



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Strategie města při komunikaci s veřejností



Realizováno v rámci projektu „Zvýšení kvality komunikace ve městě Bojkovice“ s registračním číslem CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016845 podpořeného z Operačního programu Zaměstnanost.

Říjen 2021

OBSAH

1	Úvod.....	4
2	Metodika	5
3	Základní údaje o městu	6
3.1	Počet obyvatel a věkové rozdělení	7
3.2	Obyvatelé dle národnosti	8
3.3	Obyvatelé dle vzdělání	8
3.4	Podnikatelské subjekty ve městě podle převažující činnosti	9
4	Výsledky z dotazníkového šetření	10
5	Základní cílové skupiny a podskupiny	22
5.1	Obyvatelé města Bojkovice	22
5.2	Občané spádové oblasti	23
5.3	Turisté a další občané mimo oblast regionu	24
5.4	Média	24
5.5	Veřejné instituce.....	24
6	Současný stav komunikačních kanálů města a navržené úpravy pro tyto nástroje	26
6.1	Webové stránky.....	26
6.2	Facebook města.....	29
6.3	Mobilní aplikace, Mobilní rozhlas	32
6.4	Časopis Naše Bojkovsko	34
6.5	Místní rozhlas.....	34
6.6	Kultura a další aktivity	35
6.7	Partnerství s jinými obcemi v zahraničí	36
6.8	Spolupráce s okolními obcemi.....	36
6.9	Dílčí komunikace místní samosprávy	37
7	Navržení nových komunikačních kanálů či výraznějších inovací.....	39
7.1	Regionální média.....	39

7.2	Studentské noviny	40
7.3	Aktivace občanů pomocí „kulatých stolů“	40
7.4	Digitální úřední deska.....	41
7.5	Seriály prostřednictvím mobilní aplikace (mobilního rozhlasu).....	42
7.6	Praxe studentů na městském úřadu – PR oddělení.....	42
7.7	Slogan města	42
7.8	Newslettery	43
7.9	Alternativy pro mobilní aplikaci a Mobilní rozhlas	43
7.10	SMS a Whatsapp.....	46
7.11	Ankety	47
8	Shrnutí.....	47
9	Návrhová část - přehled doporučených opatření v rámci komunikace města Bojkovice	48

1 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 menších obcí či měst do velkoměst.

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 města Bojkovice a na základě zjištěných výsledků navrhnout inovace pro již zavedené komunikační kanály, anebo navrhnout nové komunikační nástroje.

Obrázek č. 1.: Znak města Bojkovice



Zdroj: www.mikroregion-bojkovsko.cz

2 METODIKA

Strategie města při komunikaci s veřejností pro město Bojkovice bude sestavena z těchto základních částí:

Základní údaje o městu

Výsledky z dotazníkového šetření mezi občany

Základní cílové skupiny a podskupiny

Současný stav komunikačních nástrojů města a navržené úpravy pro tyto nástroje

Navržení nových komunikačních kanálů či výraznějších inovací

1. Základní údaje o městu:

- Jedná se o základní informace o městu (poloha, počet obyvatel, jejich věková struktura, národnosti, vzdělanost, ekonomické subjekty). Tyto údaje mohou městu pomoci při segmentaci občanů v rámci budoucích komunikačních strategií.

2. Výsledky z dotazníkového šetření mezi občany

- V kapitole budou uvedeny výsledky dotazníkového šetření mezi občany města Bojkovice ke zpracování komunikační koncepce města.

3. Základní cílové skupiny a podskupiny

- Tato část přinese přehled základních cílových skupin a podskupin, na které se komunikační koncepce a komunikační kanály zaměřují

4. Současný stav komunikačních kanálů města a navržené úpravy pro tyto nástroje

- Tímto se myslí sestavení soupisu a hodnocení kvality jednotlivých komunikačních kanálů. Po ujasnění této tematiky bude zřejmé, které komunikační kanály obsahují deficity, a které město zcela postrádá. V rámci popisu těchto komunikačních kanálů pro ně budou navrženy jednotlivé úpravy a doporučení, pakliže k tomu bude důvod. Primární soustředění tak bude kladeno na vytyčení chyb a návrhům k jejich odstranění.

5. Navržení nových komunikačních kanálů či výraznějších inovací

- Tento daný bod bude podmíněn studií všech výše uvedených bodů. Jinak řečeno veškeré navržené inovativní komunikační kanály a výraznější inovace dosavadních



komunikačních kanálů musí být v souladu se zjištěnými informacemi o městu Bojkovice, a s informacemi, které se týkají již zavedených komunikačních kanálů.

3 ZÁKLADNÍ ÚDAJE O MĚSTU

Město Bojkovice se nachází na území Zlínského kraje, v okrese Uherské Hradiště. První písemná zmínka o městu se datuje do roku 1362. V rámci administrativního členění České republiky spadá do správního obvodu obce s rozšířenou působností Uherský Brod. Městský úřad v Bojkovicích vedle přenesené působnosti základního rozsahu (podle § 61 odst. 1 písm. a) zákona č. 128/2000 Sb.) vykonává ve svěřeném rozsahu další přenesenou působnost ve správním obvodu určeném prováděcím právním předpisem. Konkrétně městský úřad v Bojkovicích zahrnuje stavební úřad, který vykonává činnosti vyplývající ze zákona č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon), v platném znění, a s ním souvisejících právních předpisů pro územní obvody města Bojkovice, a dále obcí Hostětín, Komňa, Nezdenice, Pitín, Rudice, Záhorovice a Žitková. Matriční úřad na městském úřadě pak má vymezený obvod v rozsahu města Bojkovice a obcí Hostětín, Komňa, Pitín a Záhorovice.

Město je tvořeno čtyřmi katastrálními území, a to Bojkovice, Bzová u Uherského Brodu, Krhov u Bojkovic a Přechovice. Celkem se město Bojkovice rozprostírá na území o rozloze 4187 ha a větší část katastru města se nachází uvnitř chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty

Z větších sídel je městu nejbližší okresní město Uherské Hradiště, které je vzdálené 33 km, což je prakticky stejná vzdálenost, jako do krajského města Zlín, které leží 35 km od Bojkovic. Moravská metropole Brno je pak vzdálená 106 km.

Obrázek č. 2.: Poloha města Bojkovice v rámci administrativního členění České republiky



Zdroj: www.kurzy.cz

3.1 Počet obyvatel a věkové rozdělení

Ve městě Bojkovice žilo k 1. 1. 2021 celkem 4369 obyvatel, z toho 2224 žen a 2145 mužů. Nejvíce obyvatelů města spadá do věkové kategorie mezi 30-49 lety. Nepříliš pozitivním ukazatelem je fakt, že město má o dost nižší počet obyvatel v nejmladším věku (0-14 let) oproti počtu obyvatel ve vyšším věku (65 let a více), což v budoucnu může vést k poklesu počtu obyvatel ve městě. Víceméně setrvalý trend poklesu počtu obyvatel přitom město již zažívalo mezi lety 2000-2016, kdy počet obyvatel postupně klesal z původních 4814 obyvatel až na 4369 obyvatel. V posledních zhruba pěti letech se však podařilo počet obyvatel města stabilizovat. Průměrný věk obyvatele města Bojkovice k 1. 1. 2021 je 43,9 let.

Tabulka 1: Počet obyvatel a jejich věkové rozdělení v obci

Věk	Muži	Ženy	Celkem	Podíl v %
0-14	314	310	624	14,3
15-29	351	340	691	15,85
30-49	658	576	1234	28,2
50-64	431	436	867	19,85
65 let a více	391	562	953	21,8
Celkem obyvatel	2145	2224	4369	100

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat ČSÚ (2021)



3.2 Obyvatelé dle národnosti

Dle Sčítání lidu, domů a bytů v roce 2011 se drtivá většina populace Bojkovic hlásila k české, moravské či slezské národnosti, případně národnost neuvedla. Z menšin se výrazně zastoupená objevuje zejména ta slovenská (51 obyvatel), což je vzhledem k blízké poloze Bojkovic k hranicím se Slovenskem pochopitelné. Z dalších menšin se v počtu jednoho občana přihlásili obyvatelé národnosti německé, romské a ukrajinské.

Tabulka 2: Obyvatelé Bojkovic dle národnosti při SLDB 2011

Národnost	Počet obyvatel
česká	2181
moravská	798
slezská	2
slovenská	51
německá	1
romská	1
ukrajinská	1
neuvedeno	1182

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat ČSÚ (2011)

3.3 Obyvatelé dle vzdělání

Tato statistika se týká pouze obyvatel města Bojkovice, kteří měli k datu Sčítání lidu, domů a bytů v roce 2011 více jak 15 let (celkově 153 obyvatel). Ze statistiky plyne, že jednoznačně největší podíl obyvatel města Bojkovice disponuje střední vzděláním včetně vyučení bez maturity (1472 obyvatel) či úplným středním vzděláním s maturitou (990 obyvatel). Naopak podíl osob s vysokoškolským, vyšším odborným či nadstavbovým vzděláním je spíše nízký, a to zvláště při srovnání s počtem obyvatel se základním vzděláním včetně neukončeného.

Tabulka 1: Obyvatelé dle úrovně vzdělání

Úroveň vzdělání	Počet obyvatel
bez vzdělání	5
základní včetně neukončeného	775
střední včetně vyučení (bez maturity)	1472
úplné střední (s maturitou)	990
nadstavbové studium	92
vyšší odborné vzdělání	30
vysokoškolské	348

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat ČSÚ (2011)



3.4 Podnikatelské subjekty ve městě podle převažující činnosti

Statistika podnikatelských subjektů ve městě zahrnuje pouze podniky se zjištěnou aktivitou (nezahrnuje registrované podniky). Ve městě Bojkovice tak ke konci roku 2020 aktivně působilo 539 podniků, z toho 415 podniků tvořily fyzické osoby a 124 podniků právnické osoby. Nejvíce podniků je jednoznačně zastoupeno v oblasti průmyslu (137).

Tabulka 2: Podnikatelské subjekty ve městě podle převažující činnosti

Typy podniků	Počet podniků
Zemědělství, lesnictví, rybářství	49
Průmysl celkem	137
Stavebnictví	67
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	71
Doprava a skladování	12
Ubytování stravování a pohostinství	25
Informační a komunikační činnosti	12
Peněžnictví a pojišťovnictví	4
Činnosti v oblasti nemovitostí	11
Profesní, vědecké a technické činnosti	46
Administrativní a podpůrné činnosti	6
Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	2
Vzdělávání	12
Zdravotní a sociální péče	10
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	11
Ostatní činnosti	38
Nezařazeno	26
Celkem	539

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím dat ČSÚ (2021)

Identifikace všech těchto údajů usnadňuje městu vytvoření segmentace občanů vzhledem k budoucím komunikačním strategiím. Jinak řečeno tyto statistické údaje slouží pro město ve smyslu zacílení své komunikace.

Mezi zásadní informace vyplývajících ze statistik lze řadit:

- Město má nižší počet obyvatel se zahraniční národností, s výjimkou národnosti slovenské (zastoupena 51x). Avšak vzhledem k tomu, že většina místních občanů rozumí slovensky, a naopak zdejší slovenští občané rozumí česky, je počet obyvatel města, s kterými se lze domluvit pouze v cizí řeči, extrémně nízký. Z toho plyne, že v obci se nenachází téměř žádní občané, kteří by hovořili pouze cizím jazykem. Není

tak nezbytně nutné do všech komunikačních nástrojů zimplementovat cizí jazyk, ale lze určitě doporučit jeho využití u těch hlavních – např. u webových stránek města.

- Město má ve své populaci solidní podíl mladé předproduktivní a produktivní populace (segment občanů: 0–29 let), ale zároveň také vysoký podíl občanů ve vyšším věku 65+, viz Tabulka 1. Z hlediska komunikace města k těmto dvěma skupinám je však nutné postupovat výrazně odlišně, což klade nároky na správu různých komunikačních kanálů.
- Město má dle dat z roku 2011 převahu populace, která má střední vzdělání včetně vyučení (bez maturity), základní vzdělání či je bez vzdělání, viz Tabulka 3. Nabízí se možnost prostřednictvím komunikačních nástrojů motivovat mladou populaci k vyšším stupňům vzdělávání. Počet obyvatel dle vzdělání ve městě však také samozřejmě odráží strukturu místní ekonomiky a uplatnitelnost na trhu práce.
- Statistika podnikatelských subjektů ve městě podle převažující činnosti (viz Tabulka 4) ukazuje, jaké sektory ekonomiky ve městě jsou hůře obsazené, a město má samozřejmě průběžně také informace od občanů, kteří poptávají různé služby. Město tak může v rámci svých specifických potřeb prostřednictvím komunikačních prostředků poptávat služby, kterých na území města není dostatek.

