



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

# Komunikace úřadů veřejné správy (výsledky analýzy MV)

## Základní zjištění

**Mgr. Filip Zavřel**

vedoucí projektového týmu publicity, organizace a vzdělávání  
odbor strategického rozvoje a koordinace veřejné správy  
Ministerstvo vnitra ČR



## Důvod zpracování:

- Zaměření na podporu moderní komunikace v koncepci **Klientsky orientovaná veřejná správa 2030**
- Neexistence dostupných dat o komunikaci úřadů veřejné správy
- Evidence-based podklad pro zpracování metodického materiálu (podpora komunikačních strategií ve veřejné správě)

## Zaměření analýzy:

- **Zkoumané subjekty:**
  - obecní a městské úřady (vzorek 160, tj. 2,3 % ze všech), ústřední orgány státní správy (ministerstva a další) (vzorek 30, tj. 96,8 % ze všech)
- **Hlavní témata:**
  - přínosnost komunikačních strategií, rozdílnost komunikace na různých typech obcí a úřadů, používané komunikační nástroje, online komunikace...





## Proč je komunikace důležitá?

- **Spoluvytváří obraz veřejné správy (a organizace)** – má přímý vliv na občany/klienty (názory, povědomí)
- **Zvyšuje dosah informovanosti o aktivitách organizace**
- **Vytváří narativ**
- **Buduje značku organizace** (a její vlastnosti – důvěryhodnost, profesionalita, modernost...)

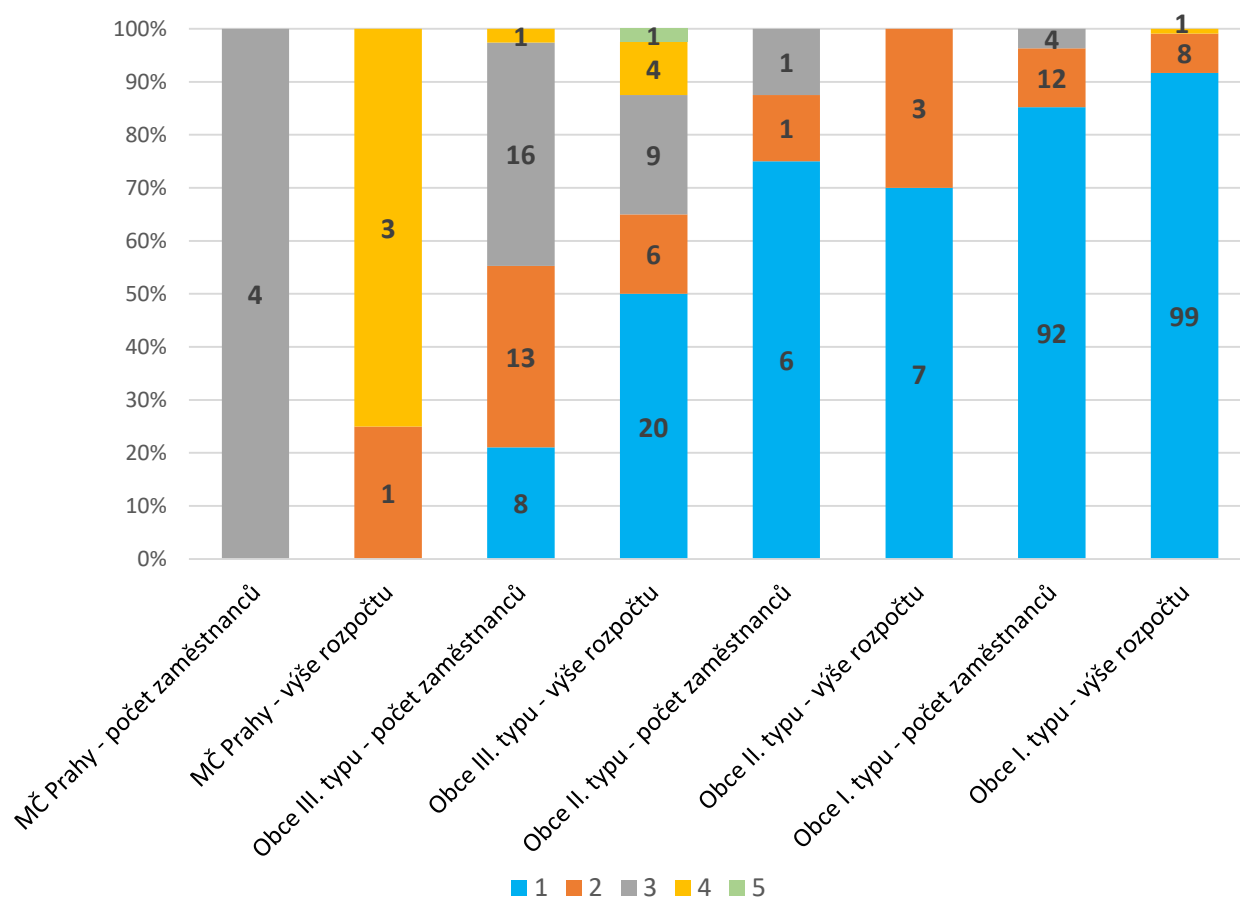
### Klíčová zjištění průzkumu IPSOS pro MV:

- **Velké rezervy občané vidí v komunikaci veřejné správy, digitalizaci, ochotě a transparentnosti veřejné správy vůči občanům.**
  - **nejvíce kritičtí jsou občané s vyšším příjmem, vyšším vzděláním a ve věku 25-50**
- **Lidé kladou velký důraz na formu a způsob komunikace a chování ze strany úředníků.**
- **Občané nehodnotí veřejnou správu jako proklientsky orientovanou.**



