.2 Příloha č. 2	56

1.3	Příloha č. 3.....	57
1.4	Příloha č. 4.....	58
1.5	Příloha č. 5.....	59

ÚVOD

Efektivní komunikace obce se spoluobčany patří mezi styčné pilíře kvalitního a udržitelného rozvoje měst a obcí. Správné nastavení komunikace směrem k občanům obce prospívá k eliminaci současně řešených problémů, jako jsou např.: Výskyt dezinformací, deficit dostatku informací pro občany, frustrace občanů anebo v neposlední řadě stěhování občanů z obcí do měst.

Zjišťování potřeb občanů, starost o jejich spokojenost prostřednictvím komunikačních kanálů napomáhá ke kvalitě veřejné správy obce, ale také utužuje sounáležitost obyvatelů obce a posiluje jejich zájem o veřejné, chcete-li politické dění. Dále může zdařile nastavená komunikace přispět ke zvyšování konkurenceschopnosti obce, ke zvýšení soudružnosti a erudovanosti občanů. Správně nastavená komunikace má pozitivní dopad na rozvoj lidského a sociálního kapitálu obce a na důvěru občanů k místní samosprávě.

Na samotném úvodu je nutné říct, že obec musí pamatovat při poskytování informací na zákon č. 106/1999 Sb. Tento zákon zpracovává příslušné předpisy Evropské unie a upravuje pravidla pro poskytování informací a dále upravuje podmínky práva svobodného přístupu k těmto informacím.

Hlavním cílem sepsání tohoto dokumentu je analyzovat současný stav komunikace obcí Vřesina, Darkovice, Hať a Píšť a na základě zjištěných výsledků navrhnout inovace pro komunikaci obcí s občany.

ČLENĚNÍ KONCEPCE

Komunikační koncepce pro obce **Vřesina, Darkovice, Hat' a Píšť** bude sestavena z těchto základních částí:

- 1, Základní demografické a jiné údaje o obci.**
 - 2, Výsledky dotazníkového šetření; Důležitost segmentace**
 - 3, Analýza a doporučení**
-

1. Základní demografické a jiné údaje o obci:

- Jedná se o hrubé údaje o občanech obce (počet obyvatel, věkové rozdělení, národnosti). Tyto údaje mohou obci pomoci při segmentaci občanů v rámci budoucích komunikačních strategií.

Transparentnost a zveřejňování dat; Výsledky dotazníkového šetření; Důležitost segmentace:

- Jedná se o tři kapitoly, které jsou součástí komunikační koncepce. Obce musí dodržovat pravidla týkající se transparentnosti a zveřejňování dat. Výsledky dotazníkového šetření jsou důležité pro zjištění stavu spokojenosti komunikace obce u občanů. Segmentace se využívá při plánování komunikační strategie.

2. Analýza a doporučení

- V této části koncepci se promítnou poznatky dotazníkového šetření starostů. Poznatky z dotazníkového šetření dopomohly k zacílení koncepce. Tato část koncepce se bude věnovat hodnocení kvality jednotlivých komunikačních kanálů – budou prezentovány jejich deficity. Tato část koncepce bude obsahovat i daná doporučení pro zefektivnění komunikace obcí s občany a bude upozorňovat na chyby, které se vážou k využívání komunikačních kanálů. Úmyslem není upozorňovat na jeden druh chyby u každé obce zvlášť (není vyloučeno, že daný druh chyby se vyskytuje např. pouze u jedné či dvou obcí). Účelem je vyobrazit danou chybu pouze jednou z hlediska toho, aby čtenář tohoto dokumentu nebyl příliš přehlcen obsahem. Čili je potřebné, aby vyobrazení daných druhů chyb vzali v potaz všechny obce a v budoucnu se snažili jich vyvarovat.

ZÁKLADNÍ DEMOGRAFICKÉ A JINÉ INFORMATIVNÍ ÚDAJE O OBCÍCH

Identifikace demografických údajů usnadňuje obci vytvoření segmentace občanů za účelem tvorby komunikačních strategií. Jinak řečeno tyto statistické údaje slouží pro obec ve smyslu zacilování své komunikace. Dané údaje lze čerpat z portálu Českého statistického úřadu. Obec by měla pravidelně ověřovat jejich aktuálnost.

Vřesina

Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení

Tabulka 1: Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení v obci – data z roku 2011 (Vřesina)

Věk	Muži	Ženy	Celkem
0-14	104	117	221
15-19	43	49	92
20-29	96	94	190
30-39	131	124	255
40-49	99	110	209
50-59	99	99	198
60-64	44	38	82
65-69	20	25	45
70-79	48	74	122
80-více let	11	23	34
Celkem obyvatel	695	753	1448

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Obyvatelé dle kvalifikace

Tabulka 2: Obyvatele dle kvalifikace (obyvatelstvo ve věku 15 a více let) - data z roku 2011 (Vřesina)

Úroveň vzdělání	Muži	Ženy	Celkem
Bez vzdělání	1	4	5
Základní včetně neukončeného	73	213	286
Střední včetně vyučení (bez maturity)	264	159	423
Úplné střední (s maturitou)	153	163	316
Nadstavbové studium	9	13	22
Vyšší odborné vzdělání	4	8	12
Vysokoškolské	75	62	137

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Obyvatelé dle národností

Tabulka 3: Obyvatelé dle národností – data z roku 2011 (Vřesina)

	Muži	Ženy	Celkem
Česká	464	516	980
Moravská	34	28	62
Slezská	15	17	32
Ukrajinská	0	1	1
Polská	1	0	1
Slovenská	5	4	9

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti

Tabulka 4: Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti - data z roku 2020 (Vřesina)

Typy podnikatelských subjektů	Podniky s identifikovanou aktivitou
Zemědělství lesnictví rybářství	3
Průmysl celkem	44
Stavebnictví	34
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	22
Doprava a skladování	4
Ubytování stravování a pohostinství	9
Informační a komunikační činnosti	1
Peněžnictví a pojišťovnictví	2
Činnosti v oblasti nemovitostí	2
Profesní, vědecké a technické činnosti	30
Administrativní a podpůrné činnosti	7
Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	1
Vzdělávání	4
Zdravotní a sociální péče	1
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	3
Ostatní činnosti	22

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Darkovice

Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení

Tabulka 5: Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení v obci – data z roku 2011 (Darkovice)

Věk	Muži	Ženy	Celkem
0-14	96	103	199
15-19	41	45	86
20-29	85	72	157
30-39	116	111	227
40-49	94	83	177
50-59	89	91	180
60-64	33	38	71
65-69	21	15	36
70-79	34	52	86
80-více let	14	36	50
Celkem obyvatel	623	646	1269

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Obyvatelé dle kvalifikace

Tabulka 6: Obyvatele dle kvalifikace (obyvatelstvo ve věku 15 a více let) – data z roku 2011 (Darkovice)

Úroveň vzdělání	Muži	Ženy	Celkem
Bez vzdělání	3	4	7
Základní včetně neukončeného	67	194	261
Střední včetně vyučení (bez maturity)	288	143	431
Úplné střední (s maturitou)	104	124	228
Nadstavbové studium	7	18	25
Vyšší odborné vzdělání	0	5	5
Vysokoškolské	44	42	86

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Obyvatelé dle národností

Tabulka 7: Obyvatelé dle národností – data z roku 2011 (Darkovice)

	Muži	Ženy	Celkem
Česká	382	419	801
Moravská	37	31	68
Slezská	38	30	68
Německá	1	0	1
Polská	3	1	4
Slovenská	3	3	6

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti

Tabulka 8: Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti - data z roku 2020 (Darkovice)

Typy podnikatelských subjektů	Podniky s identifikovanou aktivitou
Zemědělství lesnictví rybářství	11
Průmysl celkem	21
Stavebnictví	34
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	20
Doprava a skladování	7
Ubytování stravování a pohostinství	3
Informační a komunikační činnosti	3
Peněžnictví a pojišťovnictví	1
Činnosti v oblasti nemovitostí	0
Profesní, vědecké a technické činnosti	8
Administrativní a podpůrné činnosti	0
Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	2
Vzdělávání	2
Zdravotní a sociální péče	2
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	6
Ostatní činnosti	12

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Hať

Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení

Tabulka 9: Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení v obci – data z roku 2011 (Hať)

Věk	Muži	Ženy	Celkem
0-14	185	178	363
15-19	73	68	141
20-29	167	180	347
30-39	210	198	408
40-49	186	172	358
50-59	189	191	380
60-64	70	68	138
65-69	38	63	101
70-79	84	113	197
80-více let	24	50	74
Celkem obyvatel	1226	1281	2507

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Obyvatelé dle kvalifikace

Tabulka 10: Obyvatele dle kvalifikace (obyvatelstvo ve věku 15 a více let) – data z roku 2011 (Hať)

Úroveň vzdělání	Muži	Ženy	Celkem
Bez vzdělání	0	8	8
Základní včetně neukončeného	377	136	513
Střední včetně vyučení (bez maturity)	570	299	869
Úplné střední (s maturitou)	229	276	505
Nadstavbové studium	16	23	39
Vyšší odborné vzdělání	5	7	12
Vysokoškolské	70	89	159

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti

Tabulka 11: Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti - data z roku 2020 (Hať)

Typy podnikatelských subjektů	Podniky s identifikovanou aktivitou
Zemědělství lesnictví rybářství	31
Průmysl celkem	49
Stavebnictví	56
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	33
Doprava a skladování	12
Ubytování stravování a pohostinství	8
Informační a komunikační činnosti	5
Peněžnictví a pojišťovnictví	0
Činnosti v oblasti nemovitostí	1
Profesní, vědecké a technické činnosti	20
Administrativní a podpůrné činnosti	3
Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	2
Vzdělávání	7
Zdravotní a sociální péče	3
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	6
Ostatní činnosti	31

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Obyvatelé dle národností

Tabulka 12: Obyvatelé dle národností – data z roku 2011 (Hat)

	Muži	Ženy	Celkem
Česká	787	858	1645
Moravská	72	76	148
Slezská	29	20	49
Německá	2	1	3
Polská	2	4	6
Slovenská	10	6	16

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Píšť

Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení

Tabulka 13: Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení v obci – data z roku 2011 (Píšť)

Věk	Muži	Ženy	Celkem
0-14	174	126	300
15-19	57	69	126
20-29	146	130	276
30-39	149	157	306
40-49	137	133	270
50-59	163	167	330
60-64	63	67	130
65-69	34	37	71
70-79	71	100	171
80-více let	26	57	83
Celkem obyvatel	1020	1043	2063

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Obyvatelé dle kvalifikace

Tabulka 14: Obyvatele dle kvalifikace (obyvatelstvo ve věku 15 a více let) – data z roku 2011 (Píšť)

Úroveň vzdělání	Muži	Ženy	Celkem
Bez vzdělání	1	5	6
Základní včetně neukončeného	107	307	414
Střední včetně vyučení (bez maturity)	462	272	734
Úplné střední (s maturitou)	176	198	374
Nadstavbové studium	19	30	49
Vyšší odborné vzdělání	2	9	11
Vysokoškolské	59	68	127

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Obyvatelé dle národností

Tabulka 15: Obyvatelé dle národností – data z roku 2011 (Píšť)

	Muži	Ženy	Celkem
Česká	644	715	1359
Moravská	55	58	113
Slezská	31	22	53
Německá	2	2	4
Polská	3	3	6
Slovenská	3	1	4

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti

Tabulka 16: Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti – data z roku 2020 (Píšť)

Typy podnikatelských subjektů	Podniky s identifikovanou aktivitou
Zemědělství lesnictví rybářství	6
Průmysl celkem	39
Stavebnictví	41
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	27
Doprava a skladování	9
Ubytování stravování a pohostinství	9
Informační a komunikační činnosti	1
Peněžnictví a pojišťovnictví	0
Činnosti v oblasti nemovitostí	2
Profesní, vědecké a technické činnosti	26
Administrativní a podpůrné činnosti	3
Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	1
Vzdělávání	4
Zdravotní a sociální péče	0
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	2
Ostatní činnosti	22

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

Interpretace demografických údajů v kontextu komunikace s občany

Obyvatelé dle národnosti:

Obce mají i obyvatele pocházející ze zahraničí (nejen obyvatele české, moravské a slezské národnosti). Čili je potřebné v rámci tohoto zjištění přizpůsobit komunikaci obce, tak aby byla srozumitelná i pro tyto obyvatele. Každopádně nebyl identifikován větší počet občanů ze

zahraničí. Čili z tohoto hlediska není zcela nutné aplikovat cizí jazyk do všech komunikačních kanálů. Nicméně za účelem přilákání turistů do obcí či za účelem přilákání nových zahraničních obyvatelů a investorů se doporučuje překlad webových stránek (obecně – jeden z primárních komunikačních kanálů) do anglického jazyka (jeden z nejrozšířenějších jazyků na světě).

Vzhledem k tomu, že obce se nachází blízko Polsko a Slovenska tak existuje vždy možnost nárůstu přistěhovaných obyvatel do obcí, a to právě z těchto států. U zahraničních obyvatel je vhodné myslet na jejich integraci. Čili v rámci komunikační koncepce se zde nabízí tvorba kulturních, vzdělávacích či sportovních událostí, které by měly podpořit jejich výše zmíněnou integraci.

Obecně – Je nutné si uvědomit aktuální globální problém, který spočívá v nevyužití kvalifikovanosti zahraničních obyvatelů. Často např. pracující pocházející ze zahraničí nemůžou využít plně své dovednosti a znalosti, poněvadž nehovoří požadovaným jazykem, nebo je jejich integrační proces složitý skrze vyřizování legislativních záležitostí. Je tedy potřebné, aby obce aktivně do budoucna sledovaly spokojenost přistěhovaných obyvatel ze zahraničí. Obce by v tomto směru mohly, skrze své komunikační aktivity, pomoci zahraničním obyvatelům k co nejefektivnější adaptaci na pracovním trhu, a to s ohledem na jejich kvalifikaci. Zatím však u obcí nebyl identifikován nijak výrazný počet obyvatel ze zahraničí.

Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení v obci

Po identifikaci těchto údajů může být patrné na jaké komunikační kanály je potřebné se více či méně soustředit.

V každé obci je přibližně stejné procento postproduktivní vrstvy obyvatel (Vřesina = 13,9 %, Darkovice = 13,6 %, Hat' = 14,8 %, Píšť = 15,8 %). Právě klasický obecní rozhlas je zejména oblíbeným komunikačním kanálem u starších občanů (postproduktivní vrstvy obyvatel). Až na obec Darkovice, uvedli starostové obcí v dotazníkovém šetření, že vnímají klasický obecní rozhlas jako jeden z nejefektivnějších komunikačních kanálů. Každopádně valnou většinu obyvatel v obcích tvoří produktivní vrstva obyvatel (Vřesina = 70,9 %, Darkovice = 70,8 %, Hat' = 70,7 %, Píšť = 70,1 %). Nu a tato produktivní vrstva obyvatel obvykle preferuje modernější způsob komunikace, než je klasický obecní rozhlas (např. mobilní aplikace, Facebook).

Obce mají srovnatelné procentuální rozložení obyvatel v těchto dvou kategoriích: Předproduktivní generace (Vřesina = 15,3 %, Hať = 14,5 %, Darkovice = 15,7 %, Píšť = 14,5). Obcím je doporučeno, že jakmile v budoucnu budou detekovat nízké počty občanů v předproduktivním věku, tak je vhodné, aby byla posílena komunikace školních zařízení v obcích. Efektivní komunikace školských zařízení může mít pozitivní dopad na rozhodovací proces obyvatelů, kteří zvažují přestěhování do dané obce (zvažují vzdělávací možnosti pro svoje děti – předproduktivní vrstva obyvatel).

Ve všech obcích byla identifikována převaha produktivní vrstvy obyvatel – v *tabulce 17* si lze i povšimnout, že obce mají obdobné procentuální složení produktivní vrstvy obyvatel.

Obyvatelé dle kvalifikace

Ve všech obcích byl identifikován větší procentuální počet občanů se základním vzděláním (včetně neukončeného) než s vysokoškolským vzděláním. Čili obcím je doporučeno motivovat populaci k vysokoškolskému vzdělávání prostřednictvím komunikačních kanálů.

Obecně – Obce by se měly v rámci své komunikace snažit rozvíjet potenciál u mladé generace (např. otevřenost k poskytování praxí studentům, snaha reagovat na potřeby pracovního trhu ve formě vytváření moderních pracovních pozic, které jsou atraktivní pro erudovanou vrstvu obyvatel a sdílet této generaci možnosti, jak se vzdělávat). Samotné vedení obce se může podílet na rozvoji mladé generace – např. poskytnutím praxe na obecním úřadě, kdy studenti budou moci se podílet na organizaci kulturních či vzdělávacích událostí. Těmito pracemi tak budou u studentů rozvíjeny klíčové dovednosti, které jsou poptávány na pracovním trhu (např. základy v administrativě, komunikační dovednosti)

Na základě rozmachu technologického pokroku je doporučeno motivovat občany k tzv. trendu celoživotního vzdělávání. Je totiž potřeba si uvědomit, že mnohé pracovní pozice budou kvůli digitalizaci, automatizaci a robotizaci zanikat anebo mnohé pozice se budou razantně měnit, co se týče jejich struktury. V rámci těchto změn na pracovním trhu je doporučeno motivovat občany skrze své komunikační kanály ke zvyšování jejich kvalifikace. Tímto obec předchází problémům v podobě technologické nezaměstnanosti a zároveň buduje intelektuální společnost.

Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti

Statistika podnikatelských subjektů v obci podle převažující činnosti ukazuje, jaké sektory jsou v obcích nedostatečně obsazené. Obce tak mohou prostřednictvím svých komunikačních kanálů takové služby poptávat. *Tabulka 17* ukazuje dva či tři nejméně zastoupené sektory

v jednotlivých obcích¹. Z tabulky 17 je patrné, že nejvíce nezastoupené podnikatelské subjekty napříč všemi obcemi jsou ze sektorů: Peněžnictví a pojišťovnictví, Činnosti v oblasti nemovitostí a Zdravotní a sociální péče

Komparace údajů:

Tabulka 17: Komparace údajů

Obec	Produktivní vrstva obyvatel	Občané s VŠ vzděláním X Občané se základním vzděláním (včetně neukončeného)	Zahraniční obyvatelé	Nejméně obsazené podnikatelské sektory
Vřesina	70,9 %	11,4 % X 23,8 %	UKR (1), PL (2), SK (9)	A, Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení, B, Zdravotní a sociální péče C, Informační a komunikační činnosti
Darkovice	70,8 %	8,2 % X 25 %	DE (1), PL (4), SK (6)	A, Administrativní a podpůrné činnosti B, Činnosti v oblasti nemovitostí
Hať	70,7 %	7,6 % X 24,4 %	DE (3), PL (6), SK (16),	A, Peněžnictví a pojišťovnictví B, Činnosti v oblasti nemovitostí
Píšť	70,1 %	7,4 % X 24,1 %	DE (4), PL (6), SK (4),	A, Peněžnictví a pojišťovnictví B, Zdravotní a sociální péče

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, c2000-2021)

TRANSPARENTNOST A ZVEŘEJŇOVÁNÍ DAT

Obec musí pamatovat na informace, které na svém webu musí poskytovat. Na tuto problematiku upozorňuje např. Frank Bold (2013) – mezinárodní tým právníků: Obec musí zveřejnit svou organizační strukturu, rozpočet a další informace uvedené v § 5 zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím. Dobrovolně může obec uvést na webu většinu dalších informací. V této rovině se zejména myslí: Smlouvy, faktury, zápis ze schůze rady, platy zaměstnanců nebo informace o jí zřízených právnických osobách. Musí přitom vymazat osobní údaje či obchodní tajemství. Co musí obec zveřejnit automaticky a jaké další informace obec může zveřejnit, vysvětluje dále Frank Bold na jejich oficiálním webu².

Každopádně je doporučeno, aby si obce průběžně ověřovali, zda na svých webech mají takové informace, které jsou dány legislativní formou – průběžně se informovat o úpravách stávajících legislativ či o zavedení nových legislativ, které se vážou k dané problematice.

¹ V obci Vřesina jsou níže jmenované tři sektory zastoupeny stejným počtem (jedenkrát), a tak kvůli objektivnosti byly do tabulky zahrnuty všechny. Co se týče obcí Darkovice, Hať, Píšť – v každé obci byly identifikovány dva sektory s nulovým výskytem.

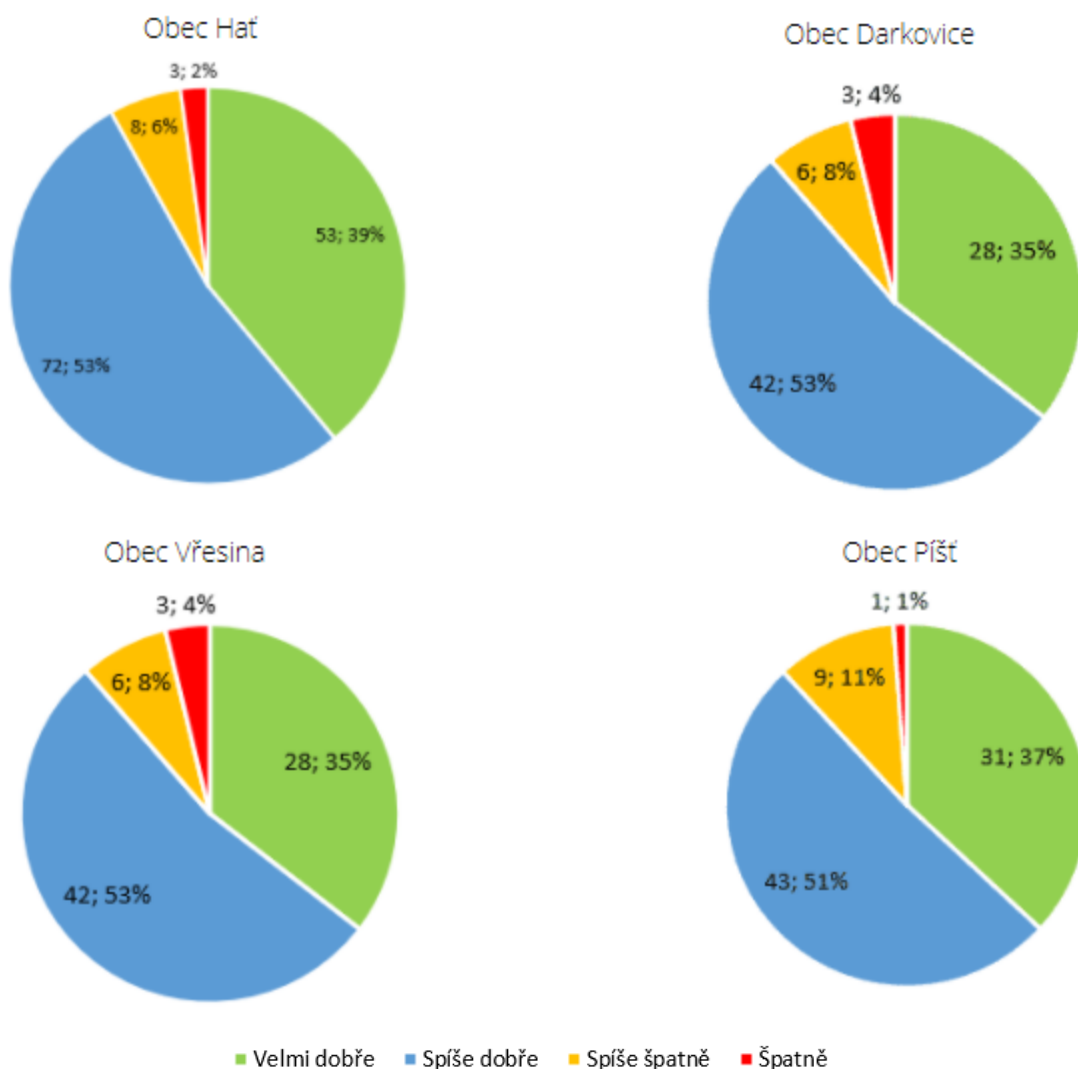
² Frank Bold (2013): Informace ohledně zveřejňování na webu - https://frankbold.org/poradna/pravo-na-informace/pravo-na-informace/informace-a-urady/rada/jake-informace-muze-obec-zverejnit-na-webu#Co_mus%C3%AD_obec_zve%C5%99ejnit_automaticky

VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ OBČANŮ

Dotazníkové šetření ke zpracování komunikační koncepce se konalo v období od 14. června do 16. července ve všech čtyřech obcích. Dotazník bylo možné vyplnit prostřednictvím online formy ale také i prostřednictvím papírové podoby. Obci Darkovice se podařilo nashromáždit 107 vyplněných dotazníků, obci Hať 136, obci Píšť 84 a obci Vřesina 79.

Procentuální hodnocení komunikace obce od občanů: V rámci komparace všech obcí mezi sebou, nebyla identifikována zásadní rozdílnost ve výsledcích.

Graf 1: Hodnocení komunikace obce ze strany občanů



Zdroj: Vlastní zpracování s využitím výsledků z dotazníkového šetření občanů

Tabulka 18: Komunikační kanály, na kterých občané postrádají srozumitelnou a věcnou formu komunikace

Hat'	Darkovice	Vřesina	Píšť
Oficiální facebookové stránky obce	Oficiální facebookové stránky obce	Veřejná vývěska (úřední deska)	Veřejná vývěska (úřední deska)
Hlášení obecního rozhlasu	Oficiální web	Oficiální facebookové stránky obce	Oficiální webové stránky obce
Oficiální web obce	Obecní zpravodaj	Oficiální web obce	Hlášení obecního rozhlasu

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím výsledků z dotazníkového šetření občanů

Tabulka 18 znázorňuje komunikační kanály, u kterých občané nejvíce kritizují srozumitelnou a věcnou formu komunikace. Je zapotřebí se soustředit na modernizaci daných komunikačních kanálů. Lze si povšimnout, že v tabulce se vyskytují komunikační kanály, které zároveň patří i k nejmodernějším – facebookové stránky obce, oficiální web obce. Samozřejmě se vyskytují v tabulce i starší komunikační kanály jako jsou: Veřejná vývěska (úřední deska), obecní zpravodaj či hlášení obecního zpravodaje. Ovšem všechny tyto kanály lze závratně modernizovat. Například obecní zpravodaj lze modernizovat formou videotvorby (obecní zpravodaj formou videa) anebo problém s veřejnou vývěskou (úřední deskou) lze vyřešit pořízením elektronické úřední desky. Ohledně zkvalitnění jak moderních tak i těchto starších komunikačních kanálů se bude koncepce věnovat dále podrobněji v části *Analýza a doporučení*.

Následující tabulka 19 znázorňuje jaké typy informací občanům nejvíce chybí.

