

Analýza komunikace města Nepomuk s veřejností

zpracováno v rámci projektu KOMPAS – komunikace a participace samozřejmě



Centrum pro komunitní práci západní Čechy

Mgr. Petr Pelcl

petr.pelcl@cpkp.cz

+420725800820



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

www.fondnno.cz a www.eeagrants.cz

1. Hodnocení komunikace ze strany poučených profesionálů

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

1.1. Základní komunikační návyky

Respondenti preferují k získávání informací internet. Ve 33% prostřednictvím algoritmického vyhledávání klíčových slov (Google, jiné vyhledávače). Vedle kontextového vyhledávání byly nejčastěji uváděny informace od přátel a spolupracovníků, školení, e-mailová rozesílka nebo informace získávané prostřednictvím sociálních sítí. Naopak všechny druhy tištěných materiálů byly respondenty opominuty, jejich doba zjevně skončila (výjimku tvoří jen Nepomucké Noviny, jak si ukážeme dále).

Všichni respondenti se vyznačovali vysokou počítačovou gramotností, tráví u počítače v průměru 8 hodin denně, kdy u něj plní své pracovní povinnosti. V drtivé většině (85%) využívají i svůj domácí počítač k plnění pracovních úkolů. Jen minorita na hranici rozlišitelnosti se na internetu rovněž baví. Respondenti jsou cca z poloviny příjemci pravidelných e-mailových informací (obvykle jsou zapojeni v rozesílačích souvisejících s jejich rolí v městské samosprávě – zastupitelstvo, komise – nebo jde o odborné a profesní informace. 75% z nich vedle e-mailových fór odebírá i nějaký (obvykle rovněž profesní) elektronický newsletter distribuovaný e-mailem, jen menší část z nich to ovšem považuje za dobrý způsob šíření informací, obvykle totiž nemá čas tyto pravidelné informace číst.

Jen necelá polovina respondentů má vlastní facebook profil, setkali jsme se dokonce s velmi odmítavými reakcemi na sociální síť jako celek. V Nepomuku přetrvává nechuť tento komunikační nástroj používat, společenský tlak na přítomnost na sociálních sítích, jak je patrný ve velkých městech sem ještě nedorazil. Na druhou stranu, ti uživatelé, kteří facebookovým profilem disponují, patří do skupiny aktivních uživatelů. Svou facebook timeline sledují nejméně jednou týdně, ale standardem je téměř každodenní sledování a sami na facebook přidávají vlastní příspěvky zhruba jednou týdně. Tedy lze zobecnit, že i v Nepomuku – relativně malém městě - postupně roste skupina lidí, kteří jsou na sociálních sítích relativně aktivní a tvoří to neoddelitelnou složku jejich života. Polovina respondentů, kteří mají vlastní Facebook profil, jsou rovněž správci dalších stránek týkajících se jejich pracovních povinností. Facebook se tedy začíná stávat součástí běžného šíření profesních informací, přestože stále přetrvává jeho funkce zábavy.

Pro další návrh komunikační strategie tedy nelze **sociální síť pominout**, nejméně **pro segment angažovaných profesionálů**. Zatím lze vystačit se sítí Facebook, ostatní mají podmínkách malého města nulovou nebo téměř nulovou penetraci.

1.2. Proč má město komunikovat s občany?

Odpovědi respondentů lze rozdělit v zásadě do 3 základních okruhů:

- a) vedení města tak **získává zpětnou vazbu** k vlastním krokům, které může na jejím základě korigovat vlastní kroky, na základě identifikovaných potřeb veřejnosti může radnice jako zvolené vedení města rozhodovat,

- b) plánování rozvoje města vyžaduje projednání s dotčenými, aby se tak **předem pacifikovala nevole občanů**,
- c) důsledná a vstřícná komunikace radnice s občany pomáhá **budovat sounáležitost lidí s místem**, kde žijí a pomáhá zlepšovat společenské klima ve městě.

Respondenti ve svých odpovědích oscilovali mezi přístupem blízkým centralizovanému plánování, kde se od lidí žijících ve městě mnoho vstupů neočekává a zdůrazňuje se odborný přístup radnice a její proaktivita, slovy jednoho z respondentů „nejdříve je nutno vidět činy a potom komunikovat“, až po přístup kdy je komunikace s veřejností považována za téměř samonosnou hodnotu. Středním (a nejčastějším) proudem je pak přístup spočívající v otevřenosti radnice a kontinuálním zájmu o potřeby občanů, kde jsou ale jasně definované role, a tedy je jasné kdo rozhoduje.