# Zaměstnanost v komunikaci velké vs. malé obce

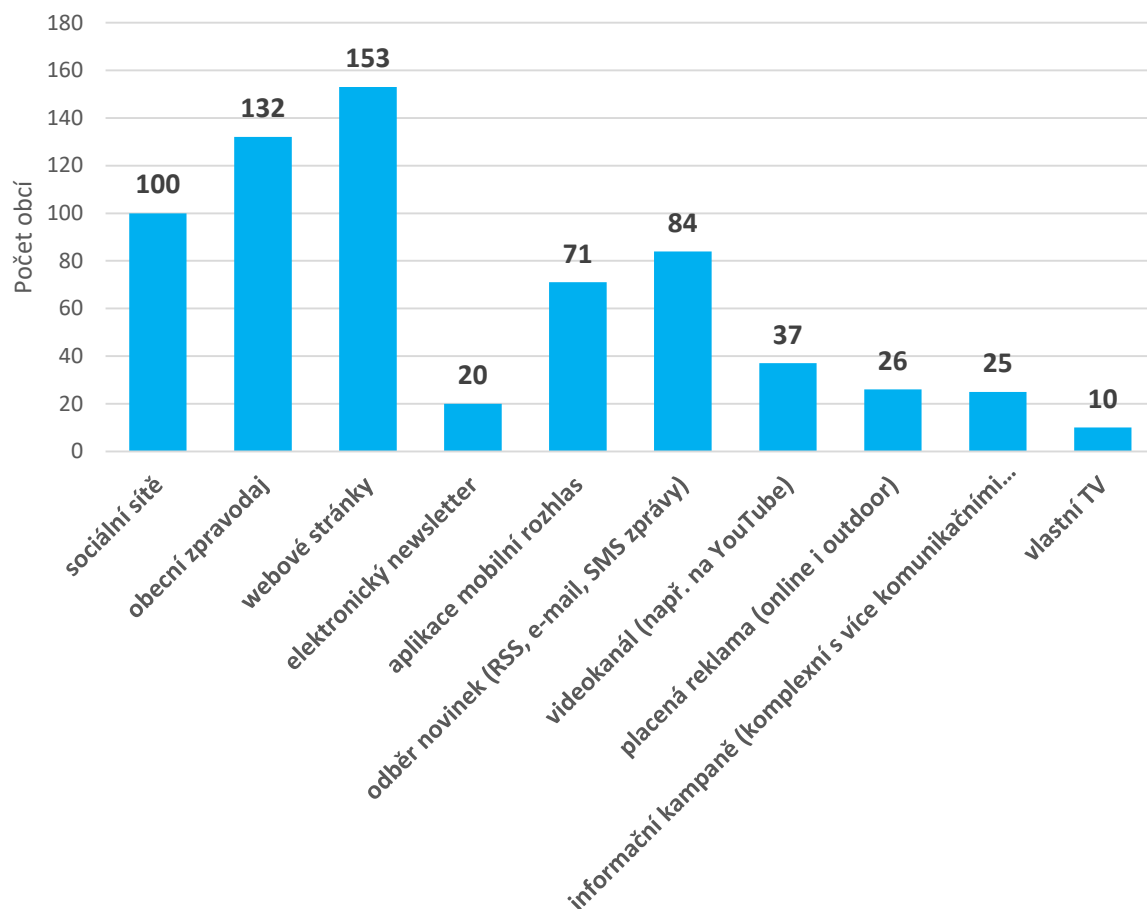
**Struktura odpovědí - počet zaměstnanců na komunikaci a výše ročního rozpočtu na komunikaci dle typů obce (a MČ Prahy)**



Ukazatel	1	2	3	4	5
Počet zaměstnanců	žádný	1	2 až 5	6 až 10	Nad 10
Výše ročního rozpočtu	Méně než 100 000 Kč	100 000 Kč až 499 999 Kč	500 000 Kč až 999 999 Kč	1 000 000 Kč až 4 999 999 Kč	Nad 5 milionů Kč