Tabulka 19: Typy informací, které občané postrádají

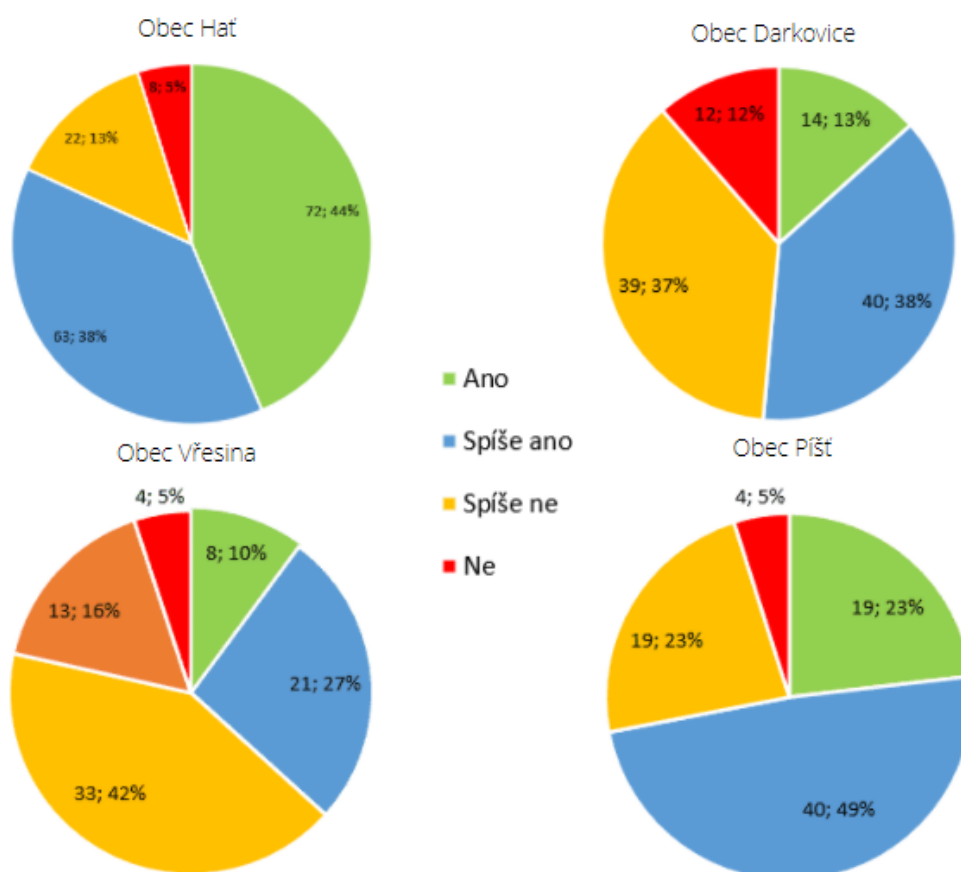
Hat'	Darkovice	Vřesina	Píšť
Plánované stavby	Plánované stavby	Plánované stavby	Zajímavosti z regionu
Zajímavosti z regionu plus tipy na výlety	Kulturní a sportovní akce	Dopravní omezení v obci	plus tipy na výlety
Dopravní omezení v obci	Zajímavosti z regionu plus tipy na výlety	Zajímavosti z regionu plus tipy na výlety	Plánované stavby
			Dopravní omezení v obci

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím výsledků z dotazníkového šetření občanů

Obce se soustřeďují v rámci komunikace na sdílení informací z okruhu mnoha témat. Je potřebné vzít v potaz, které typy informací občanům chybí a přizpůsobit k tomu svou komunikační strategii.

Občané by měli být důkladně informováni ohledně rozvojových plánů dané obce. Je důležité, aby všechny plány obce byly komunikovány, a to bezpochyby transparentně a všemi dostupnými způsoby. Obec by se měla snažit o to, aby v občanech vybudila zájem o rozvoj jejich obce a aby se na něm podíleli. V rámci výsledků lze vidět, že nejlepší výsledky má obec Hať, co se týče této statistiky. Nicméně v této obci uvedlo pouze 44 % dotazovaných, že se cítí plně informováno ohledně rozvojových záměrů obce (44 % uvedlo možnost „Ano“ – čili bez jakýchkoliv pochyb), viz graf 2.

Graf 2: Míra informovanosti občanů ohledně rozvojových záměrů obcí



Zdroj: Vlastní zpracování s využitím výsledků z dotazníkového šetření občanů

Je zapotřebí, aby obce dělávaly pravidelná dotazníková šetření, která ověřují spokojenost občanů s komunikací daných obcí. Tato aktivita je účelná vzhledem k tomu, že obce tak mají možnost získávat zpětnou vazbu ohledně toho, zda jejich komunikace je efektivní či nikoliv.

Také se doporučuje dělat tato dotazníková šetření před zavedením nové komunikační strategie – např. před zavedením nového komunikačního kanálu (Mobilní aplikace) a poté provést dotazníkové šetření v čase, kdy nová strategie byla zavedena do komunikačního procesu – ověřit, zda byla dobře implementována.

DŮLEŽITOST SEGMENTACE

Segmentace umožňuje efektivní zacílování komunikačního plánu, což má pozitivní vliv na úspěšnost komunikace ze strany vedení obce směrem k občanům. Tato kapitola je věnována důležitým informacím ohledně segmentace ve vztahu komunikace na úrovni veřejné sféry.

Při segmentaci je nezbytné se soustředit na výběr cílové skupiny. V souvislosti s výběrem cílové skupiny, potažmo cílových skupin, je nutné pochopit rozhodovací proces dané skupiny/skupin a s tím spojené důležité faktory. Pro stanovení cílové skupiny je nutné brát v potaz tyto faktory:

- Behaviorální (povědomí, znalosti, postoje).
- Demografické
- Sociálně ekonomické (příjem povolání, vzdělání).
- Geografické (v jakých lokalitách občané bydlí, kde se pohybují).
- Typy osobností (životní styl daných osob).
- Psychologické (hodnoty a názory, které občané zastávají).
- Kulturní (typy kultur, které charakterizují dané skupiny obyvatel).

Behaviorální faktor je velmi důležitý, neboť prozrazuje požadavky, které daná skupina má. Tento faktor prozrazuje stupeň loajality občanů k dané obci nebo míru spokojenosti/nespokojenosti s vedením obce ze strany občanů (do toho spadá i komunikace vedení obce s občany). Úkolem komunikačních strategií je pak udržovat u občanů pozitivní vztah k dané obci, nebo ho vybudovat.

V rámci segmentace je potřebné znát chování místních obyvatel – např. jaké kulturní události vyhledávají, co občanům nejvíce vadí v obci a co naopak vyzdvihují nebo zda většinu času tráví v obci anebo v okolním městě (převážná většina obyvatel může dojíždět do zaměstnání).

I v situacích, když chce obec vyvolat u občanů větší zájem o dění v obci, tak je také zapotřebí vybudovat komunikační strategii na jednotlivé skupiny obyvatel zvlášť. Například pro studenty bude vypadat komunikační strategie jinak než pro občany v důchodovém věku.

Podle dokonalé znalosti jednotlivých zmíněných faktorů je zapotřebí vytvářet komunikační strategie a to dle charakteristik jednotlivých skupin obyvatel – segmentů. Při vytváření takovýchto komunikačních strategií je důležité myslet na tři základní aspekty:

- Vhodně načasovat komunikaci.
- Vytvořit povědomí o dané obci u občanů.
- Vytvořit pozitivní postoj k obci u občanů.

ANALÝZA A DOPORUČENÍ

Z dotazníkového šetření starostů a ze setkání se starosty obcí vyplynulo, že starostové mají zájem se koncentrovat na digitální formu komunikace, ovšem jsou si také vědomi toho, že je potřebné zachovat i starší komunikační kanály, a to zejména kvůli občanům jež nemají přístup k internetu, a i kvůli věkově starším občanům, kteří nedostatečně pracují s internetem.

Z dotazníkové šetření starostů vyplynulo, že starostové chtějí, aby se komunikační koncepce koncentrovala na tyto témata: Modernizace komunikace prostřednictvím Facebooku, modernizace webu, komunikační trendy, problémy spojené s úřední deskou, modernizace obecního zpravodaje. Dále se tato část koncepce věnuje dalším komunikačním faktorům jako jsou: Bezbariérové přístupy, komunikační funkce budovy obecního úřadu, transparentní plochy a informační ukazatele.

Komunikační trendy

Chytrá komunikace

Je třeba pamatovat na to, že využívání komunikačních kanálů neslouží čistě jen pro informovanost občanů. Komunikace skrze komunikační kanály by měla totiž také přispívat k budování značky, respektive jména obce. Nyní se využívají novodobé komunikační kanály, které fungují na základě digitálních a informačních technologií (např. Facebook, YouTube, Instagram, oficiální webové stránky obce, mobilní aplikace). Tyto komunikační kanály šetří energii a zároveň nabízejí mimořádné možnosti:

- Umožňují lepší zacílení komunikace směrem k určitým skupinám (segmentům) občanů.
- Občané se z internetu dozví mnohem více informací, než z klasických komunikačních kanálů (např. obecní rozhlas či tištěné plakáty).
- Občané mají možnost skrze sociální sítě se seznámit s informací bližší formou.

- Informace lze efektivně sdílet s emocionálním podtextem.
- Občané mohou na dané informace pohotově reagovat (zpětná vazba, hodnocení nebo komentáře) – tím vzniká interaktivní komunikace mezi vedením obce a občany.

Nutno neopomenout integraci jednotlivých chytrých komunikačních kanálů. Vzorovým příkladem ohledně propojenosti chytrých komunikačních kanálů je integrace ve formě nativního přehrávání videí z Instagramu a Facebooku v aplikaci WhatsApp.

S využíváním informačních a digitálních technologií se pojí téma SMART komunikace. Tento typ komunikace lze charakterizovat takto: Je to přímá komunikace, a to přímo do mobilu občanů. Občané mohou přijímat informace ať jsou kdekoliv. Komunikace musí obsahovat relevantní informace a možnost zpětné vazby.

SMART komunikace musí splňovat 4 podmínky:

- Schopnost komunikaci měřit
- Cílenost
- Okamžitá komunikace
- Zpětná vazba

V rámci SMART komunikace nestačí jen občas využívat některý z moderních komunikačních kanálů. Je důležité novodobé komunikační kanály, které fungují díky digitálnímu a informačním technologiím, využívat k podpoře propojení všech klíčových faktorů: energetika, doprava, anebo zdravotnictví.

AMKOS charakterizovala základní překážky při zavádění SMART komunikace:

- Nedostatečná důvěra starostů v novodobé technologie, a to především kvůli nízké informovanosti.
- Strach ze složitosti a vyšších investic.
- Nedostatečná podpora krajů. Kraje se nesnaží rozvíjet krajské koncepce chytré komunikace.
- IT společností nabízející zastaralá a nepravdivá řešení, týkající se chytré komunikace.
- Neúčelná komunikace v podobě např. pouhého posílání SMS zpráv nebo e-mailů.
- Investice do řadových webových stránek či užívání mobilních aplikací bez rozšířené nabídky funkcí (Hospodářské noviny, 2017).

Internet hraje v novodobé komunikaci důležitou roli. To, proč je důležité využívat komunikační kanály, které potřebují ke svému fungování internet, dokazuje tato tabulka, která znázorňuje, jak je v ČR využíván internet u jednotlivých vrstev obyvatel:

Tabulka 20: Osoby v ČR, které využívají internet (statistika z roku 2020)

Věková skupina	Denně nebo téměř denně		Alespoň jednou v posledních 3 měs.		Alespoň jednou v životě		Nikdy nepoužili	
	v tis.	v %	v tis.	v %	v tis.	v %	v tis.	v %
16–24 let	834,9	97,2	847,3	98,6	850,5	99	8,6	1
25–34 let	1285,2	95,3	1321,1	97,9	1333,5	98,8	15,6	1,2
35–44 let	1545,3	93,1	1633,8	98,4	1642,5	98,9	18	1,1
45–54 let	1314,4	85,5	1455,4	94,7	1483,4	96,5	53,2	3,5
55–64 let	858,8	66,2	1051,5	81	1146,8	88,3	151,3	11,7
65–74 let	492	38,6	679,6	53,3	889	69,8	385,1	30,2
75+	99,1	12,2	160	19,7	285,5	35,2	525,4	64,8

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat: (ČSÚ, 2020)

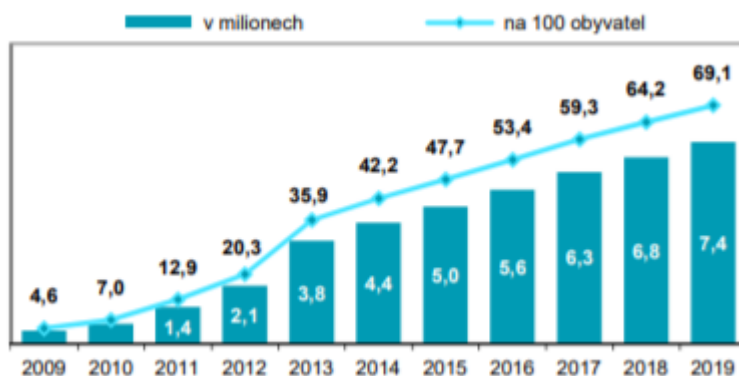
Pozn k „%“: Jedná se o podíl z celkového počtu osob v určité socio-demografické skupině.

Pozn k tabulce: Do výzkumného vzorku spadají i ženy (popřípadě muži) na rodičovské nebo mateřské dovolené.

Významné pozitivum komunikace prostřednictvím internetu spočívá v tom, že občané jsou okamžitě informováni ať už v místě jejich bydliště anebo i v jiných lokalitách, kde mají přístup k internetu. Nutno zmínit, že obyvatelé využívají ve svých chytrých mobilních telefonech internetová data, což jim umožňuje přístup k internetu tam, kde je dostupný signál.

Navíc jak lze vidět na grafu, tak využívání internetu v mobilu neustále roste:

Graf 3: Občané s aktivovanou službou internet v mobilním telefonu s měsíčním tarífem



Zdroj: (ČSÚ, 2021)

Šest tipů k tvorbě obsahu

1. Pro prezentaci typů příspěvků, kdy obec usiluje o projevení zájmů (např. kulturní události, nabídka práce) je nezbytné pamatovat na kvalitní strukturu textu, díky níž lze ovlivnit úspěšnost dosahu daného příspěvku. Nadbytečná četnost slov v názvu stránek celkově zhoršuje vyhledatelnost příspěvku – tzv. problematika klíčových slov (SEO).
2. Do obsahu sdělení je vhodné vkládat emoci. Díky emoci lze vybudit větší zájem o informaci.