Každá místní samospráva obvykle komunikuje s občany ze všech výše uvedených důvodů, které musí být potřebné rovnováže. Základním principem je včasnost a otevřenost. Prostřednictvím zapojování lidí do určování směru dalšího rozvoje se jednak buduje jejich sousedská sounáležitost, která je základním stavebním kamenem sociálního kapitálu, který nakonec odlišuje místa, kde je příjemné žít, od těch ostatních, ale také se pacifikuje pozdější odpor k prováděným krokům a konečně výsledky sběru názorů a podnětů mohou sloužit pro samosprávu jako inspirace pro další rozhodování.

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

- stanovení vize rozvoje celého města a stanovení kroků, které k naplnění této vize vedou;
- vzájemné poznávání se a budování sousedských vazeb;
- domácí zaměstnanost, vstřícný přístup k podnikatelům a jejich další lákání do města, aby se snižovala dojíždka, vytváření příznivého prostoru pro soukromé investice;
- potřebná infrastruktura, její opravy a rozvoj;
- stanovení základních strategických směrů dalšího rozvoje města na základě podnětů veřejnosti;
- další zapojení místních lidí do kulturního života a lokální kulturní produkce;
- důsledný soulad mezi informacemi z radnice na webu a v Nepomuckých Novinách a jejich včasnost.

1.3 Co lidi zajímá?

Prioritní okruhy pro komunikaci jsou následující:

- a) **Investice a plánované akce**, jak ovlivní život a proč se realizují, budoucí investiční akce, aby věděli, co se děje v ulici,
- b) **Rozpočet** města a jeho průběžné plnění
- c) **Kulturní kalendář** a společenské akce (viz pout' – všemi oceňována její kvalita, pokud se ale program dostane k lidem 1 den předem je to špatně).

Z okruhů je zřejmé, že největší poptávka je po kombinaci praktických informací, které ovlivňují každodenní život, veřejné kontrole veřejných financí a důraz na bohatý kulturní život, na kterém si obyvatelé Nepomuku hodně zakládají a považují ho za jednu z hlavních výhod života ve městě.

Doplňkově byla zmiňovány následující okruhy:

- Novinky z odborů městského úřadu, typy pro občany, jejich vzdělávání (nově zavedeno do Nepomuckých novin)
- Zprávy z jednání rady a zastupitelstva

- Má povinnosti i k ostatním obcím jako ORP – spádové oblasti.
- Příležitosti, pracovní nabídky, zakázky, výzvy ke spolupráci
- Výsledky řešení problémů, které byly na stole. Obtížně splnitelné.
- Veškeré zakázky – respondentem kritizováno, že nejsou všechny zakázky zveřejněny, přestože to je běžná praxe všech veřejných institucí. Plzeňský kraj realizuje všechny nákupy přes centrální adresu.

Co do intenzity stávajícího informování neměli respondenti významnější problém. Všichni se cítí být dostatečně informováni (až na výjimky), zároveň však všichni uváděli, že když jim nějaké informace chybí umí si je vzhledem ke své pozici sehnat. (Jako odstrašující příklad bylo obvykle uváděno informování o průběhu rekonstrukce křižovatky U Pyramidy).

Jako zajímavé kauzy/rozhodnutí, které by si zasloužily podrobnější veřejnou debatu byly zmiňovány:

Strategický plán rozvoje města – zmiňováno 2 respondenty, sdílený názor že cokoliv bez projednávání s lidmi je špatně.

ZŠ Hřiště – zmiňováno 2 respondenty, oba oponenti návrhu změnit hřiště na multifunkční hřiště pro fotbalisty. Zmiňování další uživatelé hřiště i institucionální, kteří na něj také vznášejí nárok. Presentován názor, že „sport v Nepomuku rovná se fotbal a fotbalisti jsou tu mocná lobby“.

Zelená hora – jak více otevřít veřejnosti, diskuze s obcí Klášter však nikam moc nevede. Skvělý prostor pro letní divadlo.

Otevírací doba restaurací - prodloužení, zatím do 22.00, podpořit vznik kavárny/drbárny, večer není venku ani noha, spojit s debatou jak oživit centrum města,

Dům Augustina Němejce v podstatě uzavřen pro veřejnost, přitom se tam platí údržba, krásně udělaný dům za 25 mil. Kč, ale není otevřen, tak jak by si zasloužil.

1.7. Městský web

Městská webová stránka je respondenty navštěvována spíše průměrně. U skupiny poučených profesionálů by bylo možno očekávat intenzivnější práci než jsou 2/3 několikrát týdně a třetina sem zavítá pouze jednou/dvakrát za měsíc. Jak uvidíme

Alarmující je pak zjištění, že s analytickými daty o návštěvnosti webu nejspíše na radnici nikdo nepracuje, což je nejspíš důsledek faktu, že softwarová správa webu je dodávána externí místní firmou.