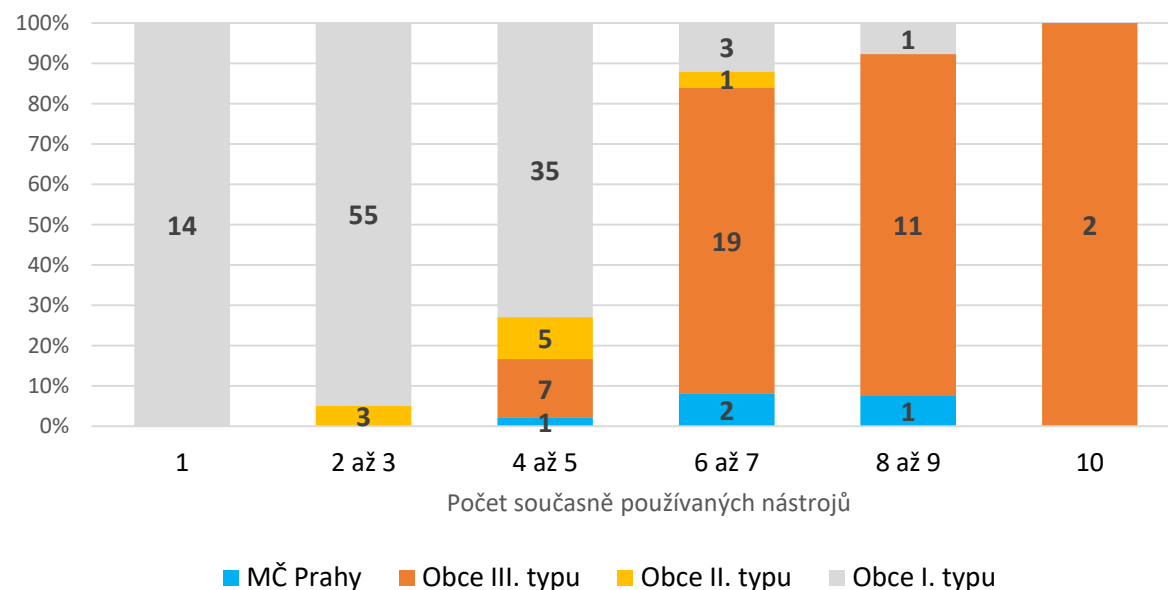


### Jaké využíváte nástroje komunikace?



## Komunikační nástroje – obce velké vs. malé obce

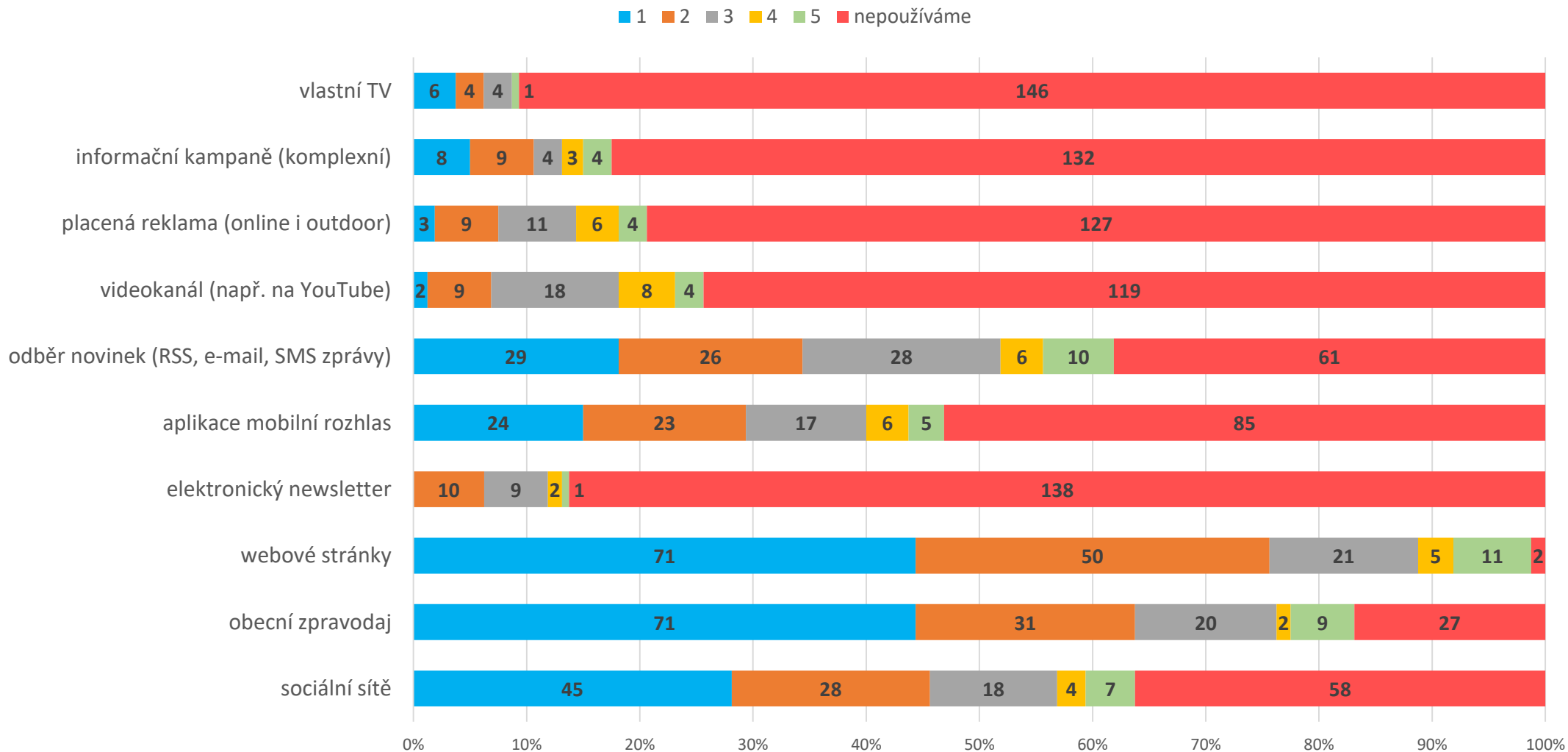
### Struktura odpovědí - počet současně používaných nástrojů dle typu obcí





# Komunikační nástroje – obce

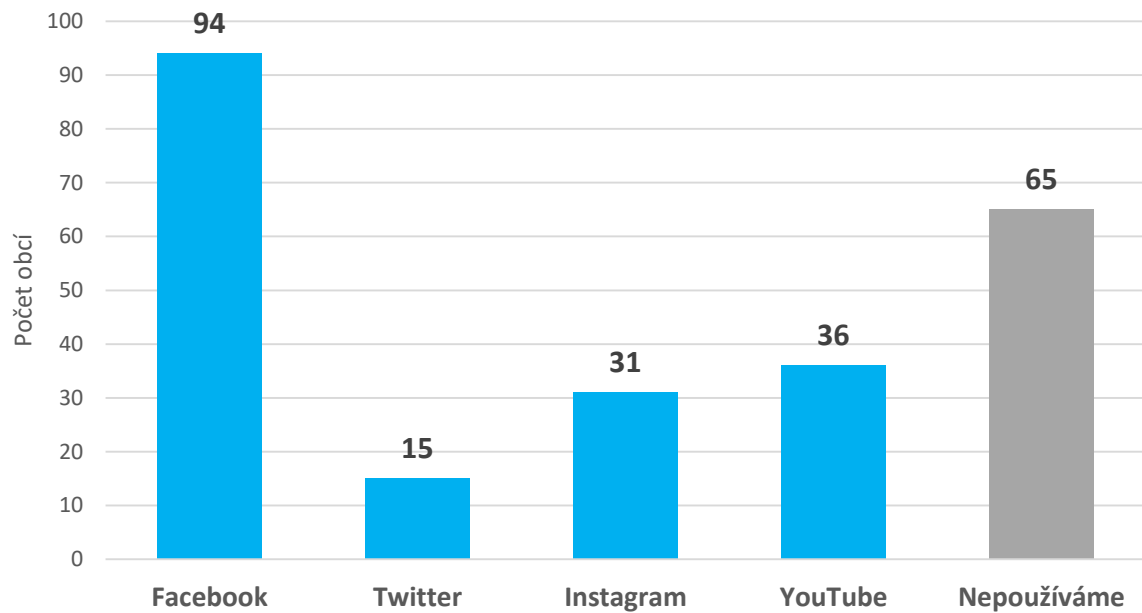
## *Hodnocení přínosnosti využívaných nástrojů komunikace obcemi (hodnocení jako ve škole)*