V rámci tohoto lze brát v potaz výsledky z výzkumu: Vědci zjistili, že až 95 % nákupního rozhodování probíhá podvědomě. Určitá rozhodnutí nevznikají díky logickému myšlení, ale na základě emoce. Vědomá racionální mysl se v tomto případě dostává do pozadí (Harris, 2017).

3. Pro zvýšení porozumění daného sdělení se doporučuje využívat infografiku. Jedná se o druh vizuálního obsahu. Infografika by měla představit danou novou informaci či problém, a to atraktivní a snadno srozumitelnou grafickou formou. Na obrázku 1 je možné spatřit kvalitně zhotovenou infografiku.

Obrázek 1: Příklad správné infografiky



Zdroj: Milujeme fotografii od Zoner Photo Studio (2019)

4. Pro tvorbu grafických sdělení je doporučeno využívat takové nástroje jako je např. Canva. Jedná se o webovou platformu, díky níž lze tvořit grafický obsah. Canva obsahuje šablony pro tyto typy příspěvků, viz *obrázek 2*.

Obrázek 2: Šablony v Canva

					
Sociální sítě	Osobní	Podnikání	Marketing	Vzdělávání	Trendy
Instagram Stories	Pozvánky	Prezentace	Plakáty	Plány lekcí	Zoom – virtuální poza...
Příspěvky na Instagramu...	Přání	Webby	Letáky	Pracovní listy	Koncepční mapy
Příspěvky na Facebooku...	Životopisy	Loga	Infografiky	Certifikáty	Myšlenkové mapy
Úvodní fotky Facebooku...	Pohlednice	Vizitky	Brožury	Kreslené scénáře	Přání
Příspěvky na Twitteru	Plánovače	Faktury	Zpravodaje	Záložky	Přání ke Dni otců
Piny Pinterestu	Trička	Návrhy	Menu	Rozvrhy hodin	Instagram Stories – bi...

Zdroj: Canva [cca 2021]

V rámci tvorby jednotlivých druhů sdělení lze pracovat v této webové platformě s vlastními fotografiemi či videi. Canva nabízí uživateli využívat předem nadefinované prvky, které zjednoduší uživateli práci (např.: rámečky, jednotlivé druhy nadpisů, obrázky, čáry a tvary, pozadí anebo audio). Jednotlivé šablony mají nadefinované vhodné rozměry pro příspěvky (např. klasický příspěvek na Facebook: 940 × 788 px), což vede k usnadnění práce.

Jako možné alternativy za Canva se nabízí: RelayThat, Visme nebo Pic Monkey.

K úpravě fotografií, ke tvorbě webů, grafických návrhů nebo tiskovin se doporučuje využívat Photoshop.

5. V rámci tvorby obsahu je doporučeno vkládat do sdělení zapamatovatelné prvky. V této rovině je potřeba dbát na jednotný vizuální styl (např. požívání stejného písma, stejného oslovení, nebo stejných barev v infografice). Zároveň se také nabízí sestavit slogan, který by mohl být autentický k dané obci. U sestavení sloganu je potřebné myslet na jednoduchost, výstižnost a zároveň mimořádnou originalitu.
6. Při používání cizích či odborných výrazů je vhodné pamatovat na to, zda jim bude rozumět cílová skupina (okruh občanů, ke kterým je sdělení cíleno). Čili doporučuje se volit co nejjednodušší pochopitelné výrazy, popřípadě k odborným a cizím výrazům uvést vysvětlení.

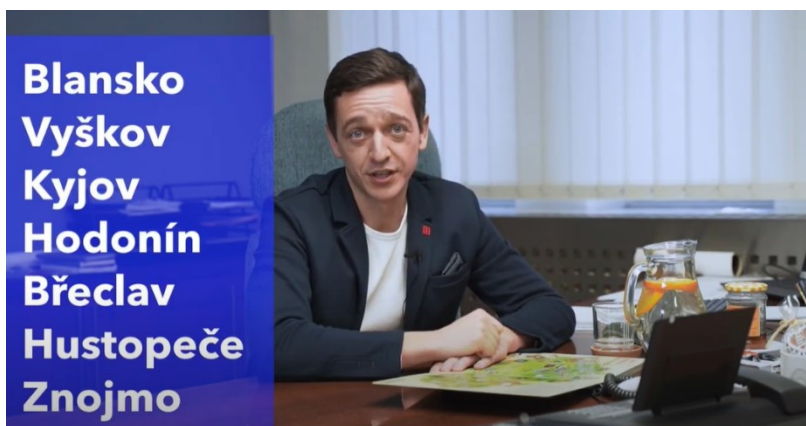
Prezentace informací skrze videa

Pokud vezmeme v potaz, že globálně stoupá množství prezentovaných informací a občané mohou být často i přehlcní, tak stojí za úvahu zakomponovat do své komunikační strategie i tvorbu videí. Jak by měly vypadat videa:

- Sdělení by měly být pochopitelné nejen pro více vzdělané osoby ale i pro méně vzdělané osoby.
- Výstižné a srozumitelné sdělení.
- Je vhodné využívat audiovizuální zařízení, která zabezpečí kvalitní zvuk i obraz – designem svého sdělení taktéž budujete svou značku.

Do videa je možné zakomponovat i infografiku, (viz obrázek 3). Vyžíváním infografiky ve videu se přispívá k větší srozumitelnosti a relevantnosti sdělení.

Obrázek 3: Ukázka z videa hejtmana Jihomoravského kraje Jana Grolicha



Zdroj: Grolich (2021)

Hlavní přínosy prezentace informací skrze videa:

- Občané mají větší šanci pochopit dané informace než přes prezentaci informací formou textového příspěvku/dokumentu. Tímto se snižuje nápor na informační centrum či obecní úřad, respektive na pracovníka, který má na starosti odpovědi na dotazy občanů.
- Nárůst celkové návštěvnosti internetových stránek.
- Nárůst celkové průměrné doby návštěvy na stránce.
- Kvalitně zpracované video lze publikovat na oblíbených chytrých komunikačních kanálech jako je YouTube, Facebook, webové stránky – vzájemná integrace.

Klasický zpravodaj lze například vytvořit formou videa. Vzorovým příkladem je např. zpravodaj obce Ratiboř. Občané z dané obce se tak mohou dozvědět informace za poměrně

krátký čas (obrázek 3 je ukázkou z video zpravodaje, který trvá 7:46 minut) a to navíc ve vizuální podobě, která je pro občana pohodlnější a přispívá k většímu porozumění.

Obrázek 4: Zpravodaj obce Ratiboř



Zdroj: Obec Ratiboř (2021)

Skrze video lze např. efektivně prezentovat informace ohledně vyplnění konkrétních formulářů nebo informace ohledně nové legislativy anebo také důležité body, které vyplynuly po zasedání zastupitelů obce. Občané mohou ocenit prezentovaný postup ohledně vyplnění jednotlivých položek v daných formulářích (proč a jak vyplnit) anebo prezentaci nové legislativy (to, jak je konkrétně ovlivňuje) skrze video než pouze formou textového dokumentu.

I přes to, že obec disponuje responzivním webem³, tak není pravidlem, že každá informace půjde snadno přečíst. Řešením tohoto problému může být právě použití videa.

Nejvhodnějším komunikačním kanálem pro prezentaci videí je YouTube. Jedná se o novodobý efektivní komunikační kanál, díky kterému lze sdílet videa a také konat i živé přenosy, jež se mohou dostat širokému množství obyvatel. YouTube je každodenní součástí života mnoha lidí.

Za účelem tvorby videa je doporučeno investovat do potřebných nástrojů, jako jsou: Kamera, stativ, ozvučení atd. Je možné i beznákladové řešení: Nahrávat na mobilní zařízení v bezprostřední blízkosti, a ne z větší vzdálenosti, neboť pak zvuk a také i obraz postrádají žádanou kvalitu. Zároveň to také může budit efekt neprofesionality v očích uživatelů na sociálních sítích.

³ Umožňuje optimalizaci stránek pro různé druhy elektronických zařízení. Stránky se tak mohou občanovi dobře zobrazovat jak na počítači, tabletu či mobilu

Modernizace webu

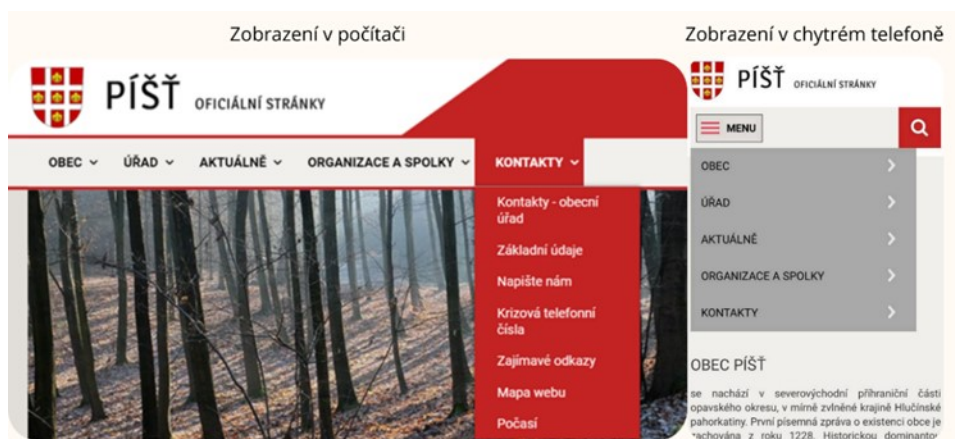
U webových stránek je potřebné si uvědomit, že uživatel chce najít potřebnou informaci na daných stránkách co nejrychleji – čili čím více je web obsáhlý, tím více se zmenšuje šance na to, že uživatel najde přesně to, co potřebuje. Je třeba pamatovat na výstižnost a přehlednost webových stránek

Přehlednost jednotlivých kategorií a subkategorií menu daných webů

Menu je důležité pro usnadnění orientace občana na celém webu obce. Jedná se tak o velmi důležitou část webu. Lze říci, že všechny čtyři obce mají jednotlivé části webu roztríděné do jednotlivých kategorií, které se objevují v sekci Menu. Nejlépe zpracované weby, co se týče přehlednosti prezentovaných kategorií a subkategorií a zároveň i co se týče responzivity byly vyhodnoceny u obcí Píšť a Vřesina, a to z těchto důvodů:

- Menu obsahuje méně kategorií. Další informace jsou přehledně členěny do subkategorií.
- Jednotlivé subkategorie se objevují až po přiblížení kurzoru na danou kategorii – tím se šetří místem na úvodní stránce a celkově tím je úvodní stránka webu přehlednější.
- Výsledek zobrazení Menu na chytrém telefonu:
 - o Bez jakéhokoliv přiblížení snadno čitelné a přehledné.

Obrázek 5: Přehlednost webu – Obec Píšť



- o Občan nemusí jednotlivé kategorie daného Menu přehnaně skrolovat⁴.

Zdroj: (Webové stránky obce Píšť c2021)

⁴ Znamená pohybovat textem na displeji (počeštěné anglické slovo)

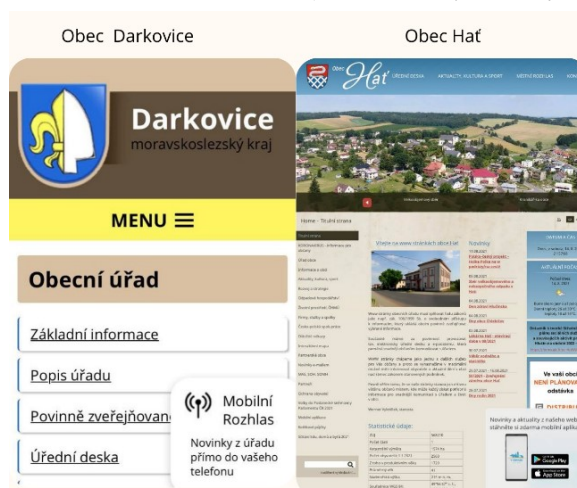
Obrázek 6: Přehlednost webu – Obec Vřesina



Zdroj: (Webové stránky obce Vřesina, c2021)

Naopak jinak vypadá např. menu obce Darkovice. V chytrém telefonu lze zobrazit dané kategorie menu na webu obce Darkovice obdobně jako u obcí Píšť a Vřesina, což je pozitivní (postupným otvíráním, aby občan nebyl zahlcen na první pohled všemi kategoriemi a subkategoriemi). Nicméně web obce Darkovice má dvojí zobrazení menu – v rámci druhého zobrazení menu už nelze jednotlivé kategorie a subkategorie otvírat postupně. Obec Hať má dokonce tři menu (v horní části webu dvě a na levé části jedno). Takže pro lepší přehlednost je doporučeno implementovat všechny kategorie s danými subkategoriemi do pouze jednoho menu, kde si občan může jednotlivé kategorie a subkategorie otvírat postupně. V rámci zobrazení webu v chytrém telefonu je nutno podotknout, že text na webu obce Hať lze obtížně přečíst (bez použití funkce přiblížení).