4 VÝSLEDKY Z DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

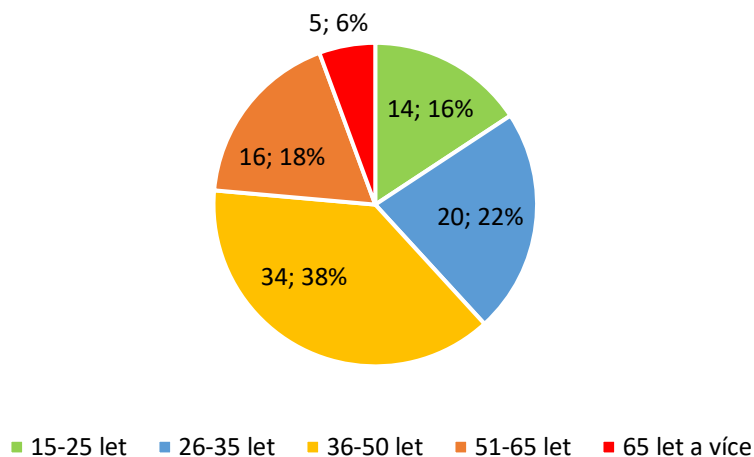
Dotazníkové šetření pro občany města Bojkovice ke zpracování komunikační koncepce města probíhalo od 8. září 2021 do 10. října 2021.

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 89 respondentů, kteří vyplnili dotazník, který byl sdílen na webových stránkách města, na facebookových stránkách starosty města, dále v obecním rozhlase i místním zpravodaji Naše Bojkovsko.

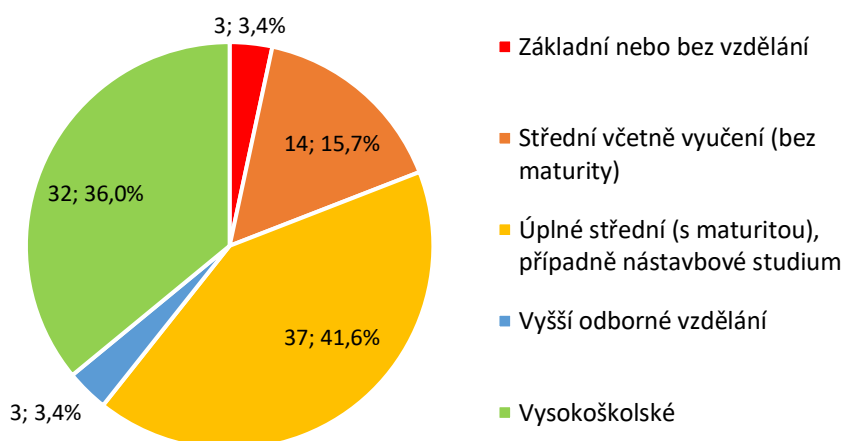
Z hlediska rozdělení respondentů do věkových kategorií zaujímaly největší podíl osoby ve věku 36-50 let. Dvacet dva procent respondentů pak bylo ve věku 26-35 let, 18 % ve věku 51-65 let. Nejmladší věková skupina 15-25 let byla zastoupena 14 osobami (16 %) a naopak nejstarší věková skupina, 65 let a více, byla zastoupena nejméně, když dotazník zodpovědělo pouze pět respondentů.



1. Prosím uveďte, do jaké věkové kategorie spadáte:



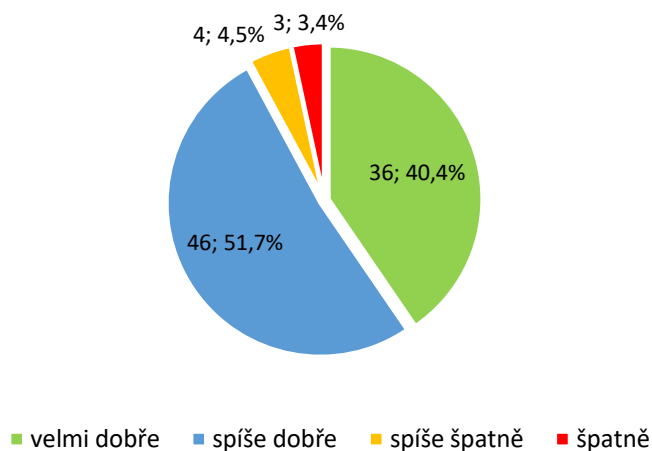
2. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?



Z hlediska dosaženého vzdělání tvořili největší část respondentů lidé s úplným středním vzděláním (s maturitou), případně nástavbovým studiem (42 %) a lidé s vysokoškolským vzděláním (36 %). Ty doplňovali respondenti se středním vzděláním včetně vyučení bez maturity (16 %). Naopak velmi málo byly zastoupeny osoby s vyšším odborným vzděláním (3 %) i osoby se základním vzděláním nebo úplně bez vzdělání (3 %).

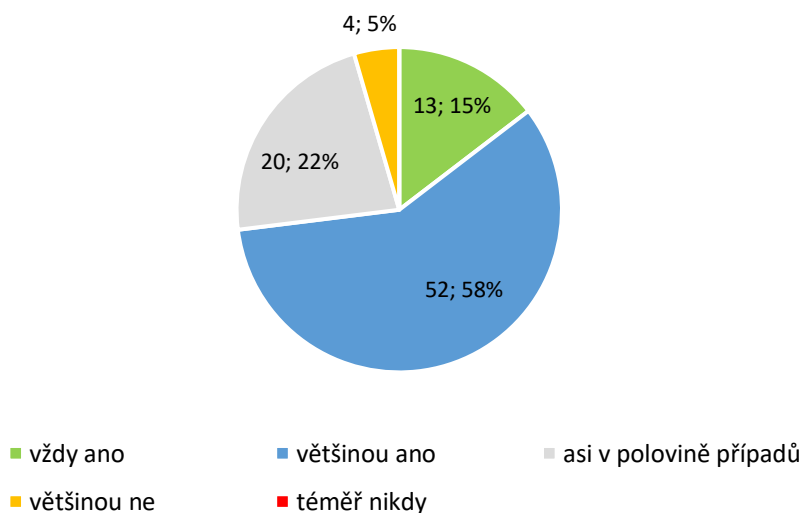


3. Jak hodnotíte informovanost občanů města Bojkovice ze strany vedení města?



Ve třetí otázce respondenti hodnotili informovanost jich, jakožto občanů města, ze strany vedení města. Většina (52 %) označila informování za spíše dobré, další velká část (40 %) dokonce za velmi dobré. Pouze 4 respondenti označili informování za spíše špatné a 3 vyloženě za špatné.

4. Dostanou se k Vám všechny důležité informace o dění ve městě, plánovaných akcích, dalším rozvoji města apod.?



Čtvrtá otázka zjišťovala, zdali se k občanů dostanou všechny důležité informace o dění ve městě, plánovaných akcích, dalším rozvoji města a podobně. Většina respondentů (58 %) se domnívá, že většinou se k nim tyto informace dostanou. Dalších 15 % pak označilo, že s k nim tyto informace dostanou vždy. Zhruba 22 % respondentů má tyto informace k dispozici zhruba



v polovině případů. Pouze 5 % respondentů tyto informace většinou nemá a velmi důležité je, že žádný respondent si nemyslí, že by dané informace neměl téměř nikdy.

5. Odkud se nejčastěji dozvídáte většinu informací týkajících se fungování obce? Zakroužkujte jednu či více z nabízených odpovědí, popřípadě upřesněte.

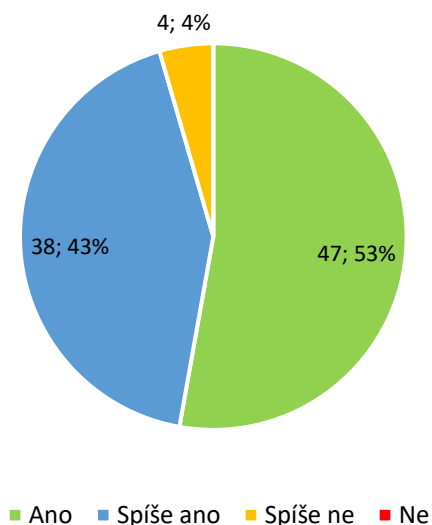
Odpověď	Počet odpovědí
Facebookové stránky starosty města (Pište starostovi)	75
Hlášení obecního rozhlasu	38
Rodina, kamarádi a přátelé	33
Oficiální webové stránky města	29
Zpravodaj (Naše Bojkovsko)	19
Veřejná vývěska (úřední deska) nedaleko městského úřadu	10
Facebook: Veřejné skupiny občanů	7
Webové stránky, které nespravuje město (např. krajská média)	2

Pátá otázka směřovala na informační kanál, odkud se občané dozvídají většinu informací týkajících se fungování města. Jednoznačným vítězem se staly facebookové stránky starosty města, následované hlášením obecního rozhlasu, rodinnou, kamarády a přáteli a oficiálními webovými stránkami obce. Další možnosti zaznamenaly již spíše nižší počty hlasů.

V šesté otázce respondenti hodnotili, zda město podává prostřednictvím svých komunikačních kanálů informace srozumitelnou a věcnou formou. Drtivá většina občanů se domnívá, že město určitě (53 %) nebo spíše (43 %) podává informace srozumitelnou a věcnou formou. Pouze 4 % respondentů se domnívají, že informace srozumitelnou a věcnou formou spíše podávány nejsou, nikdo neoznačil podávané informace za jednoznačně nesrozumitelné nebo podávané nevěcnou formou.



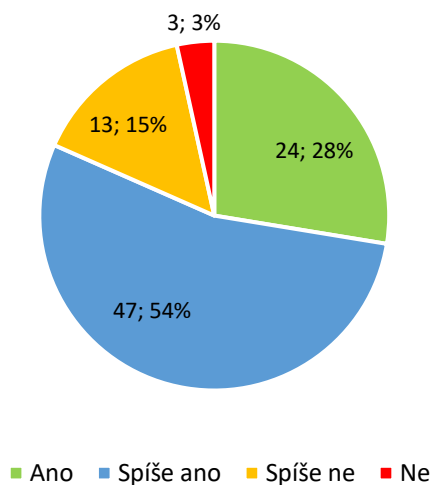
6. Podává město informace srozumitelnou a věcnou formou prostřednictvím svých komunikačních kanálů?



Co se týče zájmu města o stížnosti a návrhy občanů, většina respondentů (54 %) se domnívá, město zájem spíše má. Dalších 28 % respondentů označilo rovnou možnost „ano“, tedy že město zájem určitě má. Naopak 15 % respondentů si myslí, že město zájem o stížnosti a návrhy občanů spíše nemá a 3 % respondentů se domnívají, že zájem určitě nemá.



7. Zajímá se podle Vás město o stížnosti a návrhy občanů?



8. O čem se od města dozvídáte málo informací? Zatrhněte jednu či více z nabízených odpovědí, popřípadě upřesněte.

Odpověď	Počet odpovědí
Plánované stavby	36
Další plánovaný rozvoj města	35
Dopravní omezení ve městě	18
Informace o termínech poplatků (např. poplatky za komunální odpad)	11
Kulturní a sportovní akce	8
Nemyslím, že bych postrádal informace; nic	2
O akcích ve vesnicích patřící pod Bojkovice	1
O vyhláškách města	1
Ty informace, které se nachází jen na Facebooku	1
Výběrová řízení	1

Respondenti také vyhodnotili, o čem se dozvídají málo informací. Jedná se zejména o plánované stavby (36 hlasů) a další plánovaný rozvoj města (35 hlasů). Třetí nejčastěji zmiňovanou variantou pak byly dopravní omezení ve městě (18 hlasů). Přehled všech odpovědí je k dispozici v tabulce výše.



9. Na koho se můžete obrátit s běžnými dotazy ohledně fungování města? Zatrhněte jednu či více z nabízených odpovědí, popřípadě upřesněte.

Odpověď	Počet odpovědí
Starosta	52
Pracovníci městského úřadu	47
Místostarostka	15
Zastupitelé	12
Podatelna	6
Nevím	2
Na nikoho	1

S běžnými dotazy ohledně fungování města se respondenti dle jejich názoru mohou obrátit zejména na starostu města (52 hlasů) a na pracovníky městského úřadu (47 hlasů). Vícekrát však byla zmíněna také místostarostka města (15 hlasů) či zastupitelé (12 hlasů). Přehled všech odpovědí je k dispozici v tabulce výše.