1.7.1 Diskuzní fórum a anketa na webu

Funkčnost tohoto nástroje byla zpochybňována. Citace: „*Na reakce diskutujících reagují jenom diskutující, ne zastupitelé nebo rada. Současné vedení ho znovu spustilo s tím, že navrátí na radnici názor občanů. Byl jsem tam v neděli. Žádná adekvátní reakce města, diskuze se volně pohybuje.*“ Upozorňováno na anonymitu většiny příspěvků. Není v tom spatřována žádná zvláštní hodnota. Návštěvnost u respondentů osciluje od jedenkrát měsíčně po nikdy.

Co do významu témat převládá názor, že diskutovat s přezdívkami nikdo nechce. Přestože je patrné, že stávající vedení radnice se snaží na dotazy a podněty odpovídat. Význam diskutovaných témat tak klesá, přestože mají často racionální základ.

Na druhou stranu je oceňováno, že Rada města s informacemi z Diskusního fóra zjevně pracuje a jsou předmětem jednání jak na Radě tak politických klubech v zastupitelstvu. Jako nejaktivnější byl označen místostarosta PhDr. Kroupa.

U ankety na webu je situace obdobná. Zhruba polovina respondentů se jí někdy zúčastnila, oceňuje, že samospráva s výsledky pracuje, nicméně nepovažuje tento nástroj za důležitý nebo položené otázky za významné.

1.7.2. Obsahová stránka webu

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

- **Nepřehlednost** - tendence dávat všechny informace na homepage, kde je obtížné cokoli najít, **nefunguje fulltextové vyhledávání**, tedy informace jsou často zveřejněny a přesto je obtížné se k nim dostat, je nutno vědět kde přesně hledat.
- **Neaktuálnost** – informace na webu nejsou zcela v souladu s informacemi v Nepomuckých Novinách, často jsou informace na webu oproti novinám opožděné, což je zvláštní,
- **Stránky jsou přehlcené balastními informacemi**

Jako naprosto nejdůležitější byly identifikovány následující oblasti informací:

- a) plánované a probíhající investice města a z toho plynoucí dopravní a jiná omezení
- b) rozpočet a jeho průběžné plnění
- c) kulturní přehled
- d) kontakty (úřad a samospráva, ale i další instituce a organizace), jejich úřední hodiny a otevírací doby

Vedle toho respondenti jako další důležité informace identifikovali:

- úřední deska
- veřejné zakázky
- územní plánování
- rozhodnutí zastupitelstva, rady, komisí
- diskuzní fórum
- turistické informace

Respondenti přistupují k webovým stránkám aktivně, sami do nich ve většině případů přispívají, dobře se v nich z toho důvodu orientují, přesto upozorňují na jejich nepřehlednost. Část z nich se podivuje nad nejsvrchnější lištou odkazů na jiné stránky, kdy nerozumí, proč tam jsou (mikroregion, Sv. Jan Nepomucký, židovská cesta apod.).

Záložku na řešení životních situací nikdo z dotázaných nikdy nepoužil. Často kladena otázka, zda členění na „Město“, „Úřad a samospráva“, „Život ve městě“ a „Nepomucko“ je vyhovující. Respondenti ji spíše akceptují jako fakt, než aby oceňovali praktičnost tohoto členění. Zejména odkaz na Nepomucko.cz vede na web, jehož obsah není úplně bohatý. Kulturní servis je duplicitní, existuje záložka Kulturní akce a zároveň Kulturní servis Nepomuckých novin, která je neaktuální. Google tabulka s ročním přehledem akcí působí podivně.

Často byla zdůrazňována jednoduchost a dostupnost, často jako protiklad velkého množství neúčelně seskládaných informací. Všichni respondenti uvádějí, že na stránkách je vidět, že byly založeny bez jasného konceptu a poté žily bez jasného redakčního zásahu jedné osoby.

Bez jednoznačného výsledku byla diskuze nad rezervačním systémem k jednotlivým úředníkům. Lze zobecnit, že by mohl pomoci (oblasti dopravního inspektorátu, matriky a případně stavebního odboru a životního prostředí), na druhou stranu bylo zdůrazňováno, že Nepomuk je stále poměrně malé město a není problém se na konkrétní čas na úřad objednat telefonicky nebo e-mailem.

1.8. Městský facebook, sociální síť

Všichni respondenti oceňují nápad města zřídit facebook stránku a deklarují, že jsou připraveni touto cestou odebírat novinky z radnice. Ti z respondentů, kteří facebook sami nepoužívají uvádějí, že zřízení městské stránky jejich přístup nezmění.