Obrázek 7: Menu na webech obcí (zobrazení v chytrém telefonu)



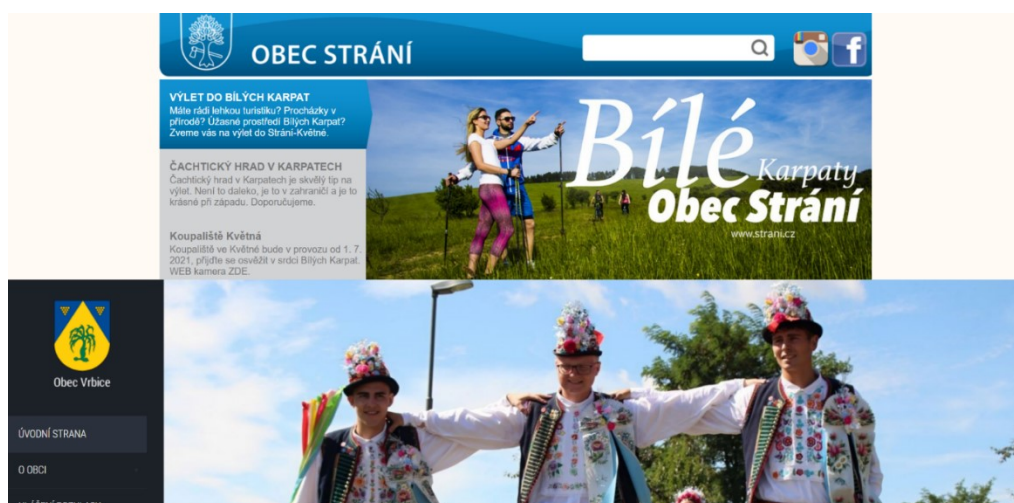
Zdroj: (Webové stránky obce Darkovice, c2021), (Webové stránky obce Hať, c2021)

Chyby na webech obcí a doporučení

Nový návštěvník webu by měl být schopný během několika vteřin na jakémkoli typu webu rozpoznat, kde se nachází a k čemu je konkrétní web určen. Pro tento účel je potřebné k tomu přizpůsobit úvodní stránku webu. Úvodní stránka webu by měla obsahovat určitě název obce, plus případně její znak a fotografie z obce. Úvodní stránka by měla sloužit pro stručné představení obce, měla by nabízet „pomocnou ruku“ pro další orientaci na webu a vyzdvihnout nejdůležitější informace, které jsou na webu umístěny. Je to jako vchod u dveří do domu, aneb První dojem rozhoduje. Za účelem zkvalitnění prvního dojmu stojí za úvahu prezentovat na úvodní stránce webu např. největší úspěchy obce, certifikáty, fotografie nejznámějších míst obce, fotografie čestných občanů.

Všechny čtyři obce sice na svých webech prezentují fotografie nejvýznamnějších budov obce nebo např. zdejší přírodu, ovšem nijak fotografie nepřibližují život občanů v obci – ve fotografiích se nevyskytuje žádná emoce. Fotografie na úvodní stránce, které v sobě mají zakomponované emoce prezentují např. obce Strání a Vrbice

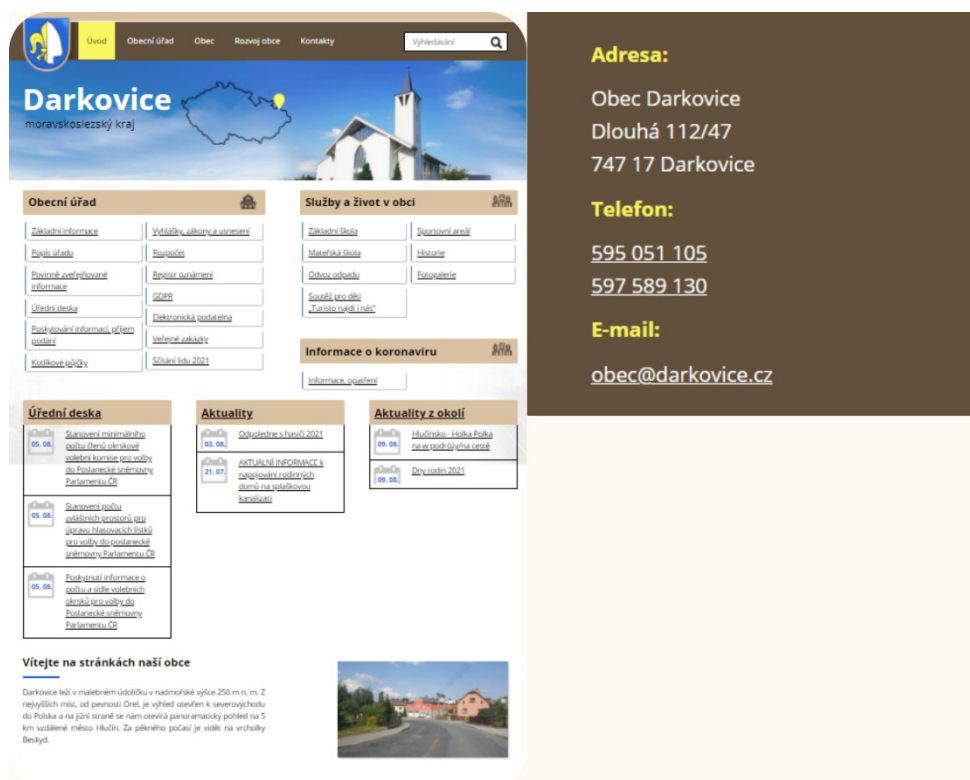
Obrázek 8: Emoce na fotografiích, jež jsou na úvodní stránkách obcí



Zdroj: (Obec Strání, [cca 2021]) a (Obec Vrbice, [cca 2021])

U obcí Darkovice byla vytknuta chyba, která kazí celkový dojem ze stránek – na úvodní stránce je popisek stránek, respektive jisté představení stránek upozaděno jednotlivými kategoriemi menu. Na stránkách obce Darkovice bylo také zjištěno, že na úvodní stránce sice jsou uvedeny telefonní čísla, nicméně chybí popisky, komu tyto telefonní čísla patří (např. starosta obce, ústředna obecního úřadu atd.), viz *obrázek 9* na další straně.

Obrázek 9: Web obce Darkovice



Zdroj: (Webové stránky obce Darkovice, c2021)

U obce Pišť byl identifikován velký počet odkazů na jejím webu. Je doporučeno tyto odkazy více minimalizovat, aby zbytečně nezabírali prostor pro jiné a hlavně důležitější informace na webu (např. novinky z obce atd.)

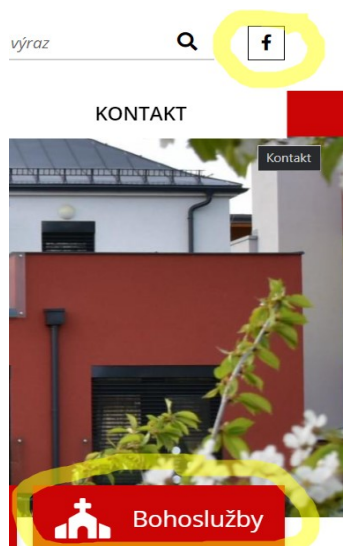
Obrázek 10: Web obce Pišť



Zdroj: (Webové stránky obce Pišť, c2021)

Vhodně implementuje odkazy na své stránky obec Vřesina a to tak, aby podstatné informace nebyly upozaděny před různorodými odkazy, viz *obrázek 11*.

Obrázek 11: Web obce Vřesina



Zdroj: (Webové stránky obce Vřesina, c2021)

Na webech obcí Vřesina, Darkovice a Hať chybí překlad alespoň důležitých informací do angličtiny. Pouze obec Píšť má překlad zajištěn, a to nejen do angličtiny. Nutno však upozornit, že obec Píšť má zajištěn překlad přes Google Translate – některé výrazy nemusí být vhodně přeloženy a některé věty se mohou zdát nesrozumitelné. Obec Hať má na webu zveřejněnou možnost překladu do angličtiny a němčiny, avšak po kliknutí na tyto možnosti se stránky nepřeloží (nefunkčnost).

Není příliš vhodné sdílet pouze odkazy na jisté typy informací. Modelovým příkladem je forma sdílení organizací a spolků v obci Píšť – není reprezentativní sdílet pouze odkazy, je zapotřebí i dané odkazy náležitě uvést.

Obrázek 12: Sdílení informací o organizacích a spolcích na webu obce Píšť



Zdroj: (Webové stránky obce Píšť, c2021)

Přehlednost webových stránek značnou měrou přispívá k celkovému designu stránek. Nápaditost stránek obce může např. spočívat v neobvyklé animaci či ve výrazném řešení nadpisů. Je zapotřebí nezapomenout i na formátování obsahu. Pohledné formy obsahu lze např. docílit jeho začleněním do výrazných bloků se zaoblenými rohy, a to tak aby byl v celém rozsahu webu konzistentní.

Facebook – nejúčinnější sociální síť

Komunikaci přes Facebook je vhodná i na základě toho, že v ČR dominuje: V ČR je celkem 5,7 milionu uživatelů této sítě, což je 54% české populace (We Are Social a Hootsuite, 2019). Dále stejný výzkum upřesňuje, že 4,8 milionu uživatelů, což je 45 % populace, využívá Facebook na mobilních zařízeních – to motivuje administrátora Facebooku velikostně přizpůsobovat příspěvky, aby je občané mohli snadno přečíst i na mobilních zařízeních (nejen na počítačích).

Styl psaní příspěvků na Facebooku by měl být odlišný oproti tomu jaký je na oficiálních webových stránkách. Na Facebook patří více „odlehčený“ styl psaní a na webové stránky patří formální styl jazyka. Textovému obsahu na Facebooku rozhodně přispívá i využití emotikon. Např. lze emotikony použít za účelem členění obsahu.

Facebookové stránky lze využít pro přímou komunikaci s občany. Pro tento účel je doporučeno zimplementovat do komunikačního plánu ankety, příspěvky, které vybízejí k vyjadřování názorů anebo příspěvky určené k propagaci obecních eventů.

Tipy k využívání Facebooku:

- 1, Je vhodné si přečíst podmínky pro užívání této sociální sítě (pravidla).
- 2, Nastavit bezpečnostní nastavení dle potřeb.
- 3, Netvořit tzv. fakenews.
- 4, Při publikaci jiného materiálu (druhé fyzické či právnické osoby) je potřebné mít svolení k publikaci od dané osoby. Je potřebné i pak uvádět zdroj.
- 5, Tvorba analýzy ohledně úspěšnosti příspěvků.

Přes Facebook je možno občanům zasílat různé pozvánky na události či s nimi sdílet fotografie z obce. Tyto příspěvky pak občané mohou sdílet – to následně zvyšuje dosah informace (informaci mohou vidět další občané a to např. z okolních obcí anebo také i turisti). Rovněž občané mohou pomocí Facebooku sdílet s obcí své úspěchy (sportovci ve svých

příspěvcích např. označí svůj sportovní oddíl z dané obce anebo turisté označí v příspěvcích obec – jakožto místo své návštěvy). Vedení obce může touto bližší formou komunikace vyvolat v občanech lokální patriotismus.

Občané mají možnost na Facebooku vkládat své komentáře či psát zprávy přímo správě dané facebookové stránky. U správy facebookové stránky je důležitá pohotovost v odpovědích – zbytečně neodkládat odpověď. Pokud administrátor si není zcela jistý obsahem své odpovědi, tak je na místě informaci ověřit u zastupitelů obce, pod které spadá daná agenda.

Chyby na facebookových stránkách obcí a doporučení

Profilová fotka a úvodní fotka reprezentuje celý obsah facebookových stránek. Zároveň také láká občana k prohlížení daných stránek, respektive tvoří první dojmy u uživatele. Na *obrázku 13* si lze povšimnout, že v profilové fotce je sice textově uveden název obce „Hat“¹. Nicméně, když občan vyhledává stránky pomocí vyhledávače na Facebooku, tak se mu může objevit výčet různých stránek. Nu a daný výčet stránek obsahuje miniaturní profilové fotky – Občan na první pohled nemusí lehce identifikovat stránky obce Hat, když je v profilové fotce obsažen text, který je v miniaturní podobě a hůře čitelný. Je tedy vhodné vytvořit novou profilovou fotku např: znak obce, obrázek/logo kde by byl zakomponován název obce tak, aby byl čitelný i v miniaturní verzi profilové fotky.

Úvodní fotka obce Hat sice zobrazuje pohled na obec, nicméně je doporučeno ji změnit na tu, která by více přiblížila život v obci (měli by v ní být občané, či hlavní dominanty obce).

Obrázek 13: Profilová a úvodní fotka obce Hat

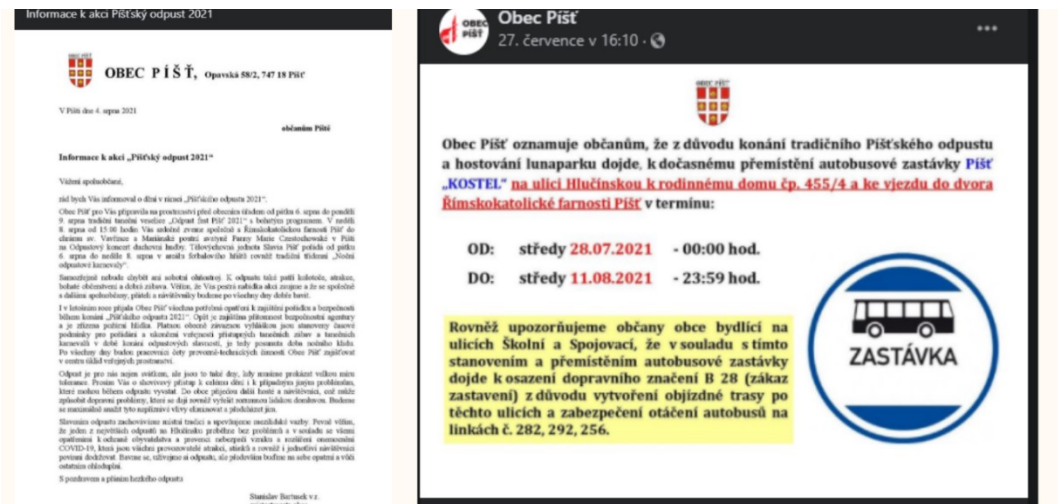


Zdroj: Facebookové stránky obce Hat (2019)

Obrázek 14 představuje příspěvky obce Píšť na jejich facebookových stránkách. Příspěvek, který je blíže levé části okraje dokumentu obsahuje dlouhý text. V rámci tohoto typu příspěvku je doporučeno spíše uvést hlavní body daného informačního dokumentu, a to

nejlépe ve formě grafického sdělení a pak vložit hypertextový odkaz odkazující na daný informační dokument – jedná se o to, aby byl občan motivován rozkliknout si daný odkaz. U dalšího příspěvku se jedná o tentýž problém: Občan by měl být motivovaný si přečíst delší text např. formou textového grafického sdělení – to by ho mělo odkazovat na hypertextový odkaz, kde po kliknutí se mu zobrazí daný delší text. Plus u tohoto příspěvku autor nepoužil žádný úvodní text – Je pouze vložena grafika s příliš velkým obsahem textu.