10. Na jakých komunikačních kanálech postrádáte srozumitelnou a věcnou formu komunikace? Označte jednu či více z nabízených odpovědí, popřípadě upřesněte.

Odpověď	Počet odpovědí
Nepostrádám srozumitelnou a věcnou formu komunikace	49
Oficiální webové stránky města	25
Hlášení místního rozhlasu	7
Oficiální facebookové stránky starosty města	6
Veřejná vývěska (úřední deska) nedaleko městského úřadu	6
Zpravodaj (Naše Bojkovsko)	4
Youtube	2
Pan starosta si myslí, že když dá něco na Facebook, tak že si to celé město přečte a všichni jsou v obraze.	1



V hodnocení komunikačních kanálů, na kterých občané postrádají srozumitelnou a věcnou formu komunikace byla respondenty nejčastěji zmiňovaná varianta, že nepostrádají srozumitelnou a věcnou formu komunikace (49 hlasů). Nicméně mezi jednotlivými kanály respondenti jednoznačně nejčastěji evidovali problém u oficiálních webových stránek města (25 hlasů). Už výrazně méně hlasů obdrželo hlášení rozhlasu, oficiální facebookové stránky starosty města, úřední deska či zpravodaj Naše Bojkovsko.

11. A naopak – v rámci jakých komunikačních kanálů město komunikuje srozumitelně a věcně? Zatrhněte jednu či více z nabízených odpovědí, případně upřesněte.

Odpověď	Počet odpovědí
Facebookové stránky starosty města	69
Oficiální webové stránky města	29
Hlášení místního rozhlasu	26
Zpravodaj (Naše Bojkovsko)	20
Veřejná vývěska (úřední deska) nedaleko městského úřadu	9
Nikde; ani jedna	2
Nevím	1

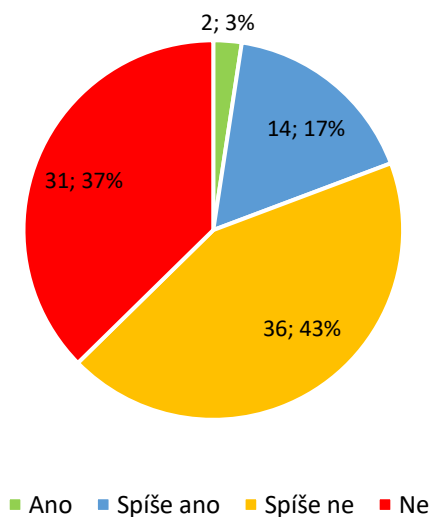
Naopak co se týče komunikačních kanálů, kde město komunikuje srozumitelně a věcně respondenti jednoznačně nejčastěji zmiňovali facebookové stránky starosty města (69 hlasů). S větším odstupem následovaly oficiální webové stránky města (29 hlasů), hlášení místního rozhlasu (26 hlasů) a zpravodaj Naše Bojkovsko (20 hlasů). Zbylé odpovědi zaznamenaly už hlasy v počtu jednotek a jsou uvedeny v tabulce výše.

Ve dvanácté otázce respondenti hodnotili možnost svého zapojení do rozhodovacího procesu města. Většinově jednoznačně převládaly názory, že se spíše zapojit nemohou (43 %), nebo že se jednoznačně zapojit nemohou (37 %). Pouze 17 % z nich se domnívá, že se spíše mají



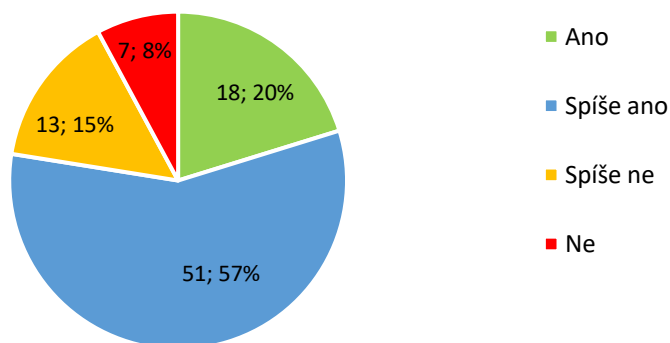
možnost zapojit a pouhé 3 % respondentů jsou si ohledně možnosti jejich zapojení do rozhodovacího procesu města určité jisté.

12. Máte možnost se zapojit do rozhodovacího procesu města?



Informovanost o rozvojových záměrech ze strany města hodnotili respondenti spíše kladně. Dvacet procent z nich se domnívá, že je město informuje, dalších 57 % pak zvolilo možnost, jsou spíše informováni. Naopak 15 % respondentů má pocit, že jsou spíše neinformováni a 8 % rovnou udává, že jsou ze strany města o rozvojových záměrech neinformováni.

13. Informuje Vás město ohledně rozvojových záměrů?

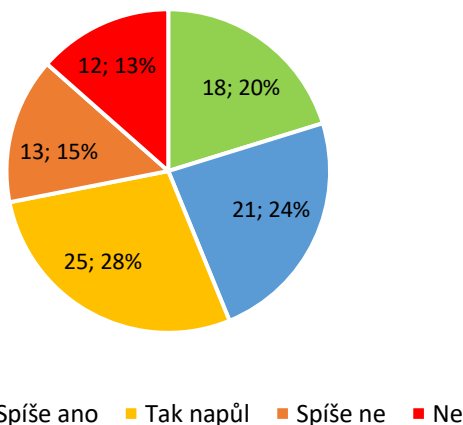


Co se týče hlášení místního rozhlasu, jakožto zdroje informací, respondenti jej z velké část považují (20 %) či spíše považují (24 %) za důležitý zdroj. Největší část respondentů (28 %) považují (20 %) či spíše považují (24 %) za důležitý zdroj. Největší část respondentů (28 %) považují (20 %) či spíše považují (24 %) za důležitý zdroj.



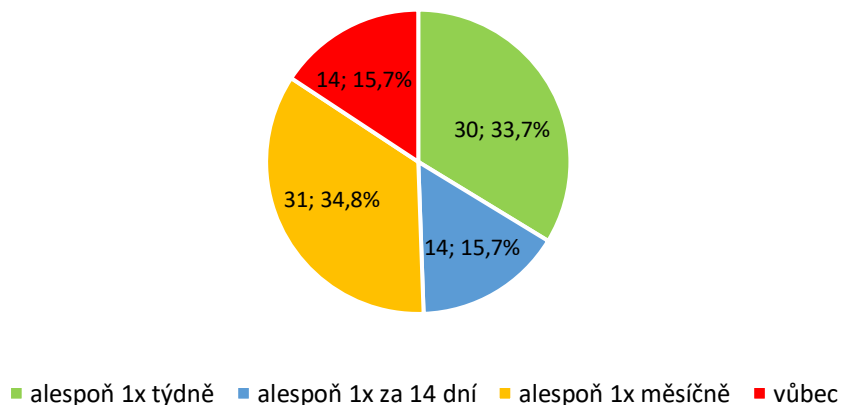
jej však považuje jako důležitý zdroj tak napůl. Naopak 15 % respondentů jej za důležitý zdroj spíše nepovažuje a 13 % určitě nepovažuje.

14. Je pro Vás hlášení místního rozhlasu důležitý zdroj informací?



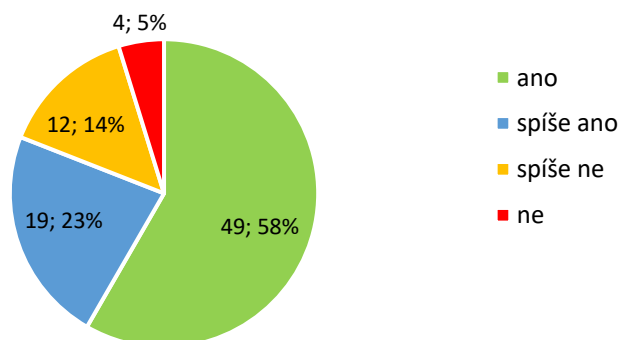
Z hlediska návštěvnosti webových stránek města uvedla největší část respondentů (necelých 35 %), že je navštěvují alespoň 1x měsíčně. Početně prakticky stejně velká skupina (necelých 34 %) je naopak v navštěvování webových stránek značně aktivnější, když na ně zavítá alespoň 1x týdně. Část respondentů, kteří webové stránky navštěvují, doplňuje necelých 16 % respondentů, kteří na ně zamíří alespoň 1x za 14 dní. Stejně velká skupina respondentů (15,7 %) pak přiznává, že stránky vůbec nenavštěvuje.

15. Jak často navštěvujete oficiální webové stránky města (www.bojkovice.cz)?



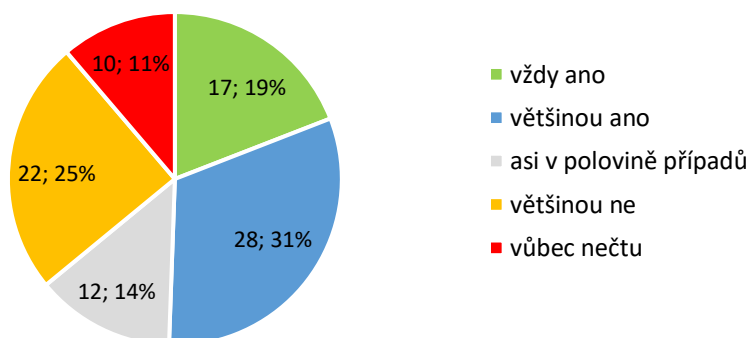
Respondenti se v případě webových stránek města vyjadřovali také k tomu, zdali by uvítali jejich modernizaci/aktualizaci či zpřehlednění. Jednoznačná většina se shodla na tom, že ano (58 %) či spíše ano (23 %). Čtrnáct procent respondentů je spíše proti jejich modernizaci a zpřehlednění a 5 % by tento proces určitě neuvítalo.

16. Pokud webové stránky navštěvujete, uvítali byste jejich modernizaci/aktualizaci a zpřehlednění?

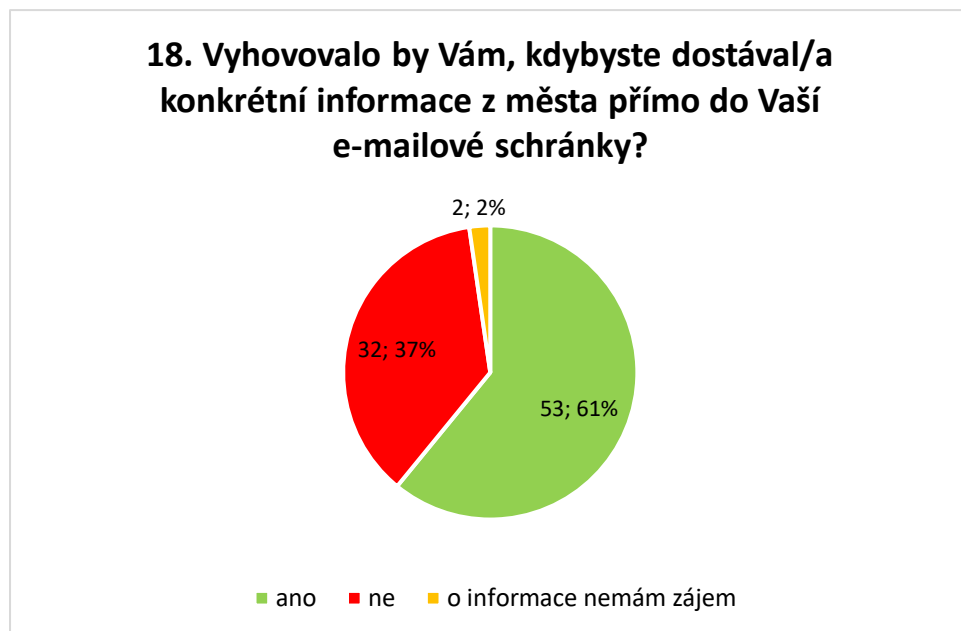


Z hlediska čtenosti místního zpravodaje lze konstatovat, že v součtu polovina respondentů zpravodaje vždy čte (19 %) či většinou čte (31 %). Další část respondentů (14 %) jej čte asi v polovině případů. Naopak čtvrtina respondentů Naše Bojkovsko většinou nečte a 11 % respondentů jej vůbec nečte. Stejně jako při hodnocení webových stránek či rozhlasu, tak tím spíše u hodnocení čtenosti zpravodaje je však nutné brát věkové rozložení respondentů, kde tvoří starší občané pouze malou část. Právě u nich se přitom dá předpokládat, že místní zpravodaj a rozhlas jsou pro ně klíčovými komunikačními kanály, kterými čerpají informace ze strany vedení města.