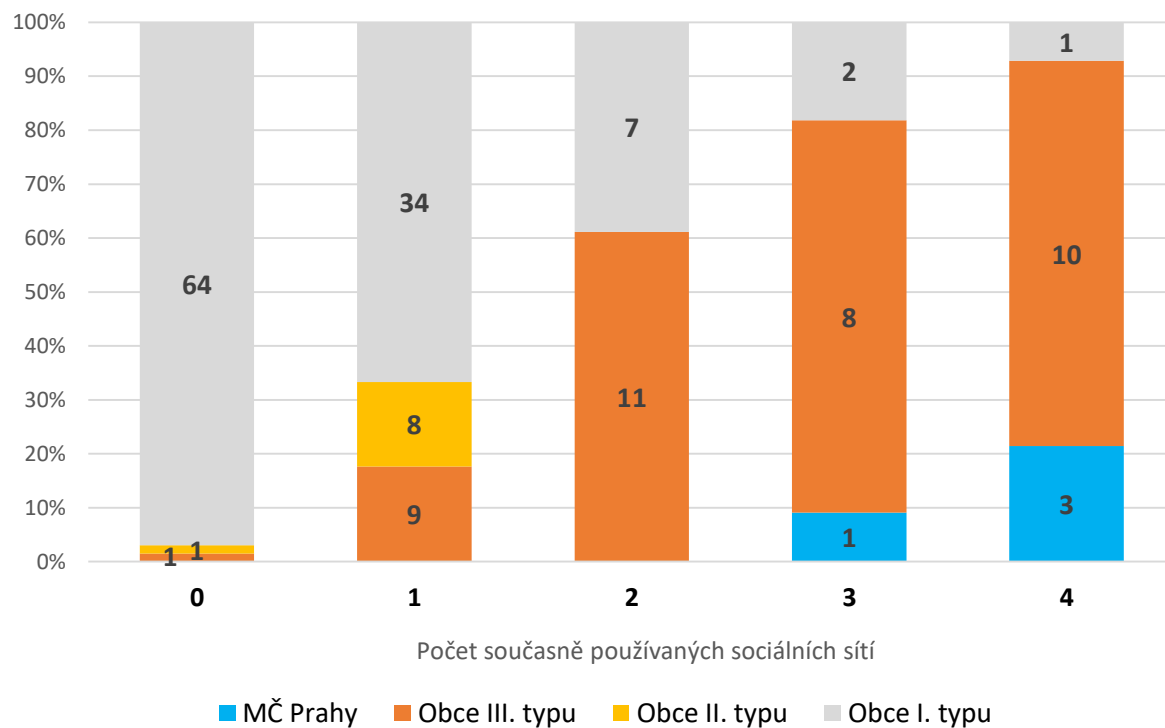


## Sociální sítě – obce velké vs. malé obce

*Struktura používaných sociálních sítí*



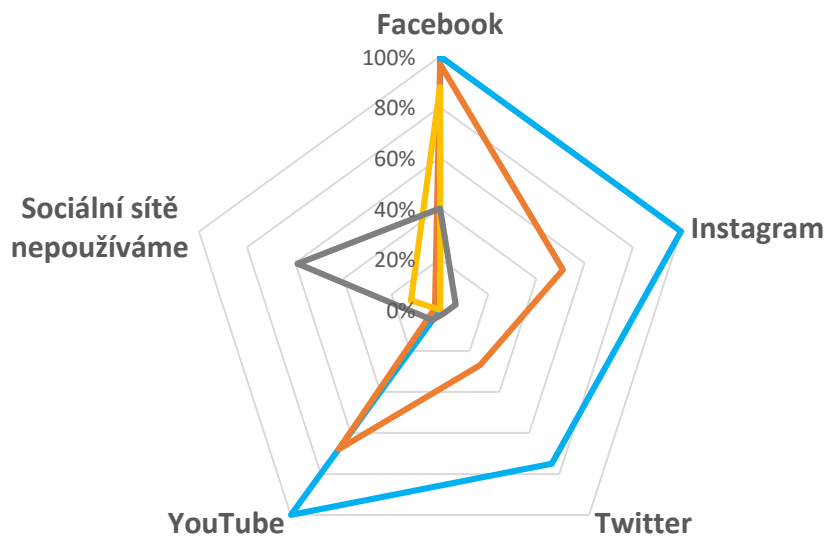
*Počet současně používaných sociálních sítí dle typu obce*





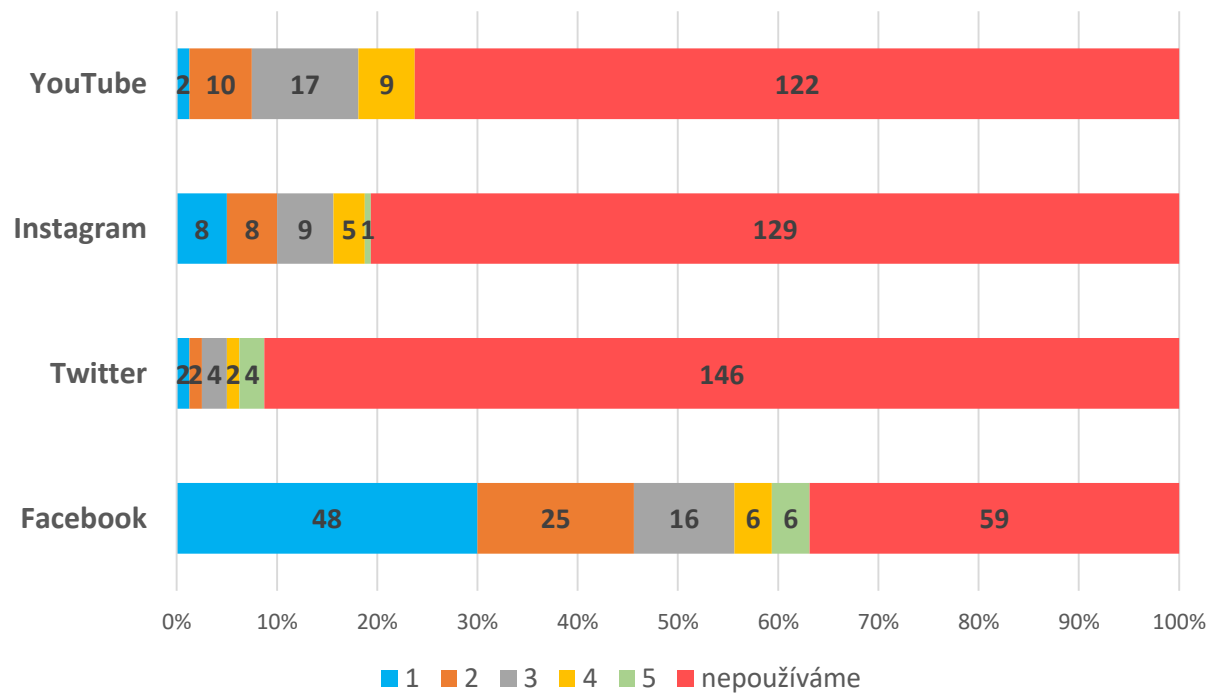
## Podíl obcí dle typu používajících danou sociální síť (vzorek 160 obcí a MČ Prahy)

— MČ Prahy — Obce III. typu — Obce II. typu — Obce I. typu



## Sociální sítě – obce velké vs. malé obce

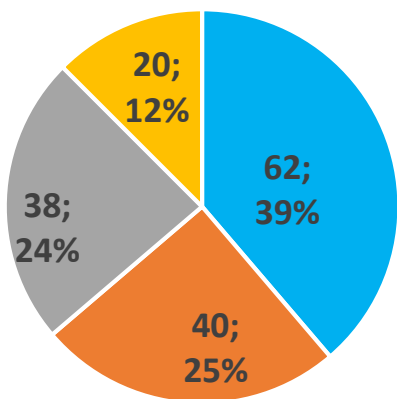
### Hodnocení přínosnosti využívaných sociálních sítí obcemi (hodnocení jako ve škole)