Obrázek 14: Příspěvky obce Píšť na Facebooku



Zdroj: (Facebookové stránky obce Hať 2019) a (Facebookové stránky obce Píšť 2021)

Na obrázku 15 lze spatřit, že příspěvek je sice přijatelně graficky proveden, ale také lze spatřit, jak dvě grafické sdělení se vzájemně překrývají, čímž se kazí celkový dojem daného příspěvku na Facebooku. Dále si lze všimnout, že text nad sdílenými grafickými sděleními neobsahuje žádné emotikony.

Obrázek 15: Příspěvek obce Vřesina na Facebooku



Zdroj: (Facebookové stránky obce Vřesina, 2021)

Odkazy na jiné weby, které obsahují cenné informace pro občany, se doporučuje sdílet na facebookových stránkách obce pomocí úvodního stručného textu, ve kterém by bylo uvedeno proč by si měl občan odkaz rozkliknout (např. je vhodné jednou větou uvést o čem pojednává sdělení, které je skryto pod odkazem plus bodově uvést klíčové informace).

Obrázek 16: Příspěvek obce Darkovice



Zdroj: (Facebookové stránky obce Darkovice, 2021)

Na další straně je *obrázek 17*, na kterém jsou uvedeny dva příspěvky. U příspěvku, který prezentuje kulturní událost si lze všimnout pár základních chyb při tvorbě grafického sdělení, které obsahuje text. Občany nepochybně vždy bude zajímat čas události – primární informace. Tato informace je však v dané infografice upozaděna před ostatními informacemi. Obec zveřejňuje čas události, a to nejmenším písmem, které je možno v infografice vidět. Dále je možno vidět, jak tvůrce grafického sdělení nechal zbytečně velkou mezeru za „Kdy:“ Nereprezentativně také vypadají gramatické či stylistické chyby, viz: „V pátek 3. 9. 2021 bude se v centru obce koná letní kino pod záštitou spolku KRAS.“ Anebo spojení slov: „Či je?“ U příspěvku, který prezentuje kulturní událost byl také zaznamenán komentář (dotaz) od občana. Nicméně na dotaz správce stránek neodpověděl. To se dá charakterizovat jako nevyužitá možnost komunikace s občanem a zároveň občanovi nepřímo vyjádřený nezájem.

Na druhém příspěvku, který upozorňuje na nález z dětského hřiště (také *obrázek 17*) je možno vidět, dvě fotografie klobouku. Příspěvek upozorňuje na jeden nalezený klobouk. Fotografie jsou takřka totožné – nijak se od sebe výrazně neliší. Čili v těchto případech je doporučeno buď volit jednu fotografii anebo dvě, které se od sebe odlišují (druhá by např. mohla znázorňovat specifický prvek na klobouku).

Obrázek 17: Příspěvky obce Vřesina



Zdroj: (Facebookové stránky obce Vřesina, 2021)

Úřední deska vs. Elektronická úřední deska

Obce mají nedostatečnou vizuální úpravu svých úředních desek. Bylo spatřeno, že úřední desky jsou buď přeplněné několika dokumenty anebo bylo spatřeno, že úřední desky obsahují méně písemných dokumentů, které jsou však nesystematicky umístěny. Toto je možno spatřit na *obrázku 18*.

Přeplnění úředních desek a další problémy, které by mohly nastat v rámci jejich užívání (např. rostoucí náklady na tisk dokumentů), lze řešit pořízením elektronické úřední desky. Díky elektronické úřední desce lze zveřejňovat větší množství materiálů, a to zejména přehlednou formou. Obce by se měly koncentrovat na pořízení elektronických úředních desek a modernizovat tak tímto svou komunikaci s občany.

Obrázek 18: Úřední desky



Zdroj: Vlastní zpracování

Digitální úřední deska je softwarový prostředek, který šetří prostor, náklady na tisk dokumentů a bezpochyby čas, který je spojený s jejich umísťováním. Digitální úřední deska zaručuje, že prezentované dokumenty jsou aktualizované a že jsou k dispozici nepřetržitě. Zároveň tento softwarový prostředek eliminuje obavy ze znehodnocení, respektive zásahu neoprávněnou osobou.

Digitální úřední deska může pojmut větší škálu informací než klasická úřední deska. Zároveň elektronická úřední deska dopomůže k větší přehlednosti prezentovaných informací. Starostové obcí mají možnost pomocí digitální úřední desky informovat občany o svozu odpadu anebo o aktuálně konaných událostí či sportovních utkáních. Další podstatné výhody digitální úřední desky:

- Desku lze spravovat z prostředí webového prohlížeče.
- Komunikace s občany moderní digitální formou.
- Zajištění jednoduššího provozu informačního centra.
- Navigační zařízení k turistickým aktivitám a památkám.
- Interaktivní mapa obce.
- Lokální zpravodaj nebo TV kanál.
- Informace o počasí, času, hromadných dopravních prostředcích + jiné doprovodné informace.
- 3D virtuální prohlídky.

Nicméně nutno podotknout, že ne všechny výhody může obsahovat každá elektronická úřední deska – záleží na typu elektronické úřední desky a výrobci.

Obcím je doporučeno se řídit Metodickým návodem pro vedení elektronické úřední desky v územních samosprávných celcích. Tento dokument pochází z oficiálního webu Ministerstva vnitra České republiky⁵. Tento dokument obsahuje 3 přílohy. Obcím se kromě výše uvedeného dokumentu doporučuje i nastudování těchto zmíněných příloh. Třetí přílohu (Rámcový přehled údajů a dokumentů ke zveřejňování na e-úřední desce) lze možno vidět v kapitole Seznam příloh (příloha č.1). Způsob zveřejňování dokumentů na elektronické úřední desce musí splňovat všechny legislativní podmínky dle § 26 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb.

V současnosti lze digitální úřední desku pořídit od daných dodavatelů, kteří zajišťují jejich instalaci. Určení dodavatele dokonce nabízí i jejich správu.

⁵ Odkaz na Metodický návod pro vedení elektronické úřední desky v územních samosprávných celcích <https://www.mvcr.cz/clanek/metodicke-pomucky-ke-spravnimu-radu.aspx> (Ministerstvo vnitra České republiky, c2021).

Obrázek 19: Elektronická úřední deska



Zdroj: (Digitální úřední deska, c2018-2021)

Podpora turismu v obcích

Turismus zvyšuje povědomí o obci. Turisté mohou podat prostřednictvím komunikace s dalšími lidmi referenci o dané navštívené obci a tím se pak zvyšuje atraktivnost obce a nepochybně zájem nových turistů o obec. Turismus může svou poptávkou po zboží a službách tlačit nabídku k jejímu růstu, a to pak může mít pozitivní dopad na zaměstnanost a vývoj mezd. Výdaje turistů putují směrem místním subjektům a ti je pak mohou použít pro modernizaci svých služeb a produktů.

Obcím je doporučeno, aby maximálně využili svých lokalit a propagovali kulturní a zajímavá místa pro cestovatele a rekreanty, která jsou umístěna nedaleko obcí. Například se tak nabízí tyto místa: Přírodní rezervace Dařenec, místní pěchotní sruby, Pstruží farma Bělá, Hlučínské jezero (Štěrkovna), historické památky v městě Hlučín, Zámek Šilheřovice, ROTHSCHILD GOLF CLUB ŠILHEŘOVICE, Lovecký zámček Šilheřovice, Krzyżanowice Palace, Přírodní koupaliště v Darkovicích či místní cyklotrasy. Také se nabízí větší důraz na propagaci událostí, které obce pořádají např.: V obci Vřesina Dožínky nebo Ukončení prázdnin; v obci Píšť Odpust nebo Slavnosti ulic; v obci Hať Den obce nebo Haťské dožínky; v obci Darkovice Dožínky nebo Světla nad bunkry.

Turistům je třeba nabídnout kvalitní služby a také něco nového a specifického. Obcím je doporučeno navazovat vztahy s organizátory veletrhů, které jsou orientovány na podporu turismu. Doporučeno je také navazovat vztahy s cestovními kanceláři. Je zapotřebí, aby obce disponovaly informačními centry, a to nejlépe v centru obcí či u ubytovacích zařízení a u autobusových zastávek. Tato centra by měly obsluhovat kvalifikovaní zaměstnanci, kteří hovoří i jiným než českým jazykem (zejména angličtina) a nabízet turistům informační materiály o turistických zajímavostech.

V rámci podpory turismu jsou také důležitá turistická značení, edukační panely, lavičky, odpočívadla. Je také doporučeno implementovat na veřejné prostory či ukazatele autentické prvky související s obcí (např. znak obce, slogan obce) anebo lze pomocí ukazatelů, které označují obec i odkazovat na kulturní událost – viz příklady z obce Píšť a Vřesina.

Obrázek 20: Ukazatele v obci Píšť a autobusová zastávka v obci Vřesina



Zdroj: Vlastní zpracování

Modernizace obecního zpravodaje

Dosažení objektivitu by mělo být hlavním cílem u obecního zpravodaje. S rozmachem internetu, některé obce sestavují zpravodaj, tak aby byl i v elektronické podobě.

Návrhy pro zatraktivnění obecního zpravodaje:

- 1, V rámci elektronické verze zpravodaje je možné používat hypertextové odkazy. Tímto krokem tak zhotovitel obecního zpravodaje ušetří místo pro další typ sdělení a občan tak není zahlcen přehnaně velkým textem. Například není nutné obsáhle popisovat danou událost či nově otevřenou budovu v obci – stačí uvést stručný popis a vložit hypertextový odkaz.
- 2, Za úvahu stojí např. pravidelně publikované zajímavosti z historie obce (zajímavé příběhy ve spojitosti s obcemi nebo zajímavé informace z kronik obcí). Například tyto edukační seriály mohou přispět k větší erudovanosti místních občanů.
- 3, Obce prostřednictvím obecního zpravodaje mohou prezentovat informace z obecních usnesení. V rámci této aktivity stojí je doporučeno zvýrazňovat podstatné body, které byly projednány na obecních usneseních – lépe vyzdvihnout důležité body jednání např. větším písmem.

4, Obce mohou pravidelně vydávat ve svých zpravodajích aktuální nabídky práce. Ovšem nejen nabídky práce z dané obce, ale také nabídky práce z okresu a kraje.

5, Za účelem motivace místních žáků daných škol je doporučeno vyhlášovat pravidelné soutěže o nejlepší práce (např. slohové práce na témata, která spadají pod obec). Tyto práce pak mohou být publikovány v daném zpravodaji.

6, Obcím se doporučuje dělat rozhovory se zajímavými osobnostmi obcí, které pak mohou prezentovat ve svém zpravodaji. Nemusí se v každém případě jednat hned o významné sportovce či herce. Obce totiž mohou prezentovat inspirativní příběhy občanů, kteří žili či žijí v daných obcích a např. bojovali s těžšími nemocemi a svůj boj úspěšně zvládli anebo s občany, kteří vystudovali vysokou školu a nyní působí v prestižních firmách.

7, V rámci formální úpravy je potřebné dbát na správnou strukturu. Nadpisy: nejpodstatnější informace větším písmem; Záhloví a zápatí: doplňují reprezentativnost zpravodaje. Obrázky, které jsou autentické k danému textu; Celková grafická úprava; Text, by měl být formován tak, aby ho čtenář mohl pohodlně číst; Využívání infografiky.

Pro inspiraci - ukázky z nejlepšího obecního zpravodaje za rok 2019 v ČR (soutěž vyhlašuje občanské sdružení Civipolis o.p.s. a spoluvyhlašovatelem je i Sdružení místních samospráv):

Obrázek 21: Velatický zpravodaj – první ukázka



Zdroj: Obec Velatice (2019)

Obrázek 22: Velatický zpravodaj – druhá ukázka

Články

díky poskytnutí včasné pomoci. S každou minutou prodáv se zahájením resuscitace klesá naděje na záchranu člověka o 10 procent. Při včas zahájení a správném provedení resuscitace pomocí AED, která vždy musí být zkombinována s masáží hrudníku, se naděje na přežití postiženého pohybuje mezi 70 a 80 procenty. Při náhlé srdeční zástavě čas-to nastane takzvaná fibrilace komor. Právě v této fázi pomůže včasný elektrický výboj, který dá člověku defibrilátor.

Co je to AED

Automatizovaný externí defibrilátor je počítačové řízené zařízení určené pro laiky, které je schopno analyzovat křivku EKG a v případě potřeby vede laického zachránce hlasovými pokyny i pokyny na obrazovce k provedení resuscitace správným způsobem a v případě potřeby i k provedení bezpečné defibrilace. Defibrilace je odborný postup, který je schopný zrušit významnou poruchu srdečního rytmu vedoucí k zástavě oběhu. Pokud se lidé s takovýmto postižením zdraví setkají, operátorka jim pomocí tlačítkové telefonní linky 155 poradí, kde najdou nejbližší externí defibrilátor v případě, že je k dispozici, a jak s ním mají pracovat. Pokud je v dané oblasti dostupný defibrilátor u složek IZS, vyšle operátorka na místo kromě výjezdové skupiny ZZS i nejbližší jednotku s AED. V praxi tedy na místo události přijíždí oba zástupci hasičů nebo policisté, kteří pomohou s resuscitací postiženého za pomoci AED do doby příjezdu týmu ZZS. To může být i případ naší jednotky. Přejí Vám za celou JSDH Velatice pevně zdraví a abyste naši pomoc nikdy nepotřebovali.