Šetření potvrzuje závěry učiněné shora. Ve městech velikosti Nepomuku není na místě přeceňovat komunikaci prostřednictvím sociálních sítí, i když i zde se postupně prosazuje a stává se standardem. Je správný čas zahájit, nicméně hlavní energie musí i nadále směřovat do vydávání Nepomuckých novin a důsledné správy vlastních webových stránek.

Ze sociálních sítí je na místě **pouze Facebook**. Ostatní v Nepomuku v zásadě nejsou využívány.

1.9. Nepomucké noviny

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

Největší péče při rozvoji pravidelných komunikačních nástrojů s veřejností musí být proto věnována právě Nepomuckým novinám. Zapomeňme alespoň pro tuto chvíli na nástup digitálního věku. Noviny jsou v Nepomuku natolik vrostlé do očekávání občanů od radnice, že je nelze obejít. Nepomuk již cestu proměny svého zpravodaje nastoupil, když změnil fungování redakční rady a redakce jako takové.

75% respondentů uvádí, že **Noviny čtou pravidelně a všechny články nebo téměř všechny články.** Ti ostatní Noviny alespoň prolistují a přečtou si, co je zaujme, což je koneckonců přirozenější přístup k tiskovinám. Všichni respondenti, a to je ještě významnější, dále uvádějí, že **Noviny čtou i jejich známí a jejich obsah bývá pravidelně předmětem společenské konverzace.** Dopad novin na formování společenského povědomí v Nepomuku se tak dále multiplikuje. Zvlášť významné je, že u tohoto tvrzení se skutečně shodli všichni respondenti jen s jednou výjimkou, kdy respondent uvedl, že ví o tom, že Noviny čtou i známí, nicméně o jejich obsahu se s nimi nebaví. **Nepomučtí jsou na svoje Noviny hrdí,** každý z respondentů uváděl, že zná i zpravodaje z jiných měst (okolní srovnatelná velikostí, ale i Plzeň nebo Městské části Prahy) a považuje Nepomucké noviny za nejlepší, jak rozsahem, tak obsahem. **Zřejmě už samotná délka novin je vnímána jako kvalita sama o sobě.**

Zajímavé jsou v tomto kontextu odpovědi na otázku, čím Vás četba novin obohacuje, kdy častá byla odpověď, že ničím, nebo odpovědi sklouzávaly do klišé typu, dozvím se co se ve městě děje. Jakoby očekávání od Novin byla řádově vyšší než skutečný produkt nabízí. Jakoby lidé skutečně byli rádi, že dostávají do schránek zdarma pěkný a barevný lokální časopis, který ale nakonec jejich očekávání nenaplní, což ovšem nebrání těšit se na nové číslo, neboť poslední zklamání z obsahu je již měsíc staré a je vlastně zapomenuto.

Žádný z respondentů neuvádí, že by mu v Novinách vadila reklama, někteří dokonce její přítomnost výslovně vítají jako zajímavý zdroj informací anebo v Novinách sami inzerují svoje služby. Všichni ale shodně uvádějí, že by bylo vhodné ji koncentrovat do vymezených stránek, aby nerušila ostatní text. Někteří u otázky směřující k vyváženosti Novin uváděli, že: „**občas budí dojem, jako by reklama v novinách převažovala**“. **Grafická a obsahová roztržitost je tak nepochybně tématem k řešení.**

Všichni respondenti shodně potvrzují, že **měsíční periodicitu Novin odpovídá** společenskému životu ve městě a není potřeba ji jakkoliv měnit. Všichni shodně potvrzují, že **rozsah novin mezi 24 – 32 stranami je odpovídající**, kratší by nechtěli a delší by už zatěžoval. Toto tvrzení je překvapivé i proto, že Nepomucké noviny patří k nejrozsáhlejším městským zpravodajům, se kterými jsme se dosud setkali. Obvyklý je rozsah někde na polovině. Z rozsahu Novin je patrná ambice, aby Noviny fungovaly jako lokální časopis, nicméně kvalita ještě za ambicemi trochu pokulhává, což může být i důsledek omezeného rozpočtu. Bude asi na místě zvážit, zda vynaložené prostředky na produkci skutečného lokálního časopisu odpovídají potřebám města, které jej financuje, byť zjevně funguje samofinancování z inzerce.

Všichni respondenti shodně uvádějí, že informace v Novinách jsou aktuální a zároveň vyvážené, i když jsme zaznamenali stesky, že občas obsahují pozvánky na akce, které se už konaly předtím, než se Noviny objevily ve schránce.