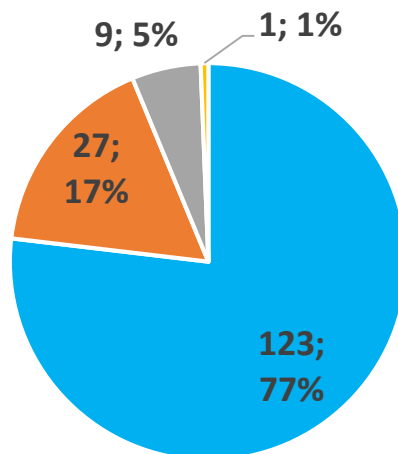
## Další nástroje komunikace – obce tiskové zprávy, tiskové konference, kampaně

*Kolik za průměrný rok vydáte  
tiskových zpráv?*



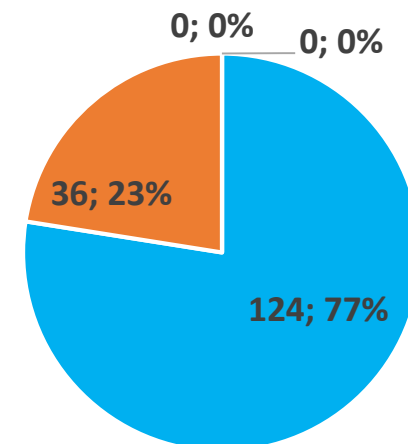
■ žádnou ■ do 10  
■ 11 až 100 ■ více než 100

*Kolik za průměrný rok pořádáte  
tiskových konferencí pro média?*



■ žádnou ■ do 10 ■ 11 až 50 ■ více než 50

*Kolik za průměrný rok vedete  
svébytných kampaní (s vlastním  
rozpočtem)?*

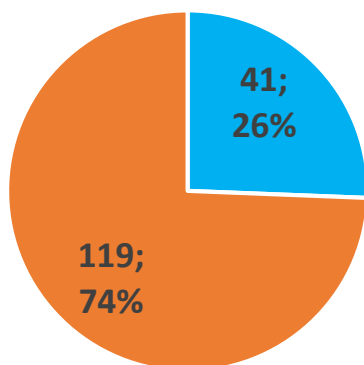


■ žádnou ■ do 10 ■ 11 až 50 ■ více než 50



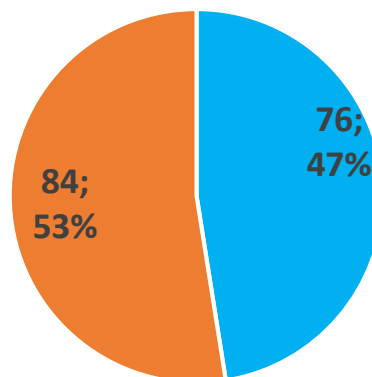
## Vyhodnocení komunikace – obce měření efektivity komunikace

*Provádíte pravidelný monitoring médií s ohledem na vámi vydávané tiskové zprávy a komunikovaná témata?*



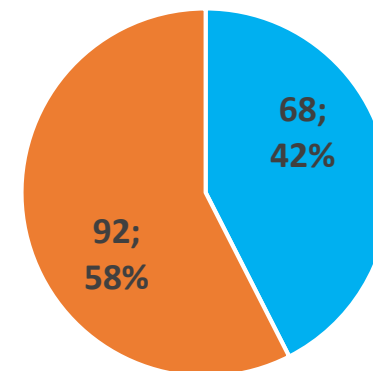
■ ANO ■ NE

*Sledujete pravidelně spokojenost (min. 1x ročně) občanů s komunikací úřadu/obce?*



■ ANO ■ NE

*Sledujete pravidelně (min. 2x ročně) z jakých informačních zdrojů se občané dozvídají informace o činnosti úřadu?*



■ ANO ■ NE



## Fanoušci na sítích (5/2021) – ministerstva a ÚV

Ministerstvo	Facebook (sledující)	Twitter	Instagram	YouTube (odpěratelé)
Ministerstvo financí	1 411	19 085	--	395
<b>Ministerstvo zahraničních věcí</b>	<b>28 766</b>	<b>40 728</b>	<b>6 448</b>	833
Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy	20 682	14 403	--	--
Ministerstvo kultury	6 931	27 733	--	--
Ministerstvo práce a sociálních věcí	16 456	13 644	--	270
<b>Ministerstvo zdravotnictví</b>	<b>75 227</b>	<b>59 249</b>	1 211	<b>1 300</b>
Ministerstvo spravedlnosti	7 394	9 238	1 697	--
Ministerstvo vnitra	--	<b>54 216</b>	--	<b>1 500</b>
Ministerstvo průmyslu a obchodu	5 474	11 461	--	416
Ministerstvo pro místní rozvoj	10 138	5 455	1 608	138
<b>Ministerstvo zemědělství</b>	<b>33 828</b>	6 433	--	441
<b>Ministerstvo obrany</b>	<b>22 793</b>	<b>27 188</b>	<b>18 027</b>	<b>20 600</b>
Ministerstvo dopravy	17 546	8 371	--	--
Ministerstvo životního prostředí	29 011	--	2 136	60
<b>Úřad vlády České republiky</b>	<b>27 069</b>	<b>133 254</b>	<b>5 890</b>	--



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

# Vizuální komunikace

## Jednotný vizuální styl (identita)

### Důležitost vizuální komunikace:

- Jednotný vizuální styl z kvalitních veřejných soutěží
  - Sjednocuje komunikační vizuál (zapamatovatelnost)
  - Vytváří brand a identitu
  - V důsledku šetří čas i peníze (předpřipravené vzory)
- 
- Zatím spíše na větších obcích
  - Vstupní investice
  - Někdy vzbudí kontroverzi (Ostrava, Liberec)
  - Zaměřuje se cena celého stylu za cenu za logo
  - Obce to musí správně komunikovat

Zdroj:  
Liberec.cz,  
autor stylu:  
Ondřej  
Zámiš



**OSTRAVA!!!**



**MILUJTE!!!  
BANÍK!!!  
MOJE OSTRAVA!!!  
STODOLNÍ!!!  
???!!!  
AHOJ!!!**



Zdroj:  
Studio  
Najbrt

Zdroj:  
Czechdesign.cz



Zdroj:  
Markéta  
Steinert



Zdroj:  
Toman  
Design

Zdroj: Svěráz



Zdroj: Colmo



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

# Vizuální komunikace – Proč je důležitá? Obce – role grafiky

**PŘEDPRODEJ VSTUPENEK  
NA KULTURNÍ AKCE MĚSTA KRÁLŮV DVŮR**

Město Králův Dvůr rozjždí od července letošní Kulturní léto na zámku v Králově Dvoře. Vstupenky na Revivalový festival, koncert skupiny Keks a Rockovej Královák VIII. si mohou zájemci koupit na:

[www.smsticket.cz](http://www.smsticket.cz) a od pondělí 29. června v podatelně MěÚ Králův Dvůr a v recepci Sportovní haly Králův Dvůr.