① Martin Sedláč

Školka

Školka je připravená

V době, kdy nový typ koronaviru obsadil první příčky sledovanosti, naše velatická školka se s pocitů ohrožení vypořádávala po svém. Započala realizovat svůj dlouhodobý záměr výměny stávajících vnitřních žaluzií za venkovní. První nášení z přicházející proměny podoby školky vystřídaly spolu s dalším zplněním nařízení vlády obavy z možného nedokolení oprav. Rekonstrukce probíhala za obětavého nasazení, a to jak našich zaměstnanců, tak také našich dodavatelů. Ráda bych také poděkovala pozitivně naladěnému panu Kelišovi za jeho pomoc. Přes naše velké nasazení se zdálo neustále padající oblaka stavebního prachu nekonečná. Stále se sekalo do zdiva, rozváděla se nová elektroinstalace, zapravovala omítka a nově se malovalo v našich třídách. Nuceného přerušení provozu jsme rovněž využili k profesionálnímu vyčištění všech koberců v našich třídách. Vydesinfikovali a protřídili jsme všechny hračky. Velkého přesunu veškerého inventáře jsme využili k opětovnému rozmístění vybavení našich tříd podle původního architektonického návrhu paní architektky Martiny Černé. Všichni naši zaměstnanci školky podávali velké fyzické výkony. A nejen to. V době nouzového stavu v celé České republice, stejně jako většina našich spoluobčanů, tak také náš pracovní tým zapojený do pro nás významné a časově stresující rekonstrukce čelil nestálé psychické zátěži. Tím byla naše rekonstrukce pro všechny z nás velice

náročná. A nejen proto velmi oceňuji náš týmový duch, který u nás vládne a že každá z nás dokáže svou plí a úsměvem povzbudit ostatní. Děkuji všem svým kolegyním za jejich mimořádné nasazení, díky kterému je naše Mateřská školka ve Velaticích plně připravena na opětovný návrat našich dětí.

① Lenka Marková

Klub důchodců

Duben

Úspěšná činnost a aktivita našeho Klubu důchodců byla v letošním roce ovlivněna



Články

a poznamenána hned dvěma faktory. Nejprve to byla rekonstrukce kulturního domu, kdy nebyla možnost využívat prostory během celého zimního období.

Druhým nečekaným faktorem bylo vyhlášení celostátního nouzového stavu kvůli pandemii koronaviru, která postihla celé území republiky, a tím i dočasný zákaz pořádání společných, jak kulturních, tak i sportovních a jiných akcí.

A tak nejprve k tomu ještě nezakázanému programu a činnosti KD.

Začátkem února byl po mimořádné a úspěšné rekonstrukci vnitřních prostor kulturního domu slavnostně otevřen pro veřejnost. Hned na to 24. února jsme si zde vyslechli cestopisnou zajímavou poznávací přednášku o cestování po Švýcarsku od naší členky klubu, prof. Jarky Slezingerové.

Není proto ani bez zajímavosti, že se naše obec a Klub důchodců objevili i v Regionálním výhlášení ČT, kdy nás před tím navštívili redaktoři ČT a natočili ukázkou hry „unicur-ling“.

Jako každý rok, ani tentokrát neopomněli muži na MDŽ popřát s kytičkou našim ženám a společně s tradicí navíc Josefa a Josefovi. Další velkou počtou pro Klub a naši

33

Zdroj: Obec Velatice (2019)

Další komunikační faktory

Komunikační funkce budovy obecního úřadu

Je potřebné, aby obecní úřad měl své zřetelné označení budovy, byl snadno dostupný pro občany, co se týče jeho umístění v obci a aby měl zveřejněnou otvírací dobu (včetně úředních hodin) a aby disponoval označeními jednotlivých pracovišť. Obecní úřad v obci Pišť postrádá základní označení budovy – Obecní úřad.

Obrázek 23: Obecní úřad – obec Pišť



Zdroj: Vlastní zpracování

Na druhou stranu obec Píšť má ze všech zkoumaných obcí nejupravenější interiér: Přehledné značení daných pracovních sekcí, poutavé informační materiály o obci a daném okolí a zapojení elektronických informačních zařízení, viz *obrázek 24*.

Obrázek 24: Interiér obecního úřadu obce Píšť



Zdroj: Vlastní zpracování

Budova obecního úřadu Darkovice je rekonstruovaná, a dokonce v její blízkosti je umístěna i vlajka ČR, což dozajista vyzdvihuje reprezentativnost celé budovy. Nicméně v prostorech, kde se nachází vchod do budovy nebyl nalezen popis ohledně otvírací doby úřadu (včetně úředních hodin), viz *obrázek 25*.

Obrázek 25: Obecní úřad v obci Darkovice



Zdroj: Vlastní zpracování

Obecní úřad obce Hať je bohužel situován v nevhodné oblasti obce (je odkloněn od centra obce), viz *obrázek 26*. Nutno také dodat, že k obecnímu úřadu nebyl nalezen dostatek směrovek v blízkosti silniční komunikace a chodníků.

Obrázek 26: Obecní úřad obce Hať na mapě.



Zdroj: (Mapy.cz, 2021)

Bezbariérové přístupy

Tato podkapitola uveřejňuje informace ohledně zajištění bezbariérového přístupu pro občany do důležitých budov v obcích. Je doporučeno nedostatky odstranit a zabezpečit tak bezbariérový přístup do všech podstatných budov jako jsou: Obecní úřad, obchod s potravinami, pošta či budova kde sídlí lékař.

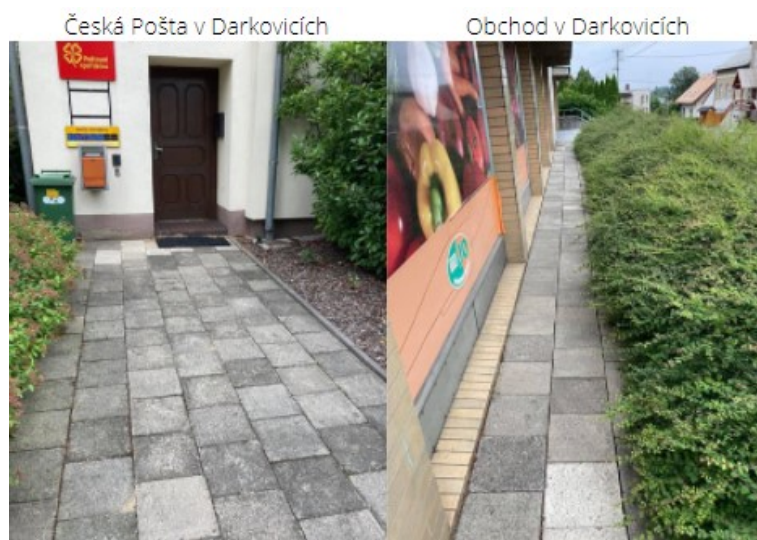
Tabulka 21: Bezbariérové přístupy do důležitých budov v obci

Bezbariérové přístupy				
Obec	Obecní úřad	Obchod s potravinami	Budova, kde sídlí lékař	Česká pošta
Darkovice	ANO	ANO	Taková budova v obci není.	ANO
Píšť	ČÁSTEČNĚ: Pouze 1. NP – tzn. odd. ekonomické, správní, stavební a pozemkové, technické.	GOBE: ANO. TEMPO: ANO. Potraviny u Kozaků: NE. O-HAY Market: NE.	ANO	NE
Hať	ČÁSTEČNĚ: Rampa k hlavním dveřím, a pak mohou občané pouze zazvonit na jednotlivé pracovníky, kteří k nim přijdou. Výťah v budově není.	V horní části obce ANO. V dolní části obce NE.	ANO	NE: je však k dispozici zvonek, občané mohou zazvonit a obsluha k nim přijde.
Vřesina	ANO	ANO	Taková budova v obci není.	ANO

Zdroj: Vlastní zpracování na základě informací od zastupitelů obcí: Darkovice, Píšť, Hať, Vřesina.

Obec Darkovice sice uvedla, že Česká pošta a Obchod s potravinami disponují bezbariérovým přístupem, avšak je nutno ještě uvést jisté nesrovnalosti. Na *obrázku 27* si lze povšimnout, že před Českou Poštou je schod (fotografie zprava). Po telefonické komunikaci s pracovníci České pošty bylo zjištěno, že handicapovaný člověk má možnost zazvonit u dveřích na

obsahu, popřípadě lze jisté záležitosti vyřídit i před budovou. Na *obrázku 27* je také možno spatřit obchod v Darkovicích (*fotografie zleva*). Obchod sice má chodník, který vede přímo ke dveřím, avšak tento chodník není nijak pro handicapované komfortní – zejména kvůli jeho úzkému provedení, a i také kvůli tomu, že v těsné blízkosti je keř.



Zdroj: Vlastní zpracování

Je doporučeno eliminovat nedostatky, co se týče bezbariérovosti, a to bezpochyby nejen u obce Darkovice ale také i u ostatních obcí, které uvedly své nedostatky či údaj o tom, že na jistých místech nedisponují bezbariérovostí, viz *tabulka 21*.

Transparentní plochy a informační ukazatele

Transparentní plochy se např. mohou využívat pro propagaci místních sportovních klubů, či kulturních událostí. Informační ukazatele pomáhají směřovat občany k důležitým budovám jako je např. obecní úřad. Tyto informační ukazatele mohou občanovi pomoci i s hledáním poptávané služby (např. autoservis či kadeřnictví). Na *obrázku 28* si lze všimnout informační plochu, která prezentuje sportovně rekreační areál. Reprezentativnost reklamního poutače však ničí jeho pozadí, respektive stav budovy, na kterém je poutač vyvěšen.

Obrázek 28: Informační plocha v obci Píšť



Zdroj: Vlastní zpracování

Na *obrázku 29* si lze povšimnout transparentní plochy v obci Vřesina, které prezentují zájmové spolky v obci či kulturní dění v obci. Materiály, které jsou na transparentní ploše vyvěšeny by potřebovaly větší vizuální úpravu. Stejně tak je doporučeno se koncentrovat na renovaci samotných vitrín, které nebyly shledány v optimálním stavu

Obrázek 29: Vitríny v obci Vřesina



Zdroj: Vlastní zpracování

Občany je zapotřebí pomocí informačních ukazatelů informovat, kde se jaká služba či daná důležitá budova v obci nachází, a to i originální (autentickou formou). Příkladem je tak např. tento ukazatel v obci Vřesina, viz *obrázek 30*

Obrázek 30: Ukazatel v obci Vřesina



Zdroj: Vlastní zpracování

ZÁVĚR

Níže je shrnuto na co by se měly obce soustředit v rámci zlepšení své komunikace s občany.

Každopádně určitá detailní doporučení jsou výše v dokumentu.

Pořízení elektronických úředních desek.
Více informovat občany o těchto tématech: Plánované stavby, Zajímavosti z regionu plus tipy na výlety, Kulturní a sportovní akce, Dopravní omezení v obci.
Nadále pokračovat v komunikaci skrze Mobilní aplikace (viz např. Hlášení rozhlasu).
Na facebookových stránkách obce dbát o správné strukturování obsahu
Na webu: Dbát na to, aby obsah byl pohodlně zobrazen v chytrých telefonech. Plus dbát o správnou formu obsahu.
Podporovat turismus v obcích skrze komunikaci.
Zaměřovat se na SMART komunikaci.
Dbát o správné strukturování obsahu plus modernizovat obsahová témata v obecním zpravodaji.
V rámci sestavování komunikační strategie využívat segmentaci.
Využívat grafické nástroje jako je např. Canva.
Při sestavování textu dodržovat základní zásady: Stručná a výstižná komunikace, která co nejméně zahlcuje občana.
Do komunikace vkládat snadno zapamatovatelné prvky.
Vysvětlovat cizí pojmy.
Pro zvýšení čtivosti příspěvků je vhodné do obsahu vkládat emoci.
Využívání infografiky posiluje srozumitelnost komunikace.
Tvorba videí umožňuje větší srozumitelnost komunikace. Nabízí se např. tvorba video zpravodaje.
Je zapotřebí zajišťovat plný bezbariérový přístup do všech důležitých budov v obcích.
Pravidelně se zajímat o to, jak občané hodnotí komunikaci obce.
Dbát o to, aby obecní úřad správně plnil svou komunikační funkci.
Aktivně nabízet občanům pracovní nabídky z obce i z Moravskoslezského kraje.
V rámci využívání komunikačních kanálů se nabízí tvorba pravidelných seriálů např. o úspěších obce, osobnostech obce a turistiky zajímavých místech.

V příloze č. 2, 3, 4 a 5 jsou propagační materiály pro Veřejná zastupitelství obcí. Je potřebné neustále vyvolávat v občanech zájem o dění v obci.

ZDROJE

CANVA, [cca 2021]. Šablony. In: Canva [online]. Canva [cit. 2021-8-14]. Dostupné z: www.canva.com

ČSÚ, 2021. Informační společnost v číslech - 2021. In: Český statistický úřad [online]. ČSÚ. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/informacni-spolecnost-v-cislech-2021>

ČSÚ, c2000-2021. Kurzy.cz [online]. Dostupné z: <https://regiony.kurzy.cz/#udaje>

ČSÚ, 2020. Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci - 2020. In: Český statistický úřad [online]. ČSÚ. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/2-digitalni-dovednosti-a-prace-se-softwarem>

Digitální úřední deska cz [online], c2018-2021. Digitální panely. Dostupné z: <https://www.digitalniurednideska.cz/>

Facebook stránky obce Darkovice [online]. 2021 [cit. 2021-9-12]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/obec.darkovice>

Facebookové stránky obce Hať [online]. 2019 [cit. 2021-9-12]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/obechat>

Facebook stránky obce Píšť [online]. 2021 [cit. 2021-9-12]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/lobec.pist>

Facebookové stránky obce Vřesina [online]. 2021 [cit. 2021-9-12]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/obecvresina>

FRANK BOLD, 2013. Jaké informace může obec zveřejnit na webu? [online]. In: Frank Bold. Dostupné z: <https://frankbold.org/poradna/pravo-na-informace/pravo-na-informace/informace-a-urady/rada/jake-informace-muze-obec-zverejnit-na-webu#>

Webové stránky obce Darkovice [online] c 2021 [cit. 2021-8-17]. Dostupné také z: <https://www.darkovice.cz/>

Webové stránky obce Hať [online]. c2021 [cit. 2021-8-17] Dostupné z: <https://www.obechat.cz/>

Webové stránky obce Píšť [online] c2021 [cit. 2021-8-17]. Dostupné také z: <https://www.pist.cz/>

Webové stránky obce Vřesina [online] c2021 [cit. 2021-8-17]. Dostupné z: <https://www.vresina.cz/>

GROLICH, Jan, 2021. 100 dní. In: YouTube [online]. YouTube [cit. 2021-8-14]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Qveas5qp7XQ&t=55s>

HARRIS, Michael, 2017. Neuroscience confirms we buy on emotion and justify with logic and yet we sell to Mr. Rational and ignore Mr. Intuitive. In: Insight Demand [online]. Insight Deman. Dostupné z: https://insightdemand.com/neuroscience-confirms-we-buy-on-emotion-justify-with-logic-yet-we-sell-to-mr-rational-ignore-mr-intuitive/#_edn1.