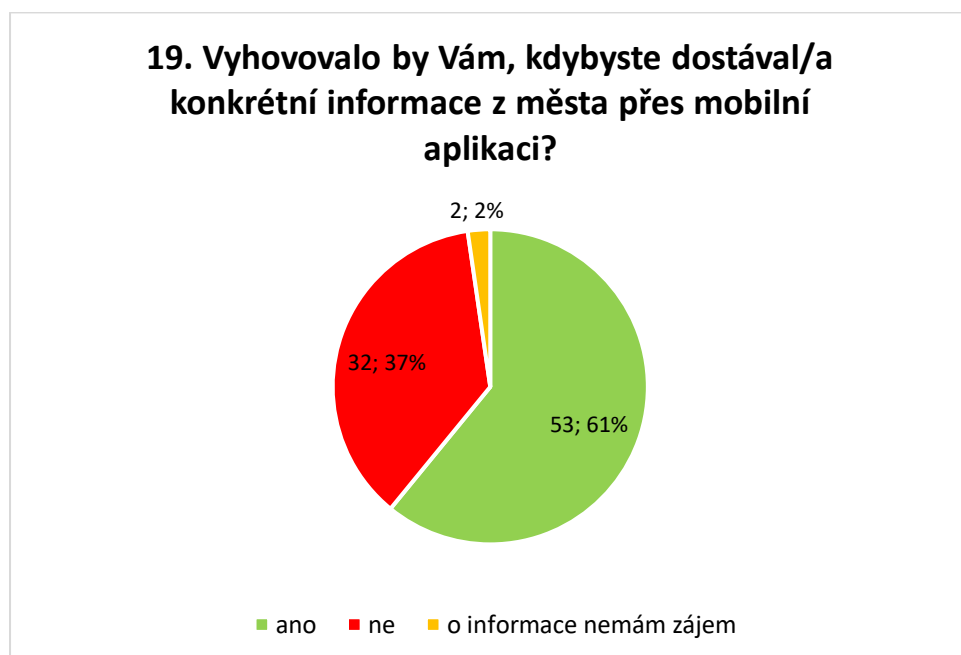
17. Čtete místní zpravodaj? (Naše Bojkovsko)



V předposlední otázce se respondenti vyjadřovali k tomu, zdali by jim vyhovovalo, kdyby dostávali informace z města přímo do jejich e-mailové schránky. Lehce nadpoloviční většina respondentů (52 %) se k této možnosti vyjádřila pozitivně. Naopak 43 % respondentů o informace do e-mailu zájem nemá zájem. Pět procent respondentů pak nemá vůbec zájem o informace z města jako takové.



Z hlediska zasílání informací z města občanům se ještě jako lepší řešení než e-mail, zdá být alespoň dle tohoto vzorku respondentů mobilní aplikace. Přes tu by zasílání zpráv vyhovovalo hned 61 % respondentům. Zároveň stále velké části (37 %) by tento způsob nevyhovoval a malá skupina (2 %) nechce být informována vůbec.



5 ZÁKLADNÍ CÍLOVÉ SKUPINY A PODSKUPINY

Komunikační strategie města Bojkovice je zacílená na širokou veřejnost, tedy na všechny osoby či organizace, kterých se dění ve městě přímo dotýká, zajímají se o aktuální dění ve městě nebo by je budoucí aktivity města mohly zajímat. Proto je zapotřebí správně nadefinovat všechny relevantní cílové skupiny a počítat s jejich specifickými charakteristikami při realizaci strategie.

5.1 Obyvatelé města Bojkovice

Jde o nejdůležitější skupinu v rámci vnější komunikace, protože má nejužší kontakt s městem. Veškerá rozhodnutí města se obyvatel (občanů) přímo dotýkají, a naopak veřejné mínění zpětně toto rozhodování ovlivňuje. Jak již bylo zmíněno výše, k 1. 1. 2021 žilo v Bojkovicích celkem 4 369 obyvatel.

Proto je potřebné věnovat této cílové skupině v komunikaci nejvyšší pozornost, ptát se, co ji zajímá, vysvětlovat zásadní rozhodnutí města i možné sporné body. Jako zpětná vazba mohou sloužit jednak dotazníky občanům, ankety na webových stránkách, sociálních sítí, a dále různá společná sezení, kulaté stoly či veřejná projednávání.

V rámci široké skupiny obyvatel města můžeme specifikovat jednotlivé podskupiny, které mohou vyžadovat specifický přístup při zprostředkování informací.

5.1.1 Volení představitelů města Bojkovice

Politická reprezentace města Bojkovice složená z celkem 21 zastupitelů je z pohledu rozhodovacích pravomocí klíčovou skupinou. Ve vztahu k občanům města je zde důležitá obousměrnost komunikačních kanálů. Politik musí kvalifikovaně interpretovat politická rozhodnutí a současně mít úplnou a nezkreslenou zpětnou vazbu od veřejnosti, již se politická rozhodnutí dotýkají.

5.1.2 Pracovníci městského úřadu Bojkovice

Úředníci města tvoří sice nepočetnou, ale z hlediska přenosu informací velice důležitou podskupinu. Pracovníci města mají k veřejným informacím o dění ve městě blíže než kterákoliv jiná skupina s výjimkou vedení města. Kvalita a úplnost informací, které má tato cílová skupina k dispozici (zejména od politické reprezentace a vedení), je stěžejní pro relevanci informací, jimiž se řídí, a které předávají dalším cílovým skupinám, zejména občanům města. Tato skupina by tak měla pro zlepšování či udržení dobrého jména města mít vždy k dispozici dostatečné a aktuální informace, které budou pro ně dle zákonných norem dostupné a zveřejnitelné.

5.1.3 Děti, mládež

Podskupina obyvatel města, která se však svými názory, zkušenostmi, postoji a využíváním komunikačních nástrojů do značné míry odlišuje od ostatních občanů města, a tomu je třeba přizpůsobit i nástroje pro komunikaci. Děti do 15 let věku tvoří 14,3 % z populace Bojkovic.

5.1.4 Senioři

Podskupina obyvatel, která je díky svému specifickému sociálnímu postavení více citlivá na socio-ekonomické změny (nejen) ve městě a vyžaduje proto zvláštní přístupy při komunikaci. Senioři nad 65 let věku tvoří významnou část populace města Bojkovice, konkrétně 21,8 %.

5.1.5 Zástupci neziskového sektoru

Také zde se jedná o specifickou cílovou podskupinu. Tato skupina má často zájem získat podporu od města na své projekty. Proto se komunikace musí zaměřit na možnosti, které jim město poskytuje nebo na poskytování rad a informací, jak získat finanční podporu z různých dotačních titulů.

5.1.6 Podnikatelé a zástupci soukromého sektoru

Jde o poslední cílovou podskupinu, vyžadující určité specifické informace. Zejména jde o informace o připravovaných projektech, o možnostech spolupráce s městem (oblast financování, rozvojové projekty, politika zaměstnanosti apod.).

5.2 Občané spádové oblasti

Město při výkonu správních činností v přenesené působnosti přichází také do kontaktu s občany působnosti stavebního a matričního úřadu na městském úřadu v Bojkovicích, a to ve dvou základních rovinách:

5.2.1 Pracovníci státní správy a samosprávy

Úředníci a volení zástupci v obcích působnosti stavebního a matričního úřadu na městském úřadu v Bojkovicích tvoří z hlediska výkonu přenesené působnosti města důležitou cílovou podskupinu pro přenos informací. Kvalita a úplnost informací, které má tato cílová podskupina k dispozici, podmiňují efektivnost správních činností v přenesené působnosti.

5.2.2 Obyvatelé spádových obcí

Při přípravě a realizaci strategií přesahujících rámec města a dotýkajících se např. celého mikroregionu Bojkovska se stává tato cílová podskupina důležitým partnerem pro komunikaci. Rovněž je důležité, aby obyvatelé spádových obcí stavebního a matričního úřadu v Bojkovicích měli dostatečné informace např. o úředních hodinách a fungování těchto úřadů.

5.3 Turisté a další občané mimo oblast regionu

Do této cílové skupiny patří nejen turisté, ale i občané, kteří se o region zajímají z jiných důvodů. Této skupině je potřebné poskytovat cílené informace nejen o dění ve městě, ale zejména nabízet jim důvody, proč město navštívit (památky, kulturní a sportovní akce apod.).

5.3.1 Turisté z regionu, blízkého okolí

Podskupina návštěvníků, která je zpravidla dobře obeznámena s poměry ve městě a okolí a její zájem je spíše orientován na drobnější (zejména kulturní či sportovní) akce lokálního významu.

5.3.2 Turisté mimo region

Podskupina návštěvníků, pro které jsou Bojkovice a oblast Bojkovska jednou z možných destinací pro rekreaci a volnočasové aktivity.

5.3.3 Turisté ze zahraničí

Specifická podskupina turistů ze zahraničí zpravidla využívá i specifických komunikačních kanálů, nezřídka navázaných na komunikační kanály měst, se kterými město Bojkovice udržuje partnerské vztahy.

5.4 Média

Média jsou specifická cílová skupina pro komunikaci a jejich úkolem je transfer informací k dalším cílovým skupinám. Tuto zprostředkující roli však mohou úspěšně plnit pouze v případě, že budou zapojena do komunikačních procesů na správném místě a ve správný čas.

5.5 Veřejné instituce

Město jako samosprávný celek, který současně zajišťuje správu v přenesené působnosti, musí mezi cílové skupiny pro komunikaci zahrnout veřejné instituce jak na horizontální, tak také na vertikální linii.



Uvedený výčet cílových podskupin nemusí být zdaleka úplný a kompletní. Vždy bude možné identifikovat další podskupinu se specifickými požadavky na komunikační nástroje, nicméně daná kapitola měla přinést výčet těch nejdůležitějších. V případě města Bojkovice (i dalších měst) se může ukázat účelnou i sociální diferenciací cílové skupiny obyvatel, byť počet obyvatel města Bojkovice je na využití této strategie spíše nízký a není jisté, zda by tak strategie měla nějaký signifikantní přínos. Problémem totiž je, že zejména občané na hranici sociálního vyloučení (případně ti za ní) nevnímají standardní komunikační kanály pro přenos informací a používané komunikační nástroje. V takovém případě je pak nezbytné hledat specifické komunikační nástroje, které by oslovily i tuto skupinu občanů.

6 SOUČASNÝ STAV KOMUNIKAČNÍCH KANÁLŮ MĚSTA A NAVRŽENÉ ÚPRAVY PRO TYTO NÁSTROJE

6.1 Webové stránky

Internetové stránky města lze hodnotit v zásadě jako velmi podrobné. Jsou zde uveřejněny velmi obsáhlé informace a nijak nelze zpochybnit jejich relevantnost. Avšak z pohledu efektivní komunikace je doporučeno se zaměřit na kvalitnější přehlednost informací. Návštěvník webu totiž obecně preferuje spíše čistý srozumitelný a přehledný text. V případech nadměrné obsáhlosti nebo nedostatečné přehlednosti webu může dojít k znechucení čtenáře. Nepochybně velkým pozitivem je snaha o podrobnou informovanost občanů ze strany administrátorů. Tyto informace je potřebné adekvátně zacílovat do jednotlivých rubrik, aby byly snadno dohledatelné pro čtenáře webu. Velkým pozitivem webu jsou i jeho cizojazyčné verze, a to konkrétně angličtina, němčina a ruština. Z dotazníkového šetření také plyne, že webové stránky jsou poměrně hojně využívaným komunikačním nástrojem, když celkem zhruba 85 % respondentů z řad občanů města Bojkovice uvedlo, že webové stránky města navštíví nejméně 1x měsíčně.

Dále se tato kapitola bude věnovat deficitům městského webu, které byly rozpoznány výzkumným šetřením – rozčleněno na jednotlivé podkapitoly.

6.1.1 Menu

V horní části webu je umístěné základní menu (viz obrázek č. 3). Toto menu je přehledně umístěné a nijak nezapadá v kontextu celého webu.

Obrázek č. 3: Horní menu na webových stránkách města



Zdroj: www.bojkovice.cz

Nicméně internetové stránky ještě nabízí čtenáři další menu, a to v levé části webu (viz obrázek č. 4). Pro lepší přehlednost by bylo určitě vhodné tyto rubriky implementovat do jednoho menu umístěného ideálně v horní části webu. Je samozřejmé, že ne všechny rubriky se vejdou do jednoho řádku apod. Ovšem tento problém lze vyřešit tak, že nové menu bude tvořené z hlavních kategorií, které budou na jednom řádku a z podkategorií, které budou spadat právě pod zmíněné hlavní kategorie – vytvoření tzv. stromu.