Vstupenky zdarma na vystoupení dvojice Duo Jamaha 4. 10. budou k vyzvednutí v podatelně MěÚ Králův Dvůr a v recepci sportovní haly od středy 1. července. Každý zájemce dostane maximálně dvě.

Město Králův Dvůr

**PROČ JE DOBRÉ MÍT  
4 POPELNICE?**

**MÁTE spoustu otázek**  
k novému systému svozu odpadu?

**JAKÉ důsledky to bude mít**  
pro mě jako občana?

**PROČ se město rozhodlo**  
pro změnu?

**JAKÉ jsou výhody**  
nového systému?

Odpovědi na tyto a spousty jiných otázek spojených s novým systémem svozu odpadu se dozvíte na „ekologicko-popelářské“ besedě, která se bude konat

**23. ledna 2020  
od 18:00 hod.**

Hasičská zbrojnice  
Staré Splavy

Město Doksy

**masopust**

13. 2. 2019 — 10 h

Portální hromada Jitka v kulturní poli.

**žičkovský panel 2**

13. 6. 2019 — 17 h

Kdo jsou modré žitky a jak s nimi pracovat? A jaké plody očekávají v jejich hradbách?

Praha

**Městské slavnosti  
Zdice 2020**

**12. září • pěší zóna**

moderátor **Petr Martinák**

12:30 Berounská šestka  
Vladimíra Mužíka (dechovka)

14:00 Nezmaři

15:00 Slovo starosty města

15:30 bublinová show

17:00 ABBA revival

17:00 Petr Martinák – imitace hlasů

19:00 Laura a její tygři

21:00 Sam-ou-hell

vstupné zdarma

nafukovací atrakce

kolotoč

malování na obličej

řemeslné stánky

občerstvení

Změna programu vyhrazena

Za podpory Středočeského kraje

Středočeský kraj

**600  
tábor  
1420-2020**

**600 let na hoře Tábor**

PŘIJEĎTE S NÁMI OSLAVIT  
VÝROČÍ MĚSTA!

[www.visittabor.eu/600let](http://www.visittabor.eu/600let)

**Za císařem,  
gotikou,  
Maxipsem  
a vínem**

**K**

**Kadaň**

Gotika i baroko v mobilní aplikaci

**K**

Záhadné šavle... minigolf je zábava

**Kadaň**

Chrabří rytíři s pádlem v ruce



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

# Vizuální komunikace – Proč je důležitá?

## Ústřední orgány státní správy – role grafiky

### PROČ SE OČKOVAT?

Vakcinace je nejefektivnější způsob, jak dlouhodobě zastavit šíření epidemie u nás i ve světě. Zavedení vakcinace pomohlo už v minulosti ke snížení či dokonce vymizení řady nemocí (např. přívrné neštovice, dětská obrna, záškrt).

Každý, kdo se naočkuje, pomáhá chránit ty, kteří tak kvůli svému zdravotnímu stavu učinit nemohou.

Očkovaní bude dobrovolné a plně hrazené ze zdravotního pojištění.

Úspora času a peněz, možnost žít plnohodnotný život.

Neschopenka kvůli COVID-19 znamená pro běžnou domácnost velké finanční ztráty. V případě komplikací tohoto onemocnění je samozřejmě nutná hospitalizace v nemocnici, po které obvykle následuje rekonvalescence.

**TOMU VŠEMU ZABRÁNÍ VAKCINA**

### TOTO NENÍ PRAVDA!

Vakcína bude nebezpečná. Vakcína prochází před uvedením na trh rozsáhlými klinickými testy, které odhalí případné nežádoucí účinky. Teprve poté je možné uvést vakcínu na trh. Vakcíny se testují na desítkách tisíc dobrovolníků, a to pod lékařským dohledem. U registrovaných léčivých přípravků je zaručena jejich bezpečnost, účinnost a farmaceutická jakost. Bezpečnost vakcín je kontinuálně sledována i po jejich registraci a uvedení na trh.

Vakcína nebude účinná. Virus SARS-CoV-2 je podobný virům SARS a MERS.

Vakcína způsobí nemoc samotnou. Žádná z vakcín proti COVID-19 neobsahuje celý virus, který by byl schopen se množit nebo dostávat se do buněk, a tedy není schopen infikovat člověka. Vakcíny obsahují jen ty součásti, které budou stimulovat imunitní systém, aby vytvořil protilátky. Vakcína není nebezpečná ani nezpůsobí nemoc samotnou.

Týmy, které se věnovaly výzkumu vakcín na tyto viry, tak mohou využít předchozí zkušenosti a začít pracovat na vakcíně pro aktuální virus. Vzhledem k tomu, že se jedná o celosvětovou pandemii, jsou farmaceutické firmy ochotné věnovat do výzkumu mnohem více finančních i lidských zdrojů než do jakéhokoli jiného výzkumu. Kritéria pro registraci vakcín jsou přísnější než pro léky, protože takový přípravek se aplikuje zdravé populaci. Rozhodnutí o registraci vakcín je podloženo všemi potřebnými údaji.

**MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY**  
**koronavirus.mzcr.cz**



### Behavio

Testujeme reklamy. A tak jsme otestovali i tuhle od Ministerstvo zdravotnictví České republiky.

- ✗ Nedůvěryhodný, amatérský, nepochopitelný. To jsou 3 nejčastější hodnocení.
- ✗ Většina populace leták před výzkumem neviděla.
- ✗ Z těch, co leták viděli ještě před výzkumem, si ho podrobně přečetlo jen 1 % lidí.
- ✗ Krátce jsme inzerát ukázali všem respondentům a zeptali se –chcete číst dál? 57 % řeklo, že nikoliv.
- ✗ Že se jedná o leták pro očkování, dokáže v prvních 5 vteřinách poznat jen 30 % lidí.
- ✗ 15 % Čechů tuto práci Ministerstva hodnotí dokonce jako nebezpečnou. V pětině lidí vzbuzuje strach.