1.8.1. Nejdůležitější rubrika

Jako nejdůležitější rubriky respondenti uváděli:

- Informace o probíhajících investicích.
- Přehled kulturních akcí
- Závěry z rady, respektive zápisy z rady a zastupitelstva (jeden z respondentů uváděl, že „*ty jsou často i nejzábavnější*“),
- Praktické informace typu kdy a kam se budou soustřeďovat plasty, úpravy vodního/stočného, možnost výstavby rodinných domů, možnost nákupu a pronájmu bytů a městských domů, včetně způsobu.
- Nové rubriky: noviny z odborů úřadu, rozhovory s normálními lidmi.

Z odpovědí plyne, že lidé za důležité považují především informace o tom, jak radnice plní svou roli městského správce odpovědného za harmonický rozvoj města, doplněno o velmi praktické informace pro každodenní život. Hned za tím následují společenské informace, především v Nepomuku klíčový kulturní život a kulturní akce.

1.8.2. Nejzajímavější rubrika

Mezi zajímavými a důležitými informacemi v Novinách nebyla shledány v zásadě žádné rozdíly. Respondenti považují totéž za zajímavé i důležité. Mírně posunutý je jen důraz, kdy za zajímavější jsou uváděny společenské informace, rozhovory a kulturní servis doplnění o historické exkurzy,

až poté jsou co do zajímavosti uváděny informace z rady, plánované investiční akce a informace o rozvoji města.

Konkrétní články si respondenti vesměs nepamatovali, výjimky tvořily historické exkurzy a články týkající se účasti Nepomuku na 9 týdnech baroka v rámci projektu Plzeň – evropské hlavní město kultury 2015. Jako oblíbený autor byl dvakrát jmenován Richard Böhnel a jeho fejetony.

1.8.3 Potřeba profesionální redakce

Respondenty opakovaně uváděno, že kvalita redakční práce pokulhává, i když drtivá většina rozhovorů proběhla ještě před kompletní obměnou redakční rady i samotné redakce. Bylo uváděno, že alespoň mírný dohled nad novinami ze strany profesionálního novináře by byl namístě. Opakovaně byla vytýkána nízká úroveň jazyka a nízká úroveň editorské práce, kdy články sklouzávají k úřednickému ptydepe namísto kvalitní žurnalistiky nebo alespoň serióznímu podávání informací obecnou češtinou na solidní úrovni. Řada článků v novinách nemá vůbec co dělat, když jejich informační hodnota se blíží nule, nebo jsou zatížené nesrozumitelnými odbornými termíny. Plné zapojení profesionálního novináře je však spatřováno v Nepomuku jako nereálné.

V nejnovějších rozhovorech byla oceňována změna redakce a její patrná motivace Noviny zlepšovat.

1.8.4 Plány do budoucnosti

Je zjevné, že dochází k postupnému oživení novin. Jsou požadovány komplexní informace o plánovaných investicích a kulturní servis. V tom spatřují bezmála všichni respondenti těžiště dalších inovací. Za zajímavé jsou považovány rovněž informace z činnosti spolků, klubů a delší rozhovory s různými místními nebo i jinými osobnostmi. Představení jednoho zastupitele a především známkování předchozího zastupitelstva je naopak vnímáno jako zbytné nebo v případě známkování jako nevkusné. **Provázanost s webem je klíčovou výzvou.** Zároveň by se měla redakce pokusit se pracovat s uzávěrkou tak aby mohl mít aktuální informace.

Noviny by se mohly mírně posunout směrem ke společenskému měsíčníku – life-style a podstatně změnit design. Citace komentující stav před změnou redakce: „*Zatím vypadají jako obchodní věstník, hodila by se sem tam celostránková fotka, přidat komiks, nebo alespoň strip, poezie, mohly by být víc orientované na vlastní redakční informace, vytvořit koncepční rubriky. Teď, co se jim tam za měsíc sesype, se pokusí nějak nacpat do stanoveného počtu stran.*“ Málo se také reflektuje život v okolních obcích, citace: „*Nepomuk je přece obcí s rozšířenou působností a jeho noviny by mohly a měly sloužit i širšímu zájmu.*“

Nové rubriky jsou zjevně krok správným směrem:

- Zprávy ze života
- Anketní otázka
- Tipy z odborů města
- Famy a fakta
- Úvodník starosty
- Rozhovor měsíce
- Nepomuk včera a dnes
- Poezie

Je nutno jim jen **vymezit pevné místo, významně posunout grafiku k modernímu designu** a jasně oddělit plochy pro reklamu, tak aby nezahlcovaly obsahové strany Novin.