Obrázek č. 4: Menu na levé straně webových stránek města



Zdroj: www.bojkovice.cz

6.1.2 Úvodní stránka webu

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. V rámci toho je jistě účelné, že úvodní stránka webu obsahuje název města plus jeho znak a jsou zde také promítnuty fotografie z území města.

Doba je však čím dál tím rychlejší a uživatel chce najít potřebnou informaci co nejrychleji – čili čím více je web obsáhlý, tím více se zmenšuje šance na to, že uživatel najde přesně to, co potřebuje. Tímto je poukazováno na výše nastíněné téma přehlednost.

Úvodní stránka by měla sloužit pro stručné představení Vašeho města, 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 ve městě apod. Úvodní stránka sice obsahuje fotografie z města, které se postupně střídají, nicméně je potřeba dát pozor na některé nedostatky, kdy např. u jedné z fotek jde vidět pouze její část, ale nikoliv celá (viz obrázek č. 5).

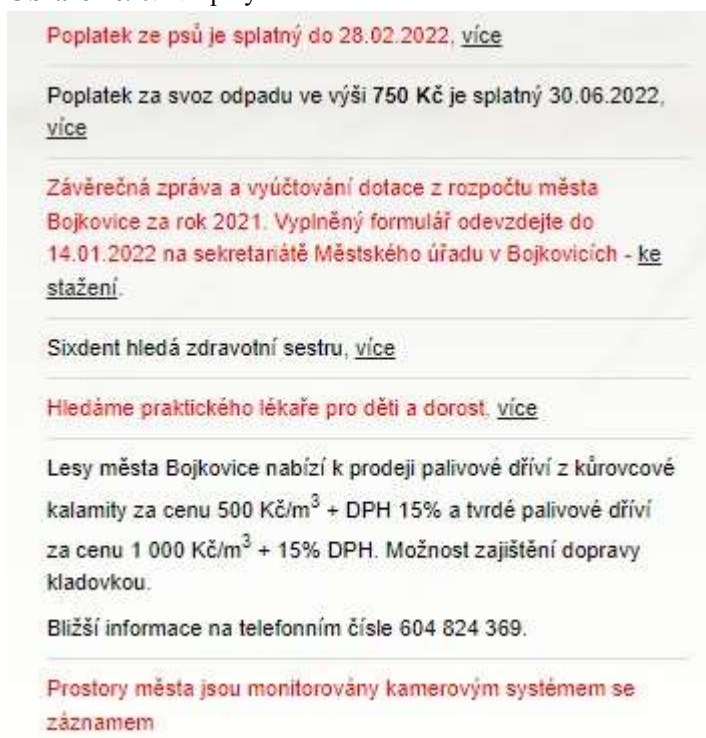
Z výše uvedeného je také zřetelné, že typy informací viz obrázek č. 6, není nejlepší prezentovat na úvodní stránce webu. Tyto informace by bylo lepší umisťovat do jednotlivých rubrik webu, nikoliv však na úvodní stránku.

Obrázek č. 5: Neúplný obrázek na úvodní webové stránce



Zdroj: www.bojkovice.cz

Obrázek č. 6: Neúplný obrázek na úvodní webové stránce



Zdroj: www.bojkovice.cz

Jako pozitivum lze naopak označit přesměrování přes menu např. na facebookovou stránku „Pište starostovi“, která je brána jako oficiální facebooková stránka města Bojkovice. Stejným způsobem probíhá přesměrování na web muzea, informačního centra apod.

6.1.3 Přístup města k transparentnosti a zveřejňování dat

Přes menu na levé straně webových stránek je postupně možné se prostřednictvím jednotlivých sekcí dostat ke všem zásadním informacím a položkám. Ať už se jedná o zápisy ze zasedání rady a zastupitelstva města, strategické dokumenty, územní plán, platné vyhlášky a nařízení,

úřední desku, poplatky, veřejné zakázky, poskytnuté dotace, rozpočet města a mnohé další. K dispozici jsou také povinně zveřejňované informace. V řadě těchto oblastí je k dispozici v případě potřeby také archiv sahající do let minulých. Hůře se však dohledávají veřejnoprávní smlouvy, v takovém případě je nejjednodušším řešením využití vyhledávače přímo na webových stránkách, což není uživatelsky nepřívětivější řešení.

Obecně lze vedení města doporučit celkovou modernizací webových stránek. K této variantě se přiklání také většina respondentů z dotazníkového šetření, která webové stránky navštěvuje. Rovněž samotné vedení města vnímá podobu webových stránek, resp. jejich modernizaci, jako oblast, na kterou by se aktuálně chtělo z hlediska problematiky komunikace s občany zaměřit.

6.2 Facebook města

Na začátku této kapitoly je třeba zdůraznit podstatný fakt – Komunikaci přes Facebook není rozhodně na místě podceňovat kvůli tomu, že 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 – Toto číslo napovídá tomu, že je nutné příspěvky a celkovou formu facebookových stránek koncipovat tak, aby z nich mohli pohodlně čerpat informace uživatelé i na mobilních zařízeních – jinak řečeno klást důraz na kompatibilitu.

Město Bojkovice využívá specifickou formu komunikace prostřednictvím Facebooku se svými občany. Konkrétně se jedná o stránku „Pište starostovi“, kterou sleduje celkem přes 2400 uživatelů Facebooku, převážně z Bojkovic a okolí. Stránka je jak občany města (viz. dotazníkové šetření), tak také vedením města vnímána jako klíčový komunikační zdroj, a to zejména směrem k populaci mladšího a středního věku. Problémem této stránky však je, že pro běžného uživatele, zvláště mimo oblast Bojkovska, je na první pohled velice obtížné si ji okamžitě spojit s městem Bojkovice, respektive není na první pohled také vůbec jasné, zda se jedná o oficiální facebookovou stránku města Bojkovice, nebo o facebookový profil starosty města Bojkovice. Pohled na příspěvky na stránce však vypovídá spíše o tom, že většinově se jedná o informace, které bychom si jinak spojili spíše s oficiální facebookovou stránkou obce než s osobním stránkou jednotlivého politika, v tomto případě starosty.

Výše zmíněný problém by však bylo vhodné nějakým způsobem vyřešit, a to zejména z důvodu možné změny na pozici starosty města, která může nastat kdykoliv v budoucnu. V dané chvíli totiž není jasné, zda následně tuto stránku, která je v dané chvíli klíčová pro komunikaci s občany, bude moci a bude využívat i nový starosta, nebo se stránka stane pouze stránkou současného starosty města. V té chvíli by totiž vedení města zcela přišlo o hlavní komunikační kanál směrem k občanům mladšího a středního věku, což by bylo velmi nešťastné, a muselo by dojít k založení nové oficiální facebookové stránky města Bojkovice, která by postupně musela od znovu začít sbírat sledující z řad občanů města. Vzhledem k popsanému aktuálnímu stavu lze navrhnout jako nejjednodušší dočasné řešení přejmenování stránky na název „Pište starostovi – Město Bojkovice“.

To, že město má svůj (byť specifický) profil na této sociální síti a dodává na tuto síť své příspěvky, jak bylo analýzou zaznamenáno, tak tím velmi účelně, prostřednictvím tohoto komunikačního kanálu, utužuje celou obecní komunitu. V podkapitolách byly vylíčeny důležité aspekty obecních facebookových stránek, na které je důležité se více soustředit.

Ze strany vedení města by také nebylo špatné sdílet příspěvky z této stránky do facebookové veřejné skupiny, jenž je pojmenovaná BOJKOVICE, a která má přes 1 400 členů.

6.2.1 Design Facebooku

Profilová fotka a úvodní fotka reprezentuje celý obsah stránky. Zároveň také láká uživatele Facebooku k prohlížení stránky, respektive tvoří první dojmy u uživatele. Na obrázku č. 7 si lze povšimnout, že zvolená úvodní fotka není příliš vhodná. Zároveň je zjevné, že ke změně úvodní fotky dochází poměrně často (několikrát do roka), což taky není příliš vhodné. Ideální by bylo jak profilovou fotku, tak také úvodní fotku „stabilizovat“ a nejlépe zvolit v obou případech fotografii, ze které bude evidentní spojení s městem Bojkovice, respektive uživateli bude zřejmé, že se jedná o profil města Bojkovice. Profilová fotka s modernizovaným logem města a nápisem „Bojkovice“ toto v zásadě splňuje, problémem je tak pouze fotka úvodní.

Také by bylo vhodné v popisu stránek přímo uvést, že se jedná o facebookovou stránku starosty města Bojkovice s dovětkem, který je zde jako informace uveden již nyní, tedy „Vážení, tato stránka slouží ke vzájemnému informování o dění v Bojkovicích, je Vám k dispozici pro Vaše náměty, dotazy či připomínky.“



Obrázek č. 7: Úvodní fotografie na facebookové stránce „Pište starostovi“



Zdroj: www.facebook.com/PisteStarostovi

6.2.2 Video

Na facebookové stránce bylo nalezeno hned několik videí, které tvoří nedílnou součást stránek. Obecně lze konstatovat, že většina videí je hezky zpracovaných, má kvalitní obraz a zvuk. Výjimku tvoří videa, která byla pořízena v rychlosti a měla za úkol např. upozornit občany na silný průtok vody v řece Olšavě, která protéká městem. Zdá se však jinak, že město má k tvorbě videí kvalitní technické prostředky a nástroje, a není tak nezbytně nutné do nich investovat.

6.2.3 Styl psaní příspěvků a deficit infografiky, emotikon, fotek (obrázků) a videí

Textové příspěvky jsou psané zpravidla stručně a výstižně. Příspěvky většinou obsahují základní sdělení hned na samotném začátku daného příspěvku, což je správně. Větší atraktivnosti a přehlednosti také prospívá, že do velké části příspěvků jsou zakomponovány fotky či videa, která ještě více reprezentují základní sdělení. Za stejným účelem je také možné umístit do příspěvku infografiku.

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. Facebooková stránka „Pište starostovi“ v tomto ohledu až na výjimky ukázkově splňuje tento přístup, což je bezpochyby její obrovskou předností. Atraktivnosti příspěvků na Facebooku dopomáhají emotikony – i ty byly v příspěvcích na stránce nalezeny.

6.2.4 Aktivace uživatelů

Facebookové stránky lze využít pro přímou komunikaci s občany. Stránka doposud postrádá pouze některé nástroje, které by mohly tuto komunikaci zefektivnit – například ankety. Vzhledem k počtu sledujících uživatelů stránky lze využít ankety jako poměrně bleskové měření průzkumů nálad a postojů k jednotlivým tématům či problémům mezi občany města. Vysoký počet sledujících (a tedy i potenciálně hlasujících) bude zajišťovat také poměrně reprezentativní výsledky takových anket, což je cenné zvláště v situaci, kdy občané o dění ve městech a obcích často příliš nejeví zájem. Anketa na facebookové stránce může alespoň částečně zaktivizovat občany a zjistit jejich názory např. i v průběhu volebního období.

Facebookové stránka „Pište starostovi“ představuje ve městě Bojkovice velmi důležitý komunikační kanál směrem k občanům. Stránka je také dobře spravovaná, její jediný významný problém spočívá v názvu, respektive ujasnění si, zda se jedná o stránku, která má reprezentovat přímo město Bojkovice, nebo se jedná spíše o stránku starosty obce ve smyslu fyzické osoby.

6.3 Mobilní aplikace, Mobilní rozhlas

Město Bojkovice v současnosti disponuje stejnojmennou mobilní aplikací pro své občany. Mobilní aplikaci vytvořila v roce 2016 společnost Pepiapp s.r.o. Aplikace je pro všechny občany s chytrými mobilními telefony volně ke stažení na platformách App Store a Google play. Aplikace má na první pohled stejný grafický styl jako webové stránky města, což je bezpochyby pro orientaci občanů dobře. Zároveň je aplikace uživatelsky poměrně příjemná, když má srozumitelné hlavní menu, pomocí něž se občan dostane dále do jednotlivých oblastí. Občané si tak mohou pročit aktuality, úřední desku, poslechnout či přečíst si zpětně hlášení rozhlasu či nahlásit a vyfotit závady ve městě. Kromě toho aplikace přináší základní informace o městě, jeho historii, klíčové jsou také rychle dostupné kontakty na městský úřad a klíčové pracovníky a vedení obce, kterým lze přes aplikaci zaslat e-mail či je telefonicky kontaktovat. V neposlední řadě aplikace také přináší fotogalerii a tipy na turistu a volný čas. Aplikace však nedisponuje z logiky věci tolika informacemi, jako webové stránky města, občan se tak nedostane přímo k zápisům ze zastupitelstva či rady města, k rozpočtu města apod. Celkově však lze hodnotit aplikaci jako zdařilou. K aplikaci nebudou dány žádná doporučení, a to

zejména z toho důvodu, že město Bojkovice již nyní plánuje pořízení aplikace nové, takže udělování rad a doporučení ke stávající aplikaci by bylo již zbytečné.