### Informace pro občany o koronaviru Information for citizens about coronavirus

V souvislosti s aktuálním výskytem koronaviru přinášíme základní informace o tomto onemocnění. Není nutné se onemocnění obávat. Je třeba se chovat zodpovědně a chránit sebe i své okolí.

In the context of the recent occurrence of coronavirus, we provide essential information on the disease. There is no reason to fear. It is necessary to behave responsibly and protect yourselves and your surroundings.

#### Priznaky / Symptoms



#### Jak snížit riziko nákazy / How to reduce the risk of contagion



V případě, že pociťujete některý z příznaků, volejte:  
In case you feel these symptoms please contact:

112



### Za kulturou bezpečně



Více informací na:  
koronavirus.mzcr.cz



### OMEZENÍ sociálních kontaktů

ZODPOVĚDNOST, OCHRANA RIZIKOVÝCH SKUPIN



Mimořádná opatření a více informací na [koronavirus.mzcr.cz](https://koronavirus.mzcr.cz)



### PRAVIDLO Ruce Roušky Rozestupy



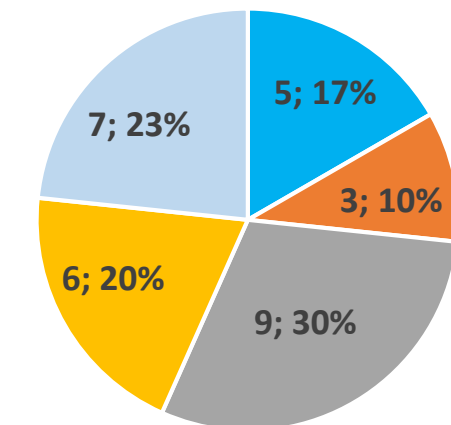
Mimořádná opatření a více informací na [koronavirus.mzcr.cz](https://koronavirus.mzcr.cz)





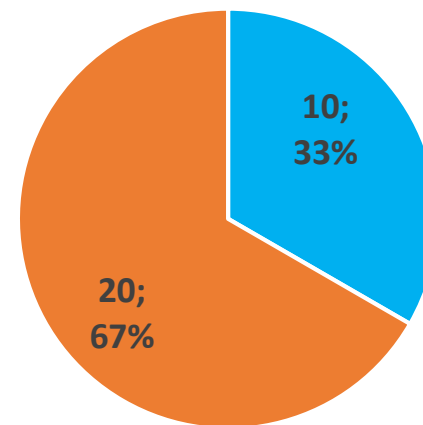
## Zaměstnanost v komunikaci Ústřední orgány státní správy

*Kolik zaměstnanců se na plný úvazek  
věnuje komunikaci?*



■ žádný  
■ 2 až 5  
■ více než 10  
■ 1  
■ 6 až 10

*Máte v řadách zaměstnanců  
úřadu vlastního  
grafika/grafičku?*



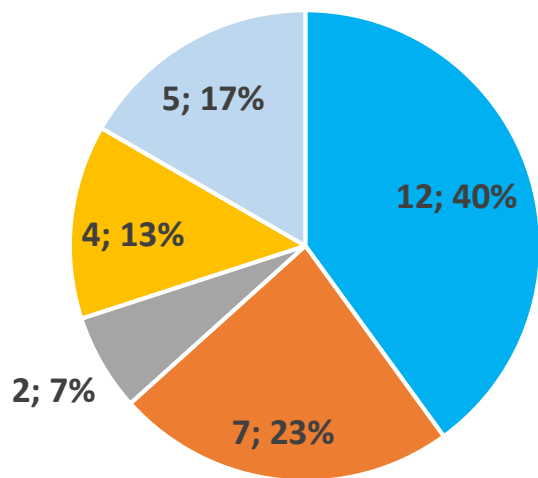
■ Ano ■ Ne



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

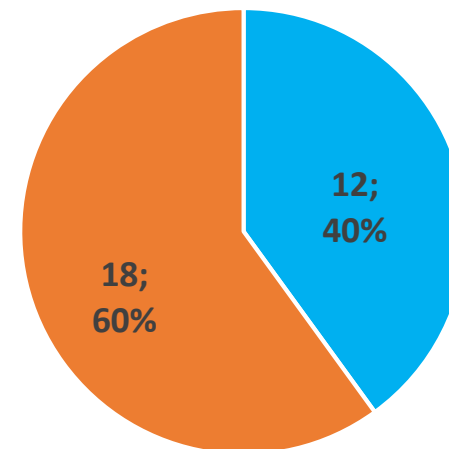
## Zaměstnanost v komunikaci Ústřední orgány státní správy

*Jaký je váš roční rozpočet na komunikaci?*



- méně než 100 000 Kč
- 100 000 Kč až 499 999 Kč
- 500 000 až 999 999 Kč
- 1 000 000 až 4 999 999 Kč
- více než 5 000 000 Kč

*Provádíte pravidelně školení (min. 1x ročně)  
zaměstnanců v komunikaci?*

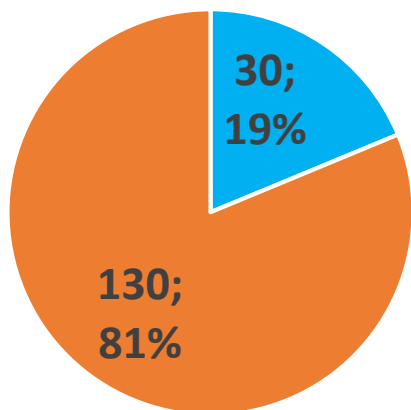


■ ANO ■ NE



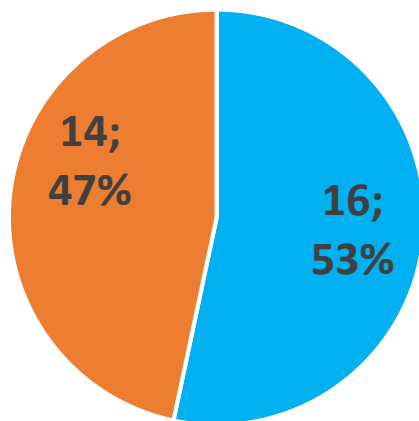
***Má Váš úřad psanou a aktuálně platnou komunikační strategii?***

OBCE



■ ANO ■ NE

ÚOSS



■ ANO ■ NE

## Důležitost komunikační strategie

V kategorii obcí mělo komunikační strategii **19 %** dotázaných.

V kategorii ústředních orgánů státní správy **53 %**.