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY, 2017. Chytrá obecní komunikace u nás zažívá boom. In: Hospodářské noviny [online]. Praha: Economia. Dostupné z: https://ictrvue.ihned.cz/c3-65684280-0ICT00_d-65684280-chytra-obecni-komunikace-u-nas-zaziva-boom

Mapy.cz [online]. Seznam.cz, 2021 [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: www.mapy.cz

MILUJEME FOTOGRAFII OD ZONER PHOTA STUDIA, 2019. [Infografika] 6 základních chyb při úpravě fotek. In: Milujeme fotografii od Zoner Phota Studio [online]. Milujeme fotografii od Zoner Phota Studio [cit. 2021-8-14]. Dostupné z: <https://www.milujemefotografii.cz/infografika-6-zakladnich-chyb-pri-uprave-fotek>

MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY, c2021. Metodické pomůcky ke správnímu řádu. In: Ministerstvo vnitra České republiky [online]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/metodicke-pomucky-ke-spravnimu-radu.aspx>

OBEC RATIBOŘ, 2021. VideoZpravodaj 2021 / duben. In: YouTube [online]. YouTube [cit. 2021-8-14]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=uzJ7t2_86ro

Obec Strání [online], [cca 2021]. Dostupné také z: <https://www.strani.cz/>

OBEC VELATICE, 2020. 2020: Velatický zpravodaj 2/2020. In: Obec Velatice [online]. [cit. 2021-9-12]. Dostupné z: <http://velatice.cz/zpravodaj/2020.html>

Obec Vrbice [online], [cca 2021]. Dostupné také z: <https://www.vrbice.cz/>

WE ARE SOCIAL A HOOTSUITE, 2019. Sociální sítě v Česku, využívá je 5,7 milionu obyvatel. In: Dotekomanie.cz [online]. Dostupné z: <https://dotekomanie.cz/2019/02/socialni-site-v-cesku-vyuziva-je-57-milionu-obyvatel/>

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení v obci – data z roku 2011 (Vřesina)	7
Tabulka 2: Obyvatele dle kvalifikace (obyvatelstvo ve věku 15 a více let) - data z roku 2011 (Vřesina).....	7
Tabulka 3: Obyvatelé dle národností – data z roku 2011 (Vřesina).....	8
Tabulka 4: Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti - data z roku 2020 (Vřesina).....	8
Tabulka 5: Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení v obci – data z roku 2011 (Darkovice) ...	9
Tabulka 6: Obyvatele dle kvalifikace (obyvatelstvo ve věku 15 a více let) – data z roku 2011 (Darkovice).....	9
Tabulka 7: Obyvatelé dle národností – data z roku 2011 (Darkovice)	9
Tabulka 8: Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti - data z roku 2020 (Darkovice).....	10
Tabulka 9: Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení v obci – data z roku 2011 (Hať)	10
Tabulka 10: Obyvatele dle kvalifikace (obyvatelstvo ve věku 15 a více let) – data z roku 2011 (Hať).....	11
Tabulka 11: Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti - data z roku 2020 (Hať)	11
Tabulka 12: Obyvatelé dle národností – data z roku 2011 (Hať).....	12
Tabulka 13: Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení v obci – data z roku 2011 (Píšť)	12
Tabulka 14: Obyvatele dle kvalifikace (obyvatelstvo ve věku 15 a více let) – data z roku 2011 (Píšť).....	12
Tabulka 15: Obyvatelé dle národností – data z roku 2011 (Píšť)	13
Tabulka 16: Podnikatelské subjekty v obci podle převažující činnosti – data z roku 2020 (Píšť).....	13
Tabulka 17: Komparace údajů	16
Tabulka 18: Komunikační kanály, na kterých občané postrádají srozumitelnou a věcnou formu komunikace.....	18
Tabulka 19: Typy informací, které občané postrádají.....	18
Tabulka 20: Osoby v ČR, které využívají internet (statistika z roku 2020).....	23
Tabulka 21: Bezbariérové přístupy do důležitých budov v obcích.....	44

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Příklad správné infografiky	24
Obrázek 2: Šablony v Canva	25
Obrázek 3: Ukázka z videa hejtmana Jihomoravského kraje Jana Grolicha.....	26
Obrázek 4: Zpravodaj obce Ratiboř	27
Obrázek 5: Přehlednost webu – Obec Píšť	28
Obrázek 6: Přehlednost webu – Obec Vřesina	29
Obrázek 7: Menu na webech obcí (zobrazení v chytrém telefonu).....	29
Obrázek 8: Emoce na fotografiích, jež jsou na úvodní stránkách obcí	30
Obrázek 9: Web obce Darkovice	31
Obrázek 10: Web obce Píšť	31
Obrázek 11: Web obce Vřesina.....	32
Obrázek 12: Sdílení informací o organizacích a spolcích na webu obce Píšť	32
Obrázek 13: Profilová a úvodní fotka obce Hat'	34
Obrázek 14: Příspěvky obce Píšť na Facebooku.....	35
Obrázek 15: Příspěvek obce Vřesina na Facebooku	35
Obrázek 16: Příspěvek obce Darkovice	36
Obrázek 17: Příspěvky obce Vřesina	37
Obrázek 18: Úřední desky.....	37
Obrázek 19: Elektronická úřední deska	39
Obrázek 20: Ukazatele v obci Píšť a autobusová zastávka v obci Vřesina.....	40
Obrázek 21: Velatický zpravodaj – první ukázka	41
Obrázek 22: Velatický zpravodaj – druhá ukázka	42
Obrázek 23: Obecní úřad – obec Píšť	42
Obrázek 24: Interiér obecního úřadu obce Píšť.....	43
Obrázek 25: Obecní úřad v obci Darkovice	43
Obrázek 26: Obecní úřad obce Hat' na mapě.	44
Obrázek 27: Česká Pošta a obchod v Darkovicích	45
Obrázek 28: Informační plocha v obci Píšť	46
Obrázek 29: Vitríny v obci Vřesina	46
Obrázek 30: Ukazatel v obci Vřesina.....	47

SEZNAM GRAGŮ

Graf 1: Hodnocení komunikace obce ze strany občanů	17
Graf 2: Míra informovanosti občanů ohledně rozvojových záměrů obcí	19
Graf 3: Občané s aktivovanou službou internet v mobilním telefonu s měsíčním tarifem	23

SEZNAM PŘÍLOH

1.1 Příloha č. 1

Rámcový přehled údajů, které je obec povinna zveřejnit na elektronické úřední desce

- 1) Obec má povinnost zveřejnit souběžně na úřední desce i na elektronické úřední desce **s rizikem sankce neplatnosti úkonu, pokud dojde k vyvěšení pouze na úřední desce:**
 - a. doručení veřejnou vyhláškou ve věci řešené podle správního řádu obcí samou podle § 25 odst. 2,
 - b. pokud tak jiný speciální zákon výslovně stanoví.
 - 2) Obec je dále povinna **zveřejnit v elektronické podobě tyto údaje:**
 - a. **důvod a způsob založení povinného subjektu**, včetně podmínek a principů, za kterých provozuje svoji činnost,
 - b. 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**,
 - c. **místo, lhůtu a způsob, kde lze podat opravný prostředek proti rozhodnutí povinného subjektu**, výslovné uvedení požadavků, které jsou v této souvislosti kladeny na žadatele, jakož i popis postupů a pravidel, která je třeba dodržovat při těchto činnostech, a název příslušného formuláře a způsob a místo, kde lze takový formulář získat, tj. **úřední hodiny, ve kterých je otevřena podatelna správního orgánu**, kde je možno odevzdat podání, a úřední hodiny pro veřejnost, ve kterých je možno u něj učinit podání ústně do protokolu nebo nahlížet do spisu,
 - d. **postup, který musí povinný subjekt dodržovat při vyřizování všech žádostí, návrhů i jiných dožádání občanů**, a to včetně příslušných lhůt, které je třeba dodržovat,
 - e. **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,
 - f. **sazebník úhrad za poskytování informací**,
 - g. **výroční zprávu** za předcházející kalendářní rok o své činnosti v oblasti poskytování informací.
 - 3) Obec zveřejní na své úřední desce a též způsobem umožňujícím dálkový přístup (tedy zpravidla přímo u specifikace vlastní e-podatelny, ale i na elektronické úřední desce) **informace potřebné k doručování podání** správnímu orgánu. Je doporučeno i územním samosprávným celkům, aby tyto informace obsahovaly následující údaje, pro orgány státu závazné:
 - a. **elektronická adresa elektronické podatelny** a údaj o tom, zda je určena pro příjem všech datových zpráv nebo pouze datových zpráv určitého, předem stanoveného obsahu,
 - b. **kontaktní údaje pro přijímání datových zpráv** na technických nosičích,
 - c. případné **další možnosti doručování podání**, zejména prostřednictvím technického zařízení v sídle orgánu veřejné moci či v jeho organizačních jednotkách,
 - d. **pravidla potvrzování doručení podání** podle zvláštního právního předpisu, včetně vzoru datové zprávy, kterou se doručení potvrzuje,
-

- e. **technické parametry datových zpráv**, pro jejichž přijetí má elektronická podatelna technické a programové vybavení, a technické parametry technických nosičů, na nichž lze předávat orgánu veřejné moci datové zprávy,
 - f. postup orgánu veřejné moci v případě, že u přijaté datové zprávy je zjištěn výskyt počítačového programu, který je způsobilý přivodit škodu na informačním systému nebo na informacích zpracovávaných orgánem veřejné moci, nebo chybný formát zprávy, který může takovou škodu způsobit,
 - g. **způsob vyřizování dotazů týkajících se provozu elektronické podatelny**,
 - h. **seznam zaměstnanců oprávněných jménem správního orgánu činit právní úkony, seznam kvalifikovaných certifikátů zaměstnanců** nebo elektronické adresy, na nichž se kvalifikované certifikáty nacházejí
 - i. **seznam právních předpisů, podle kterých je možné vůči orgánu veřejné moci činit právní úkony v elektronické podobě a náležitosti těchto úkonů**, zejména náležitosti týkající se použití uznávaného elektronického podpisu.
- 4) Obec dále zveřejňuje:
- a. **termíny a program zasedání zastupitelstva, resp. rady obce**,
 - b. **obecně závazné vyhlášky obce**,
 - c. **informace dalších orgánů**, u kterých je zákonná povinnost jejich zveřejnění na úřední desce (například podle zákona o veterinární péči, zákona o správě daní a poplatků, podle zákona o odpadech, podle zákona o integrované prevenci, podle zákona o místním referendu atd.). Přehled těchto informací podle zvláštních zákonů v současné době (červen 2006) probíhá verifikací jednotlivými resorty a bude k dispozici na internetových stránkách Ministerstva vnitra od září 2006. Orientačně lze uvést, že se jedná o cca 150 povinností, vyplývajících z cca 50ti právních předpisů.
- 5) § 5 odst. 1 zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, v platném znění 2) nařízení vlády č. 495/2004 Sb., kterým se provádí zákon č. 227/2000 Sb., o elektronickém podpisu a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů

Zdroj: (Ministerstvo vnitra České republiky, c2021)

Veřejné zasedání zastupitelstva obce

POTŘEBUJEME VÁS

- Bez vás se nemůžeme radovat z úspěchů
- Bez vás nevyřešíme problémy v obci
- Bez vás neposuneme obec vpřed
- Bez vás se nedozvíme vaše přání
- Bez vás se hůře rozhoduje
- Bez vás nejsme obec



Vaše obec Darkovice

Zdroj: Vlastní zpracování

Veřejné zasedání zastupitelstva obce

POTŘEBUJEME VÁS

- Bez vás se nemůžeme radovat z úspěchů
- Bez vás nevyřešíme problémy v obci
- Bez vás neposuneme obec vpřed
- Bez vás se nedozvíme vaše přání
- Bez vás se hůře rozhoduje
- Bez vás nejsme obec



Vaše obec Hať

Zdroj: Vlastní zpracování

Veřejné zasedání zastupitelstva obce

POTŘEBUJEME VÁS

- Bez vás se nemůžeme radovat z úspěchů
- Bez vás nevyřešíme problémy v obci
- Bez vás neposuneme obec vpřed
- Bez vás se nedozvíme vaše přání
- Bez vás se hůře rozhoduje
- Bez vás nejsme obec



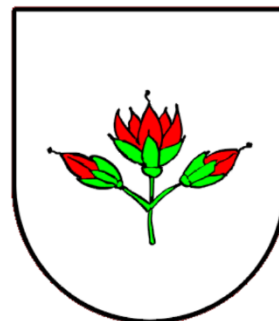
Vaše obec Píšť

Zdroj: Vlastní zpracování

Veřejné zasedání zastupitelstva obce

POTŘEBUJEME VÁS

- Bez vás se nemůžeme radovat z úspěchů
- Bez vás nevyřešíme problémy v obci
- Bez vás neposuneme obec vpřed
- Bez vás se nedozvíme vaše přání
- Bez vás se hůře rozhoduje
- Bez vás nejsme obec



Vaše obec Vřesina

Zdroj: Vlastní zpracování