Jako tip na novou aplikaci může být aplikace s názvem Mobilní rozhlas. Tato aplikace je výborným řešením, jak dostat k občanovi všechny podstatné informace z obce. Zároveň se zde nabízí možnost, jak velmi účelně aktivizovat pasivní část občanů města k většímu zájmu o rozvoj Bojkovic, a to například prostřednictvím anket či participativních rozpočtů. Město by tímto mohlo otevřít prostor pro přímé vyjadřování občanů k palčivým problémům města anebo dát možnost občanům podílet se na rozhodování nad jistými záležitostmi.

Aplikace také mj. umožňuje sdílet tipy na výlety. Město by tak mohlo prostřednictvím této aplikace sdílet tipy na výlety.

Město Bojkovice nemá aktuálně občany roztríděné do jednotlivých segmentů (posílá tedy všechny druhy informací, a to všem občanům, kteří si stáhli současnou mobilní aplikaci či se přihlásili k odběru novinek přes e-mail). Městu se výhledově doporučuje roztrdit občany do zmíněných segmentů, a to dle kritéria jejich zájmů anebo dle jejich statusu (rodiny s dětmi, senioři, teenagři). Pokud by to město učinilo, tak by mohlo rozesílat některé informace dle individuálních potřeb daných segmentů.

Důležitost segmentace vyzdvihuje i Ondřej Švrček, propagátor chytré obecní komunikace a provozovatel jednoho ze systémů mobilních rozhlasů „Občané si mohou zvolit nejen podle svých zájmů, a odebírat tak zprávy například pro pejskaře, seniory nebo třeba pro rodiny s dětmi, ale také při registraci zadat místo svého bydliště a dostávat pouze informace, které se týkají nejbližšího okolí. Občané si tuto možnost chválí hlavně kvůli informacím o odstávkách energií a čištění ulic, které by podle průzkumu AMKOS uvítalo více než 80 % dotázaných občanů,“ (EnviWeb, 2017).

Město má dlouhodobě zájem o aktivitu (ideálně větší než v současnosti) ze strany občanů v rámci tohoto komunikačního kanálu (mobilní aplikace). Vedení města chce zejména nechat zachovanou možnost, aby občané na základě své vlastní iniciativy zasílali přes aplikaci návrhy, které by dopomohly k rozvoji městu (např. fotografie poničeného zařízení v majetku města apod).

Městu lze obecně doporučit, aby po vytvoření nové aplikace zejména zezáátku aktivně zdůrazňovalo benefity tohoto komunikačního kanálu přes již zavedené komunikační kanály (facebooková stránka Pište Starostovi, oficiální web města, časopis Naše Bojkovsko, úřední deska atd.).

6.4 Časopis Naše Bojkovsko

Časopis Naše Bojkovsko je představitelem klíčového tištěného komunikačního kanálu ve vztahu k informování občanů. Časopis vychází 6x do roka, zpravidla s odstupem zhruba dvou měsíců od předchozího vydání. Časopis není volně dostupný. Jeho cena je stanovena na 14 Kč a je k prodeji na vybraných místech v rámci území města Bojkovice. Každé číslo je členěno do několika rubrik. Na úvodu je k přečtení slovo starosty města, následně navazují aktuality a další rubriky jako osobnosti, historie, školství, kultura, společenská kronika, spolky, sport, často také nechybí křesťanské okénko a každé číslo zakončuje fotogalerie z kulturního, sportovního a společenského života ve městě v poslední době. V rámci vydávání časopisu lze doporučit zejména zachování edukační části prostřednictvím kapitol osobnosti a historie, protože právě pro tyto informování občanů o těchto tématech je časopis ideálním nástrojem. Stejně jako v řadě jiných obcí a měst je časopis společně s hlášením rozhlasu klíčovým komunikačním nástrojem zejména směrem ke starší populaci (typicky věk 65+). V rámci dotazníkového šetření se více než třetina respondentů vyjádřila, že časopis většinou či vůbec nečte, výsledky jsou nicméně zcela jistě zkresleny rozložením věkových skupin v rámci respondentů, které nekopírují reálný stav v populaci města. Dostatečné informování seniorů je pro řadu obcí a měst problémem, přičemž jak již bylo řečeno výše, časopis je pro ně jedním ze stěžejních komunikačních kanálů. Otázkou je, jak místní seniory v získávání informací limituje např. poplatek za koupi časopisu. **Stálo by možná výhledově za úvahu, zda v rámci snahy o zajištění komunikace se seniory ve městě nezvážit distribuci časopisu např. od věku 65+ let zdarma (třeba přímo do schránek) s tím, že naopak dojde ke zdražení časopisu pro zbytek populace, která většinově využívá jiné informační zdroje, tak, aby bylo pro město vydávání časopisu i nadále ekonomicky udržitelné.**

6.5 Místní rozhlas

Místní/obecní rozhlas je nejtradičnějším představitelem komunikačních nástrojů v drtivé většině obcí a měst v rámci České republiky. V posledních letech klesá jeho důležitost pro informování zejména mladší populace, ale zůstává naprosto stěžejním nástrojem k přesunu informací k občanům primárně v seniorním věku. Vedení města jej také z toho důvodu společně s facebookovou stránkou „Pište starostovi“ považuje za klíčový komunikační nástroj. To potvrzují také výsledky dotazníkového šetření, kde jej 44 % respondentů označilo za důležitý či spíše důležitý zdroj informací, a dalších 28 % respondentů jej považuje za důležitý tak napůl.

To vše při výrazně vyšším zastoupení mladších věkových kategorií mezi respondenty v rámci dotazníkového šetření oproti reálnému stavu v populaci. Lze se tak domnívat, že při skutečně zcela reprezentativním vzorku populace města by vnímání důležitosti rozhlasu ještě stouplo.

Město prostřednictvím rozhlasu sděluje občanům zejména informace z následujících oblastí:

- a) Zasedání zastupitelstva města
- b) Konání voleb
- c) Veřejné služby: čištění komínů, svážení odpadu, kamenické služby na hřbitově, deratizace města, ...
- d) Nabídka pracovních příležitostí
- e) Informace o kulturních, společenských a školních událostech

Kromě toho samozřejmě rozhlas ve městě i nadále plní klíčovou roli z hlediska rychlého informování všech občanů v případě stavu přímého ohrožení či nebezpečí. Obecnou nevýhodou rozhlasů bývá mnohdy horší srozumitelnost, nižší míra zásahu, vyšší pořizovací cena, respektive spíše vyšší provozní náklady vzhledem k nutnosti relativně častých oprav. **Tomuto komunikačnímu kanálu je tak nadále nutné věnovat ze strany města pozornost, samozřejmě s ohledem na finanční možnosti rozpočtu města.**

6.6 Kultura a další aktivity

Na území města Bojkovice se každoročně pořádá také řada kulturních či společenských akcí, které lze brát také jako součást komunikace města s občany, a rovněž mezi občany samotnými. Město Bojkovice řadu akcí organizuje či se na jejich organizaci podílí, důležitou roli však hrají i městem zřizované organizace a v neposlední řadě jsou pro kulturní a společenský život ve městě klíčové místní spolky, a rovněž místní základní, mateřská a základní umělecká škola.

Z hlediska kulturních akcí v průběhu roku je nutné zmínit místní Klub Maják, který je pro kulturní a společenský život ve městě nepostradatelným prvkem. Klub se zaměřuje především na pravidelná divadelní představení nebo klubovou zábavu kapel, kinoprojekci, koncerty hostujících souborů a dalších těles, výstavy, přednášky a další programy různých žánrů. Z hlediska organizace různých přednášek a besed je nutné zmínit také místní městskou knihovnu. V kulturním domě se pak zejména v zimním období pořádá řada plesů, v posledních letech bohužel většinově zrušených vlivem protiepidemických opatření v souvislosti s šířením viru SARS-CoV-2 a jím způsobené nemoci Covid-19. Vybrané kulturní akce se pořádají také v kavárně, a zejména duchovní koncerty jsou pak k vidění a poslechu v kostele. Řada dalších



akcí se pak koná na území města, tedy i v jeho místních částech, zmínit lze například fašank, košť slivovice, dětský karneval, vynášení moreny, stavění máje, pivní slavnosti, dětský den, Světlovský bál, gulášfest, hody, lucerničkovou slavnost, vánoční jarmark a trhy, rozsvěcení vánočního stromčku, adventní koncert a mnohé další. Město Bojkovice se snaží podporovat kulturní, společenské a sportovní akce na svém území a je ochotno vycházet pořadatelům akcí vstříc dle jejich požadavků a možností města. S tím souvisí i péče města o sportovní a kulturní infrastrukturu. Město je rovněž mj. zřizovatelem Muzea Bojkovska, příspěvkové organizace.

Z hlediska kulturních spolků je kromě již zmíněného Klubu Maják nutné uvést cimbálovou muziku Bojkovjan, Klub Světlov, spolek Světlovan, Musejní spolek Aloise Jaška v Bojkovicích či spolek NOTABENE. V oblasti sportovní působí SK Slovácká Viktoria Bojkovice, TJ Sokol Bojkovice, TJ Bojkovice z.s., TJ Přechovice a Tenisový klub Slovácká Viktoria Bojkovice.

Z ostatních spolkových organizací ve městě působí mj. organizace českého svazu včelařů, Junáka – českého skautu, rybářského svazu, kynologický klub, myslivecké společnosti a spolky, sbory dobrovolných hasičů, sdružení rodičů a přátel školy při ZŠ i ZUŠ, rodinné centrum Nebojsa či sdružení singularistů.

Z výše uvedeného je zřejmé, že spolkový, kulturní a společenský život ve městě je poměrně hodně bohatý a lze konstatovat, že spolky i kulturní, společenské a sportovní akce jsou koncipované tak, že dochází k vyžití všech věkových kategorií občanů. Nesporným pozitivem je fakt, že občané mají zájem se podílet na kulturním, sportovním a společenském rozvoji města, a že jsou ochotni si navzájem pomáhat. To vede k posilování mezilidských vztahů v obci.

6.7 Partnerství s jinými obcemi v zahraničí

Město Bojkovice má dlouhodobě navázané partnerství s obcí Trenčianská Turná ze Slovenska. Obě municipality od sebe dělí pouze vzdálenost 32 kilometrů, což umožňuje udržovat vřelé vztahy. **Ke zvážení je také navázání dalších kontaktů s obcemi v zahraničí.** To může městu prospět v oblasti know-how, turismu či v rámci vzdělávání dětí (možnost výměnných pobytů) apod.

6.8 Spolupráce s okolními obcemi

V rámci spolupráce s okolními obcemi je nutné zmínit zejména Mikroregion Bojkovsko, který sdružuje obce ze stejnojmenné oblasti, a jehož sídlo je právě v Bojkovicích. Členy Mikroregionu jsou obce Bojkovice, Šumice, Rudice, Nezdenice, Záhorovice, Pitín, Hostětín,

Šanov, Rokytnice, Komňa, Žitková, Vápenice, Vyškovec, Lopeník a Rudice. Všechny tyto zmíněné obce jsou také členy další organizace, a to MAS Bojkovsko. Spolupráce s okolními obcemi tak má město Bojkovice navázanou a vzájemné vztahy jsou dobré.