**Analýza dat následně prokázala, že sepsání a plnění komunikační strategie vede k:**

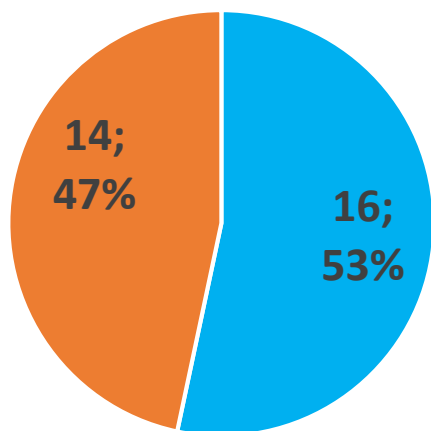
- vyšší efektivitě komunikace;
- vyšší efektivitě vynaložených zdrojů (finančních i lidských);
- vytvoření sjednocené komunikace;
- vytvoření komunikační identity.



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

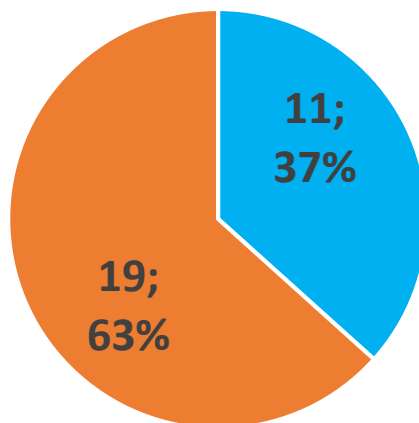
# Komunikační strategie obce

***Pokud ano, vytvořili jste ji interně  
svépomocí, nebo ji vytvořili  
externí dodavatelé?***



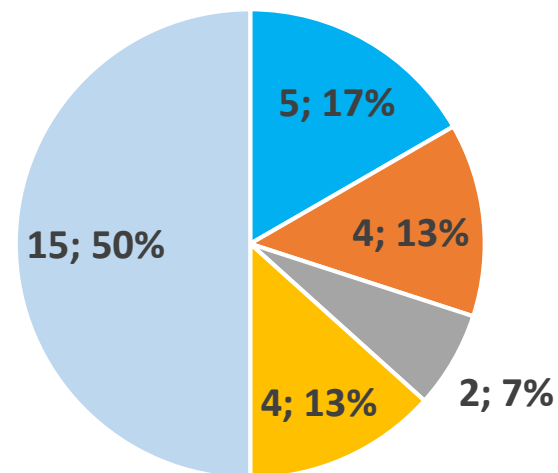
■ Interně ■ Externě

***Pokud ano, je vaše komunikační  
strategie jednorázová, nebo ji  
pravidelně aktualizujete?***



■ Jednorázová  
■ Pravidelně aktualizovaná

***Pokud ano, na jaké období jste ji  
zpracovali?***

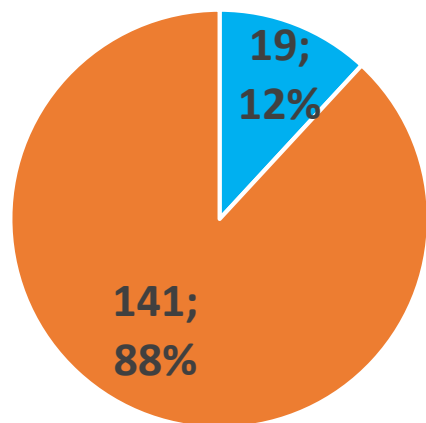


■ 1 rok ■ 2 roky ■ 3 roky  
■ 4 roky ■ 5 let a více



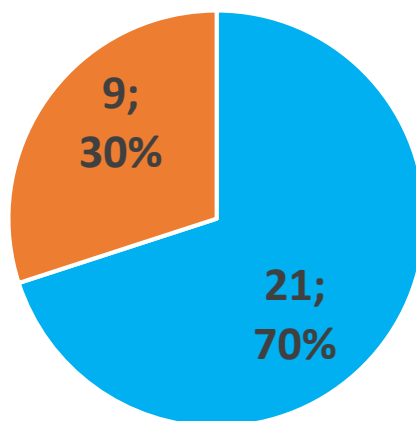
***Máte ve struktuře úřadu samostatné oddělení/odbor komunikace?***

OBCE



■ ANO ■ NE

ÚOSS



■ ANO ■ NE

## Důležitost komunikační strategie

V kategorii obcí mělo útvar komunikace **12 %** dotázaných.

V kategorii ústředních orgánů státní správy **70 %**.

---

**Analýza dat následně prokázala, že existence vlastního útvaru komunikace vede k:**

- vyšší efektivitě vynaložených zdrojů (finančních i lidských);
- centralizaci a tím k sjednocení komunikace;
- lepší koordinaci komunikace.



# Základní zjištění z dotazníkového šetření

## Zjištění:

- **Komunikační strategie = komplexnější a efektivnější přístup ke komunikaci organizace.**
  - zvyšuje pravděpodobnost, že komunikace organizace bude **kontinuální**, **sjednocená** a bude využívat **více komunikačních nástrojů a kanálů**.
- **Strategický přístup šetří finanční i lidské zdroje (efektivnější nakládání).**
- **V personální otázce přetrvává zásadní rozdíl mezi malými a většími organizacemi.**
  - Malé organizace většinou **nemají žádného pracovníka**, který by se na plný úvazek věnoval komunikaci.
  - Pojímají ji spíše **jako vedlejší činnosti**, při které dávají dohromady dovednosti svých ostatních zaměstnanců.
  - Stejně tak uvolňují na komunikaci **jen malé finanční zdroje**.
  - Využívají **menší množství komunikačních nástrojů** (naopak více spoléhají na fyzickou komunikaci (setkávání) a využívají rovněž tradiční kanály jako např. obecní rozhlas).
- Naopak **větší organizace** s více zaměstnanci a více finančními zdroji, se **komunikaci** v posledních letech **věnují komplexněji než dříve**. Novějším přístupem je zřizování **centralizovaných útvarů komunikace**, které napomáhají koordinaci a sjednocení komunikace.



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

## Očekávání od metodiky

[www.survio.com/survey/d/metodika-komunikace](https://www.survio.com/survey/d/metodika-komunikace)



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

# DĚKUJI ZA POZORNOST

**Mgr. Filip Zavřel**

odbor strategického rozvoje  
a koordinace veřejné správy

Ministerstvo vnitra ČR

[filip.zavrel@mvcz.cz](mailto:filip.zavrel@mvcz.cz)

[www.mvcz.cz/verejna-sprava](http://www.mvcz.cz/verejna-sprava)

[www.kvalitavs.cz](http://www.kvalitavs.cz)