1.9. Seznam respondentů strukturovaných rozhovorů

Mgr. Marek Baroch – Rada města Nepomuk

Mgr. Miroslava Brožová - Volnočasové centrum FÉNIX

Marcel Klaus - Klaus Timber a.s.

Bc. Miloslav Kubík - Sky Trade s.r.o., SDH Nepomuk, Sokolovna Nepomuk

Pavel Motejzík, DiS. - šéfredaktor Nepomuckých novin, manažer mikroregionu Nepomucko

Ing. Václav Netušil – tajemník MěÚ Nepomuk

Bc. Petra Šampalíková – MC Beruška

2. Hodnocení komunikace ze strany veřejnosti

2.1. Profil respondentů

Hodnocení bylo realizováno prostřednictvím dotazníkového šetření, kdy dotazník byl zveřejněn ve vydání Nepomuckých novin červen 2015 a dotazníky sbírány prostřednictvím sběrných boxů na 5 veřejně přístupných místech v Nepomuku. Celkem bylo sebráno 11 dotazníků.

45% respondentů je věkové kategorie 41-60, 27% kategorie 26-40 a konečně 27% kategorie 61 a více, z nich má 64% středoškolské a 27% vysokoškolské a 9% základní vzdělání. Mladší ročníky Nepomucké noviny nejspíše nechtou a/nebo nemají potřebnou motivaci dotazník vyplnit a odnést do sběrného boxu. Průzkum není možno považovat za reprezentativní, nicméně to ani nebylo účelem resp. přesahuje rámec dostupného rozpočtu.

Co do komunikačních návyků respondentů při získávání informací **o dění na radnici** jednoznačně kralují **Nepomucké noviny. Jako hlavní zdroj informací je uvádí 100% respondentů.** Dalším zdrojem jsou v zásadě rovným dílem Městský web (36%), NIKA-Tv (36%) a šeptanda resp. přátelé (27%). Proporce je zjevně výsledkem věkového a vzdělanostního profilu respondentů, kteří na dotazník odpověděli. Potvrzuje však závěry uvedené výše ze strukturovaných rozhovorů, že primárním nástrojem jsou a budou i nadále Nepomucké noviny. Digitální věk do Nepomuku zjevně dorazí v několika následujících letech, přípravu na něj je vhodné právě teď zahájit.

Domácí počítač vůbec nevlastní 25% všech respondentů, u těch zbývajících převažuje jeho využití za účelem sledování zpravodajství (33%) následované komunikací s přáteli a hledání praktických informací (shodně 17%). Je zajímavé, že na rozdíl od vzorku poučených profesionálů jen 9% (tedy jeden respondent) využívá domácí počítač opět k plnění pracovních povinností. S ohledem na převažující využití – sledování zpravodajství – je však významné zvyšování kvality městského webu, který má potenciál zařadit se mezi pravidelně sledované „zpravodajské“ weby pro občany města.

2.2. Sociální sítě

Vlastní facebook profil má jen 20% respondentů a ti navíc patří spíše k pasivním uživatelům. Je zajímavé, že i **ti, kteří facebook profil mají uvedli, že nemají zájem touto cestou odebírat novinky z radnice.** Lze se jen domýšlet proč. Předpokládáme, že velmi aktivní uživatelé internetu a sociálních sítí, by prostě nevyplnili papírový dotazník distribuovaný v Nepomuckých novinách. Využitelnost sociálních sítí v komunikaci města proto nelze na základě tohoto zjištění jednoznačně odepsat. Zjevně přetrvávají předsudky typu „sociální sítě jsou jen žrout času“ a „nebudu se obnažovat na veřejnosti se svými soukromými záležitostmi“. Twitter ani další sociální sítě však v Nepomuku nepoužívá nikdo.

2.3. Městský web

Respondenti z řad veřejnosti navštěvují městskou webovou stránku poměrně extenzivně. 45% z nich uvádí návštěvu jedenkrát měsíčně, 36% pak jen výjimečně, respektive nepamatují si, kdy naposledy webovou stránku navštívili. Necelá pětina respondentů navštěvuje web každý týden. Čísla opět potvrzují výjimečnost Nepomuckých novin.

Mezi hledanými informacemi jednoznačně převládají dva okruhy, a to

- a) **praktické informace z radnice, resp. zprávy z jednání orgánů města,**

b) kulturní servis.

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

Co do kulturního servisu se pak nabízí jeho další zpřehlednění resp. práce na zjednodušení jeho užívání. Informace do kulturního kalendáře jsou k dispozici úplným způsobem, výzvou je jejich grafické a čtenářské zpracování. Je otázkou, zda je vhodné zařazení kulturního přehledu do střední lišty mezi změť dalších zpráv a inzerci.