6.9 Dílčí komunikace místní samosprávy

6.9.1 Budova městského úřadu

Městský úřad splňuje důležité náležitosti, co se týče nepřímé komunikace s občany. Na budově je umístěno označení městského úřadu. Občané také mají na úřadu možnost vložit dokumenty do schránky. Pro větší důležitost reprezentace budovy je vhodné vyvěšení praporů (např. vlajka České republiky, vlajka s obecním znakem, případně vlajka EU). Na budově jsou umístěny dvě nosná zařízení, viz obrázek 8. Na těchto nosných zařízeních je doporučeno mít umístěný některý z výše uvedených praporů. **Celkově by pak bezpochyby do budoucna reprezentativnosti budovy prospěla její alespoň vnější rekonstrukce v podobě rekonstrukce fasády, výměny oken apod. Zároveň z hlediska komunikace s občany by bylo vhodné, kdyby hlavní vstup do městského úřadu byl bezbariérový, což uvítají zejména občané na invalidním vozíku či staršího věku.**

Obrázek č. 8: Budova městského úřadu v Bojkovicích



Zdroj: www.maps.google.com

6.9.2 Úřední deska, informační panely a další

Úřední deska se v Bojkovicích nachází u vstupu do budovy městského úřadu. Jedná se o klasický panel, na kterém jsou umístěny jednotlivé listiny. Vzhledem k velikosti panelu a počtu listin může být kapacita úřední desky v určité období na hranici kapacitních možností, což má samozřejmě vliv i na přehlednost informací pro občany. **Město aktuálně plánuje pořízení elektronické desky, což lze jednoznačně doporučit.**

Ve městě byly rovněž nalezeny panely, které informují o turistických lokacích a jejich zajímavostech. Na těchto panelech jsou informace o osobnostech města, živočiších, které lze spatřit na propagovaných turistických místech apod. Nechybí samozřejmě ani informace o samotných památkách.

Co se týče turismu – obecně je vhodné udržovat vyšší četnost směrovek pro turisty či cyklisty, které by upozorňovaly na zajímavé a atraktivní místa. Toto by tak mohlo přispět k další podpoře cestovního ruchu na území města. Problémem však je, že směrovky bývají často terčem útoků různých vandalů a obce následně mívají zvýšené ekonomické náklady související s jejich obnovou.

Ve městě se nachází také informační panely, které reprezentují spolky či instituce. Ty často informují občany prostřednictvím fotografií či plakátů. Takto občan rozhodně dostane širší povědomí o dění ve výše uvedených spolcích než pouhou prezentací psaného textu. Dále je vždy chvályhodné, pokud informační panel obsahuje důležité organizační informace. Velkým plusem také je, když uživatel není zasycen přebytným textovým obsahem. Obecně bývá problémem těchto panelů jejich nedostatečná aktualizace, která může být v současné době zvláště ztížena z důvodu výpadku činnosti prezentovaných spolků vlivem vládních restrikcí v souvislosti s Covid-19.

Město Bojkovice má k dispozici také kamerový systém, který pokrývá nejdůležitější lokality ve městě.

Zmínit lze ještě také mapový portál města (odkaz GIS na webových stránkách města), který je vytvořen v programu ArcGis. Kromě mapy města s jednotlivými vrstvami je k dispozici v této záložce také mapa s nahlášenými závadami od občanů (z mobilní aplikace), nebo virtuální prohlídka zajímavých lokalit ve městě. **Město aktuálně plánuje aktualizaci GISu, což lze vzhledem k jeho aktuální podobě jednoznačně doporučit.**



7 NAVRŽENÍ NOVÝCH KOMUNIKAČNÍCH KANÁLŮ ČI VÝRAZNĚJŠÍCH INOVACÍ

7.1 Regionální média

Přes regionální média lze informovat občany o místním kulturním, politickém, společenském nebo např. také sportovním dění. V rámci této aktivity je doporučeno využívat média jako je např. Televize TVS. Ta již z Bojkovic natočila v minulosti několik reportáží. Nabízí se tak počet reportáží zvýšit a zvýšit tak povědomí občanů zejména ze Slovácka o novinkách v Bojkovicích, zároveň je samozřejmě i tímto kanálem možné přinášet informace místním občanům.

Televize TVS: Jedná se o českou regionální televizní stanici, která patří mezi nejsledovanější regionální televize v ČR. Mimo zpravodajství má televize své vlastní pořady. V rámci shlédnutí nabídky pořadů se zde nabízí možnost prezentovat svou obec např. v rovině cestovního ruchu, realitního zaměření, realizovaných investic, rozvojových cílů, anebo se zde nabízí možnost zviditelnit významné osobnosti z města.

7.1.1 Další média

Město by mělo poskytovat informace o svých významných událostech, úspěších a plánech také prostřednictvím důležitých krajských periodik. Např. článkem publikovaným v krajském tisku za účelem rozšíření informací o plánovaných aktivitách, se může zvýšit popularita města, a to jak v očích turistů, tak i u lidí, kteří uvažují o přestěhování do Bojkovic. Také se prostřednictvím těchto periodik nabízí prostor pro publikaci reklam a inzercí.

- Krajská internetová novinová periodika:

- www.slovacky.denik.cz
- www.zlinsky.denik.cz
- www.zlin.idnes.cz
- www.novinykraje.cz/zlinsky
- www.zlin.cz
- www.zlindnes.cz
- www.izlin.cz

7.2 Studentské noviny

V Základní škole T. G. Masaryka v Bojkovicích funguje tzv. žákovský parlament, jehož hlavním účelem je stmelování zájmů učitelů a žáků. Tato aktivita zefektivňuje vzájemnou komunikaci mezi žáky a učiteli a je bezesporu kvalitní komunikační nástroj pro samotnou školu.

Dalším doporučením pro zkvalitnění komunikace obce prostřednictvím Základní školy T. G. Masaryka je vytvoření školního média. Nabízí se dvě řešení:

- a) Vytvoření školních novin, které by byly distribuovány obyvatelům města
- b) Vytvoření žákovského webu (jednodušší, finančně méně nákladné a pro žáky vzhledem k jejich věku a vztahu k moderním technologiím přívětivější).

V rámci tohoto média by byly prezentovány informace ze školního prostředí (události, inovace ve škole atd.) ale také informace z města, které by zachytili samotní žáci. Správcem těchto medií by mohl být např. určitý kantor. Žáci by tak byli v rolích redaktorů. Tato aktivita přispěje k rozvoji informovanosti ve městě, ale také i k rozvoji samotných žáků: Seznámení s nástroji digitálního prostředí, vyhledávání informací, psaní článků (kompetence z oblasti ČJ), projektová činnost, podpora jejich kreativní činnosti anebo také prohloubení zájmu o jejich okolí.

Výše navržená doporučení mohou rovněž přispět ke zkvalitnění PR samotné školy, což následně vede k většímu zájmu rodičů dát své děti k zápisu právě na tuto školu. Bezesporu se může jednat i o rodiče, kteří uvažují o přestěhování do Bojkovic, kdy jedním z faktorů pro stěhování může být i kvalita místní školy.

7.3 Aktivace občanů pomocí „kulatých stolů“

Město pořádá pro občany příležitostně veřejné schůze, kde je seznamuje se svými záměry. To je bezesporu správně a přispívá to k utužení jednoty mezi samosprávou města a samotnými občany. K větší soudružnosti by mohla přispět také navržená **nová aktivita pojmenovaná „Kulaté stoly.“**

Tato aktivita spočívá v pozvání občanů do veřejné budovy, kde by byly rozmístěny nejlépe kulaté (nebo i jiné) stoly, přičemž u každého stolu by se řešila jedna problematika. Čili např. u jednoho stolu by bylo probíráno téma životní prostředí ve městě, u druhého stolu kultura, u třetího stolu sport, u čtvrtého stolu služby a sociální zabezpečení občanů atd. Témata by byla vybírána samosprávou města, a to dle aktuální potřeby. Předem je možné provést dotazníkové šetření či rozhovory se zástupci občanů nebo zájmových skupin. Občané by měli mít možnost

vzájemně rotovat mezi stoly a pečlivě tak diskutovat o daných tématech. U každého stolu by měl sedět tzv. „správce“, jenž by měl zaznamenávat důležité body, které by vyplynuly z diskuzí. Tzv. „správce“ vytkne důležité body, zaznamená je do protokolu a předá starostovi města, který následně zahájí s občany o těchto bodech diskuzi.

Zmíněná aktivita dopomůže nejen k utužení jednoty mezi občany a samosprávou, ale také k hlubšímu porozumění potřeb (zájmů) občanů.

7.4 Digitální úřední deska

Za účelem větší přehlednosti zveřejněných informací ze strany města je doporučeno zabudovat v blízkosti městského úřadu digitální úřední desku.

Toto zařízení může pojmut větší škálu informací než klasická úřední deska. Zároveň elektronická úřední deska dopomůže k větší přehlednosti prezentovaných informací. Další 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 města,
- Lokální zpravodaj nebo TV kanál,
- Informace o počasí, času, hromadných dopravních prostředcích + jiné doprovodné informace,
- 3D virtuální prohlídky.

Městu je doporučeno se řídit Metodickým návodem pro vedení elektronické úřední desky v územních samosprávných celcích. Tento dokument pochází z oficiálního webu Ministerstva vnitra České republiky: <https://www.mvcr.cz/clanek/metodicke-pomucky-ke-spravnimu-radu.aspx>. Tento dokument obsahuje 3 přílohy, viz výše zmíněný webový odkaz. Městu se kromě výše uvedeného dokumentu doporučuje i nastudování těchto zmíněných příloh. Zároveň je samozřejmě nutné, aby způsob zveřejňování dokumentů na elektronické úřední desce splňoval všechny legislativní podmínky dle § 26 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb.



Obrázek č. 9: Elektronická úřední deska



Zdroj: www.digitalniurednideska.cz

7.5 Seriály prostřednictvím mobilní aplikace (mobilního rozhlasu)

V mobilní aplikaci města (případně v aplikaci mobilní rozhlas), kterou již město využívá a plánuje vytvoření nové, se nabízí prostor pro vytvoření seriálů (informace by měly být podávány pravidelně ve stejné struktuře), těchto typů:

- a) pravidelně by mohly být občanům rozesílány informace o chystaných událostech z oblasti vzdělávání, kultury a sportu,
- b) pravidelný seriál za účelem informovat o realizovaných projektech města.

Nabízí se tak možnost odesílat tyto informace prostřednictvím této aplikace na začátku každého měsíce. Bezpochyby je potřebné se prvotně informovat ohledně toho, kdo z řad občanů bude mít zájem o pravidelnou zásilku informací tak, aby nebyli někteří občané zbytečně zahlceni.

7.6 Praxe studentů na městském úřadu – PR oddělení

Městu je doporučeno, aby se zkontaktovala s okolními středními školami a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně za účelem možného pravidelného náboru praktikantů do městského úřadu. Tito praktikanti by byli pomocnou silou v rámci PR města. Do této pracovní činnosti lze tak řadit: správu sociálních sítí, správu oficiálního webu města, aktualizace úřední desky atd. Některé střední školy a vysoké školy si vedou databázi zájemců o praktikanty. Tato aktivita by mohla být pro město atraktivní i vzhledem k její nízkonákladovosti. Město by tímto přispělo k vyššímu zapojení studentů do praxe – pozitivní reprezentace města.

7.7 Slogan města

Městu je doporučeno využívat slogan ve svých příspěvcích. Slogan upevňuje důležitost marketingové komunikace města, má reprezentativní a integrační funkci. Zabudování sloganu do veřejné komunikace je velmi důležité, a to zejména pro posílení marketingu města.

Adekvátně zvolený slogan ve spojitosti s dalšími komunikačními prvky (např. infografika, logo), může pozitivně změnit životní podmínky obyvatel, přilákat nové turisty a také nové investory. Tato kapitola tak nepřímým způsobem podtrhuje, že je důležité budovat město Bojkovice i jako značku. Na zvoleném sloganu by měla být shoda v rámci zastupitelstva města a prostor k návrhům sloganu by měli dostat také občané.

7.8 Newslettery

Na úvod této kapitoly je podstatné zmínit informaci z výzkumu, který byl proveden Asociací moderně komunikujících občanů a starostů (AMKOS). „Z tradičních médií jsou občané ochotni číst pouze zpravodaj, který sleduje 55 % dotázaných, zatímco zbylých 45 % zpravodaj nečte. Někteří z dotázaných dokonce odmítají jakákoliv tištěná média, a to buď z ekologických důvodů nebo proto, že pravidelný tisk a distribuce zpravodaje může pro obec znamenat výdaj až ve stovkách tisíc. Pokud by si občané měli vybrat, jestli by dali přednost tištěnému nebo e-mailovému zpravodaji, 93 % občanů by si vybralo e-mailový, stejně jako možnost dostávat informace do mobilu. Informovaněji by si pak připadalo 79 % občanů.“ (Profi Press, 2017)

Na základě výše uvedeného je doporučeno se orientovat i na modernější způsob komunikace – newslettery. Pokud by obec chtěla využít newslettery, tak je doporučeno sestavit segmenty odběratelů zpráv, a to dle jejich zájmů anebo dle jejich statusu (rodiny s dětmi, senioři, teenageři). Dle výsledků dotazníkového šetření by řada občanů měla zájem o zasílání informací z města do svých e-mailů.