Mezi další oblasti, které občany zajímají patří:

- kontakty a úřední hodiny institucí (městský úřad, lékařské středisko apod.)
- nabídka práce
- historie Nepomucka
- sport.

Co do využívání interaktivní vrstvy webu, polovina respondentů se někdy zúčastnila ankety, tématicky převažují ty nejnovější týkající se kriminality a městské policie.

2.4. Nepomucké noviny

V odpovědích respondentů z řad veřejnosti Nepomucké noviny potvrzují svoji výlučnost. **Všichni respondenti uvádějí, že Noviny čtou pravidelně a zároveň, že čtou (téměř) všechny články.**

Za nejdůležitější rubriky jsou opět považovány:

- a) zprávy z radnice
- b) kulturní servis.

Za nejzajímavější rubriky pak:

- a) kulturní servis
- b) historické exkurzy.

Poněkud alarmující je opakované tvrzení, že žádnou z rubrik za zajímavou nepovažují, což je mírně v rozporu s tvrzeným faktem, že Noviny čtou respondenti pravidelně a úplně. Lze dovodit, že veřejnost sice velice stojí o informace ze strany radnice, respektive o časopis vydávaný radnicí, s jeho současnou podobou však není spokojena, informační hodnotu Novin nepovažuje za příliš vysokou.

Za zvláštní zmínku stojí fakt, že lidé **vyhledávají tytéž informace na webu města i v Nepomuckých novinách**. Obě média k sobě tudíž nejsou komplementární, naopak **účelné je informace v obou duplikovat**, respektive multiplikovat, pokud připojíme i plánované spuštění městského facebooku.

Jednoznačným obsahovým hitem je pak **kulturní servis**. Ukazuje se v tom, jak významnou složkou místního života je místní kultura a jak významně se podílí na místní identitě a sebeinterpretaci. Radnice, pokud chce být úspěšná a směřovat ke znovuzvolení, nemá jiné cesty než místní kulturu nadále masivně podporovat, jak koneckonců i činí.

Co se týče kontroverzních kauz, žádná nebyla opakována více respondenty, odpovědi proto považujeme v tomto bodě za irelevantní.

3. Expertní hodnocení

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

- Nepomucké noviny
- Web
- Facebook.

Samostatným tématem, které nebylo v této analýze řešeno je přímá interakce s občany prostřednictvím společného plánování, workshopů, pracovních skupin nebo jiných forem komunitního plánování. I průběžné komunikační nástroje by měly být nastaveny tak, aby přímou komunikaci s občany podporovaly. Město vyrazilo dobrým směrem, používá na svém webu diskusního fóra a ankety. Nicméně je nutno v tomto trendu pokračovat a dopracovat ho do uceleného systému při zapojení Nepomuckých novin a facebooku. Zejména je nutno doplnit zpětnou vazbu občanům, tedy srozumitelnou informaci o tom, co se s jejich odpověďmi děje a jak s nimi radnice pracuje.

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

- a) **přehlednost a vyhledávání** – základní problém je zcela nefunkční fulltextové vyhledávání. Vedle toho je nutno opustit přístup, že všechny informace o městě musí být přístupné z homepage a dokonce z první zobrazené obrazovky. Homepage je velmi nepřehledná a přehlcenost obsahem spíše ztěžuje orientaci.
- b) **informační obsah** – stránky jako celek je nutno očistit od duplicit a zastaralých informací. Celé některé stránky lze zrušit bez náhrady, není nutné aby na městském portále vůbec byly. K zestručnění celého obsahu je však nutná velmi podrobná diskuze s představiteli města, kteří budou nadále stránky spravovat.
- c) **Responzivita** – klíčovým úkolem nového grafického zpracování je plná responzivita. Úkolem bude zajistit, aby bylo možno se stránkami pracovat i na mobilních zařízeních různého formátu. Zatím nejsou responzivní nijak, rozuměj zobrazovaný obsah se nijak nemění v závislosti na velikosti displeje, kde je zobrazován.
- d) **Grafické klíše** - fotografické koláže v hlavičce webu doplněná "evropskonepomuckým" logem a estetikou tuctového obecního webu

Nepomucké noviny

Problémy k řešení jsou následující:

- a) **mizivá redakční a editorská práce** – mnoho informačního balastu. Pokud se má udržet stávající počet stránek NN je nutno výrazněji do textu zasahovat a výrazněji pracovat s grafikou a fotkami. Poslední 2 čísla s novu redakcí dávají příslib změny, ale je nutno být mnoho radikálnější a opustit prizma dosavadního charakteru NN;
- b) **roztříštěnost koncepce** – rubriky nemají svoje pevné místo, často nelze obsahově ani graficky odlišit reklamu od samotného textu, noviny nemají přirozenou strukturu prioritní informace v první polovině, zbytné v poslední třetině;
- c) **zadní strana obálky** vyčleněná inzerci je plýtvání kvalitním místem (inzerci je možno vyčlenit pevné místo někde uprostřed časopisu), pokud už má být zadní stránka obálky komerčně využívána, má to být za prémiovou cenu a držet pevný standard celostránkových reklam s tomu odpovídající grafikou;
- d) **strašlivá práce s fotkami**, používány malé formáty v nedostatečném rozlišení, vpisování textu do fotek, používáno jich příliš mnoho. Celostránkové koláže z fotek celkovému grafickému vyznění škodí. Je nutno od základu změnit přístup, jak NN s fotkami pracují;
- e) **úroveň jazyka** je nutno razantně zlepšit. Zatím bohužel často sklouzává k úřednickému ptydepe namísto pokusu o solidní novinařinu. Je jasné, že NN jsou z velké části

postaveny na textech přispěvatelů a místních , kteří nejsou novináři, o to důslednější ale musí být editorská práce redakce. Zvyšuje se podíl autorských článků redakce, což je jednoznačně pozitivní trend.

- f) **sympatický prvek novinové sazby** v použití odkazů na zajímavé články (na titulní straně), nevyhovující kombinace textového a titulkového písma, nedostatečné využití typografických prvků a struktury nadpisů (Titulek, podtitulek, perex), nefunkční dvousloupcový layout, který se projevuje špatnou prací s fotografiemi, noviny obsahují klasické znaky nekvalitní sazby (typografické "řeky" / jednoznakové předložky na konci řádek / špatné prostrkání atd.).

Příloha č. 1 Osnova strukturovaného rozhovoru

Základní komunikační návyky respondenta:

Preferovaný způsob získávání informací:

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

Kolik hodin denně trávíte v průměru u počítače?

Převažující využití počítače je u Vás?

- práce
- zábava na internetu
- hledání informací - zájmy

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

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

Považujete elektronický newsletter za dobrý způsob šíření informací?

Využívání sociálních sítí

Máte Facebook profil?

Pokud ano, kolikrát za týden navštívíte svoji stránku?

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

Kolikrát za týden dáte na svou facebook timeline?

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

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

Používáte twitter? Pokud ano, kolikrát týdně jej navštívíte?

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

Pokud používáte twitter, kolikrát za týden něco napíšete?

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

Co Vás na facebooku v posledním týdnu nejvíce pobavilo?

Obecně témata

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

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

Jaké informace Vám o dění na radnici chybí?

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

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

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

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

Městský web

Které stránky jsou nejčastěji zobrazené? (analytika)

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

Čtete diskuzní fórum? Které téma Vás zaujalo nejvíce?

Jsou v diskuzním fóru diskutována skutečně významná témata?

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

Zúčastnil/a jste se ankety? Které?

Jak městská samospráva s výsledky ankety pracuje?

Použil jste někdy záložku řešení životních situací?

Navštívil/a jste někdy záložku zprávy?

Jak často na městskou webovou stránku navštívíte?

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

Co nejčastěji hledáte na webu města:

Jaké informace podle Vašeho názoru nesmí na webu města chybět?

Pomohl by rezervační systém k jednotlivým úředníkům?

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

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

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

Který z oddílů navštěvujete?

Je podle Vašeho názoru web aktuální?

Městský facebook

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

Dtto twitter?

Městský zpravodaj

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

Která rubrika je nejdůležitější?

Která rubrika je nejzajímavější?

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

Vadí Vám reklama v městském zpravodaji?

Kolik by měl mít městský zpravodaj stran?

Jak by se mohl/měl městský zpravodaj oživit?

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

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

Jsou informace v městském zpravodaji aktuální?

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

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

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

Má zpravodaj připravovat profesionální novinář?

Čím Vás četba zpravodaje obohatí?

Kolik času věnujete přečtení jednoho zpravodaje?

Jak zpravodaj čtete:

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

Co si myslíte o kvalitě redakční práce?

V čem by se měl podstatně změnit?

FOKUS GROUP – aktivní občané, NNO

Koho bychom měli pozvat? Kontakt.

Příloha č. 2 Úplné znění dotazníku pro veřejnost

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

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

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

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

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

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

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

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

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

10. Co nejčastěji hledáte na webu města: _____

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

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

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

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

15. Kterou rubriku v městském zpravodaji považujete za nejdůležitější?

16. Kterou rubriku v městském zpravodaji považujete za nejzajímavější?

17. Jak zpravodaj čtete:

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

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