7.9 Alternativy pro mobilní aplikaci a Mobilní rozhlas

Záměrem této kapitoly je poukázat na alternativy komunikačního nástroje mobilní aplikace či přímo nástroje s názvem Mobilní rozhlas. Město tak může v případě nedostatečného využívání mobilní aplikace u občanů zkusit alternativní řešení.

7.9.1 Služba Hlášení rozhlasu

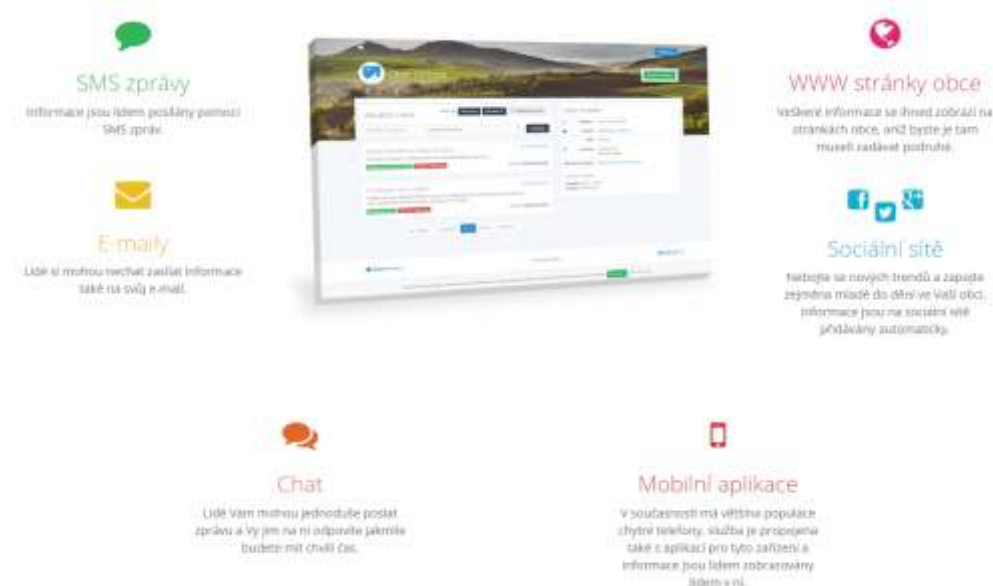
Výše uvedená služba je vhodnou alternativou zejména pro službu Mobilní rozhlas. Služba navazuje na klasická hlášení rozhlasu ve městech a obcích a může je buď efektivně doplnit anebo zcela nahradit.

Po projevení zájmu o danou službu ze strany města, bude městu od provozovatele služby připraven systém. Provozovatel také nabízí oslovení občanů, zaškolení obsluhy a rozeslání



hlášení. Cena služby je stanovena dle velikosti města. Více o ceně zde: www.hlasenirozhlasu.cz/kolik-to-stoji

Obrázek č. 10: Aplikace Hlášení rozhlasu



Zdroj: www.hlasenirozhlasu.cz

7.9.2 Mobilní aplikace pro obce & občany

Díky této aplikaci mohou občané dostávat zprávy přímo na svůj chytrý telefon. Aplikace občanům přináší informace, které se týkají dané obce, a to prostřednictvím notificačních zpráv na horní liště jejich chytrých telefonů. Aplikace nejlépe funguje ve spojení s moderními webovými stránkami Obce na webu (více na www.obcenawebu.cz). Správce obecních stránek zveřejní aktualitu prostřednictvím přehledné administrace. Aplikace nabízí pro občany možnost přijímat aktuality rozdělené do tří kategorií, a to z jedné nebo více obcí. Tyto aktuality je možné v aplikaci prohlížet i bez připojení k internetu. Pro události, které mají svůj termín, umožňuje aplikace přidání do kalendáře. Cena je stanovena typem poptávky.

Obrázek č. 11: Aplikace Obce na webu



Zdroj: www.obcenawebu.cz

7.9.3 MOBISYS

Platforma MOBISYS byla vyvinuta pro obce s cílem umožnit jim provozovat obecní informační servis, který bude doručován formou zpráv na mobilní telefony občanům obce. Atraktivita této služby spočívá především v mobilní aplikaci MojeObec, která je prostředkem modulu MOBISYS Informace.

Díky této aplikaci mají občané možnost přijímat informace nejen z obce, ve které bydlí, ale také i z dalších obcí. Aplikace umožňuje oboustrannou komunikaci (mezi vedením obce a občany). Občané tak získávají možnost se zapojit do dění své obce pomocí tzv. hlášení, skrze které mohou vedení obce informovat o problémech, které sami identifikovali. Balíček služeb aplikace doplňuje přehled podstatných kontaktů spojených s obcí, např. kontakty na obecní a stavební úřad či např. tísňové a poruchové linky.

Je důležité dodat, že systém MOBISYS umožňuje i další služby, které pomáhají obecním úřadům:

- MOBISYS Platby
 - Umožňuje občanům hradit místní poplatky on-line, a to z pohodlí domova, bez nutnosti návštěvy úřadu, moderními platebními nástroji včetně platební karty.
- MOBISYS Odpady
 - Služba pro chytré řešení svozu komunálního odpadu je doplňkem služby online plateb místních poplatků MOBISYS Platby.

MOBISYS nabízí flexibilní cenové programy v závislosti na počtu využívaných modulů, počtu obyvatel nebo počtu registrovaných uživatelů atd. Více informací je dostupných zde: <https://www.mobisys.cz/kolik-stoji-mobisys>

7.9.4 Mobilní aplikace Česká Obec

Mobilní aplikace umožňuje komunikaci mezi obcí a občany. Aplikace umožňuje rozesílání pozvánek, videí, externích odkazů či PDF souborů. Obec může využít i cíleného rozesílání SMS zpráv v rámci skupin (zastupitelé, hasiči) nebo dle potřeby informovat o odstávkách el. energie či blokových čištění. Cena je odvozena od typu poptávky. Více na www.ceskaobec.cz

7.9.5 Mobilní aplikace V OBRAZE

Aplikace je zdarma. Více informací na <https://www.igalileo.cz/co-nabizime/mobilni-aplikace/>.

Obrázek č. 12: Mobilní aplikace V OBRAZE



Zdroj: <https://www.igalileo.cz/co-nabizime/mobilni-aplikace/>

7.10 SMS a Whatsapp

Tato kapitola se zaměřuje na jednoduché přímé komunikační nástroje. Tyto komunikační nástroj je doporučeno využívat zejména z těchto důvodů:

Mnoho občanů v dnešní době cestuje za prací mimo svou obec či město. V případě Bojkovic se jedná dle Sčítání lidu, domů a bytů z roku 2011 o více než 40 % pracujících. Prostřednictvím tradičních komunikačních kanálů často nemají možnost zjistit aktuálně důležité informace, které se např. týkají výpadku energií, požáru či jiných krizových záležitostí. Díky těmto komunikačním nástrojům může město předcházet krizovým situacím.

Z tohoto důvodu je městu doporučeno nabídnout občanům možnost získávání výše nastíněných druhů informací prostřednictvím SMS anebo Whatsapp. Tuto komunikaci uvítají občané, kteří jsou v dané době na dovolené anebo občané, kteří často vyjíždějí na služební cesty, nebo občané, kteří pravidelně cestují za prací mimo území města.

7.10.1 WhatsApp a SMS

Whatsapp - jedná se o multiplatformní aplikaci, která umožňuje zaslání zpráv a multimediálních souborů u držitelů chytrých telefonů (připojení na internet je nutností). Tento komunikační nástroj je navržen zejména pro komunikaci s menším počtem lidí. Městu je doporučeno využívat tento nástroj pro komunikaci zejména s aktivní skupinou občanů (lze vytvořit skupinovou komunikaci). Prostřednictvím této aplikace lze posílat videa a obrázky –

upozornění na krizové situace (např. nutnost opravy silnice – fotografie děr v silnici nebo nutnost opravy fasád na budovách – fotografie opadané omítky).

Pro odesílání SMS naopak není podstatné, aby adresát měl chytrý telefon tak jak tomu je u WhatsAppu. Komunikaci přes SMS tak lze využít i pro věkově straší obyvatele, kteří neovládají nejmodernější komunikační nástroje.

7.11 Ankety

Městu je doporučeno se zaměřit na aktivaci občanů na Facebooku. Vyšší aktivita občanů na Facebooku způsobuje vyšší dosah facebookové stránky a v neposlední řadě získává město podněty od samotných občanů – participace občanů na rozvoji města. **Městu je doporučeno zaimplementovat do svého redakčního plánu ankety.**

8 SHRUTÍ

Na samotném závěru ještě pár poznámek: Město přiznává, že Facebooková stránka „Pište starostovi“ a hlášení místního rozhlasu jsou nejlepšími zdroji informací z hlediska dosahu. To potvrzují také výsledky dotazníkového šetření, takže jde vidět, že vedení města má v oblasti informovanosti obyvatel dobrý přehled. Z dotazníkového šetření také vyplývá, že velká část občanů navštíví alespoň 1x měsíčně rovněž webové stránky města. Občané i vedení města mají shodu na tom, že webové stránky města potřebují modernizaci. Zejména pro starší populaci a pravidelnou informovanost občanů je důležité také zachovat časopis Naše Bojkovsko, který využívá zejména seniorská populace k získání informací o dění ve městě.

Město rovněž usiluje o udržení mladých rodin. V nedávném období (2000-2016) bylo zaznamenáno výrazné snížení počtu obyvatel. Město se proto snaží připravit území pro novou výstavbu domů (např. vybudováním technické infrastruktury), aby podpořilo nárůst obyvatel a udržení mladých rodin. Město také informuje o nabídkách práce na webu, facebookové stránce a aktuální nabídku práce hlásí i přes místní rozhlas. Pro udržení produktivní generace ve městě lze mj. doporučit soustředit se na hlubší propracování (a jednodušší nalezení) webové rubriky, která seznamuje občany s nabídkami práce. Celkově by mělo město více dbát o prezentaci nabídek pracovních míst, a to i prostřednictvím jiných komunikačních kanálů. I tímto způsobem mohou Bojkovice eliminovat globální palčivý problém: odliv produktivní generace do větších měst.



9 NÁVRHOVÁ ČÁST - PŘEHLED DOPORUČENÝCH OPATŘENÍ V RÁMCI KOMUNIKACE MĚSTA BOJKOVICE

Číslo opatření	Doporučené opatření
1	Modernizace/vytvoření nových webových stránek města
2	Usnadnění nalezení rubriky s nabídkou pracovních míst na webu města
3	Úprava názvu facebookové stránky města a rozhodnutí, zda se jedná o stránku města Bojkovice nebo stránku pouze starosty města z důvodu předcházení možného problému v budoucnu
4	Vytvoření nové mobilní aplikace pro město Bojkovice/využití některé ze stávajících mobilních aplikací typu Mobilní rozhlas apod.
5	Výrazná propagace nové mobilní aplikace na ostatních komunikačních kanálech města po jejím uvedení do provozu
6	Debata nad časopisem Naše Bojkovsko – např. distribuce seniorům zdarma
7	Rekonstrukce/oprava místního rozhlasu v případě jeho špatného technického stavu dle finančních možností města
8	Udržení podpory města při organizaci kulturních, sportovních a společenských akcí ve městě alespoň na stávající úrovni
9	Navázání partnerských kontaktů s dalšími obcemi či městy ze zahraničí
10	Rekonstrukce budovy městského úřadu – bezbariérový vstup hlavním vchodem
11	Nákup, instalace a zprovoznění elektronické úřední desky
12	Aktualizace/update GISu – mapového portálu města
13	Zvýšení informovanosti o dění ve městě prostřednictvím regionálních médií
14	Založení studentských novin na ZŠ T. G. Masaryka
15	Zavedení aktivity s názvem „Kulaté stoly“ – diskuse občanů
16	Vytvoření informačních seriálů prostřednictvím mobilní aplikace
17	Vytvoření a následně používání oficiálního sloganu města Bojkovice
18	Zvážení využití studentů středních škol či UTB ve Zlíně za účelem praxe v oblasti PR na městském úřadě
19	Zavedení newsletterů či zpráv přes Whatsapp nebo SMS pro občany, kteří budou mít o jejich zasílání zájem
20	Organizace anket pro občany na facebookové stránce „Pište starostovi“