

**Ceny Ministerstva vnitra za kvalitu a inovaci ve veřejné správě
ročník 2012**

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA Z ŘEŠENÍ

- ☐ bronzového stupně ceny
☐ stříbrného stupně ceny
☒ inovace

(zatrhněte cenu, o jakou soutěžíte)

1. Název řešení: Besedy s veřejností natáčené internetovou televizí

2. Autor zprávy:

Jméno: RNDR. Soňa Prášková
Funkce: Koordinátor projektu MA21 a Zdravé město Hlučín
Organizace: Město Hlučín
Telefon: 595020233
E-mail: praskova@hlucin.cz

3. Organizace, kde bylo řešení aplikováno: Město Hlučín

4. Popis řešení

4.1 Podstata řešení: Besedy s veřejností se konaly v Hlučíně i v minulosti, ale i přes veškerou propagaci se často účastnilo besed jen velmi málo lidí. Kulturní centrum Hlučín, což je příspěvková organizace města Hlučína, provozuje internetové Televizní studium KC Hlučín. Město Hlučín se rozhodlo, že bude veškeré realizované besedy s veřejností natáčet a vysílat v internetové televizi. Besedy vždy řídí moderátor a diskutuje s odborníky na dané téma. Z první části besedy je zpracován 20 min spot, který je přístupný veřejnosti na internetové televizi. Pak vždy následuje již volná diskuse s občany, kteří mohou klást otázky a vznášet návrhy k danému tématu. S tímto projektem město začalo v roce 2009, kdy proběhly 3 besedy, v roce 2010 a 2011 již proběhlo besed 5. I v letošním roce besedy pokračují. Témata vychází vždy z aktuálních požadavků – např. z veřejných fór nebo z opakujících se dotazů veřejnosti. Internetový záznam shlédne velké množství diváků (počet přehrání je evidován na webu) a tato aktivita městu velmi napomáhá při komunikaci s občany. Besed se zúčastní zástupci samosprávy, odborné veřejnosti a neziskových organizací (vždy záleží na konkrétním tématu).

4. 2 Důvod a cíle řešení (včetně doložení jejich měřitelnosti):

Důvodem pořádání jakýchkoliv besed s veřejností je snaha města s občany co nejvíce komunikovat a zjišťovat jejich názory na aktuální témata. Natáčení besed internetovou televizí a jejich možné sledování na internetu bylo vyvoláno tím, že často i přes veškerou propagaci se živých besed neúčastní velké množství občanů. Naopak sledovanost internetu rok od roku roste a toto médium je schopné oslovit i generaci, která by se živých besed účastnila minimálně (např. mladí lidé a lidé v pracovní dny velmi vytížení).

4.3 Implementace řešení:

- zainteresované strany: Město Hlučín (zástupci samosprávy i vedoucí příslušných odborů), Kulturní centrum Hlučín a další organizace podle aktuálních témat (policie ČR, Městská policie Hlučín, Charita Hlučín, Agentura pro ochranu přírody a krajiny, kynologický klub, poradna při finanční tísní a mnoho dalších)
- odpovědnost za řešení : Koordinátor Ma21 a projektu Zdravé město Hlučín, ředitel Kulturního centra Hlučín
- podpora řešení ze strany vedení: osobní účast na besedách jako diskutující s občany, podpora propagace v Hlučínských novinách, podpora finanční v rámci rozpočtu na aktivity MA21
- podpora řešení ze strany zaměstnanců: osobní účast na besedách jako diskutující (např. při tématice Doprava – vedoucí odboru dopravy, při tématice týkající se seniorů – vedoucí odboru sociálních věcí)
- překážky: Přes masivní propagaci se živých besed zúčastní většinou cca 10-20 občanů. Propagace pobíhá formou upoutávek na webu města, článků v Hlučínských novinách (měsíčník města, který je distribuován zdarma do každé domácnosti), plakátů na plakátovacích plochách.
- Úspěchy: Internetové záznamy besed zhlédne velké množství lidí. Záznamy jsou na internetu ponechávány i z besed, které probíhaly v minulých letech. Počet zhlédnutí je evidován u každé besedy. Počet zhlédnutí jednotlivých besed se průměrně pohybuje mezi 3000-4000.

5. Výsledky řešení

- Jaké byly hlavní výsledky (uvést pokud možno kvalitativní i kvantitativní ukazatele)? – počty zhlédnutí jednotlivých besed se pohybují v průměru mezi 3000-4000. Celkem již v Hlučíně proběhlo od roku 2009 16 besed, které byly natočeny pro internetovou televizi. V roce 2009 to byly 3 besedy, v letech 2010 a 2011 po 5ti besedách, v roce 2012 to budou 4 besedy. Besedy jsou zaměřeny na aktuální témata, která vychází např. z problémů evidovaných na veřejném fóru Zdravého města Hlučín (doprava, znečištění ovzduší, problematika chovu psů, bezpečnost seniorů atd.) nebo z aktuálních potřeb společnosti (finanční gramotnost).
- Jaké nástroje pro jejich měření jste použili a jak hodnověrné jsou důkazy? – počet zhlédnutí je evidován u každé besedy, lze si to ověřit na webu Televizního studia KC Hlučín, kde jsou besedy vkládány: <http://www.mtvh.cz/?page=kategorie&id=13> Počty besed lze dokladovat plakáty a počtem vložených besed na výše uvedeném webu. Počty osob, které se zúčastní živých besed lze evidovat u besed, kde byla provedena presence formou presenční listiny (tato presence se prováděla u besed, kde byl na realizaci dotační příspěvek).
- Vyskytly se nějaké specifické faktory, které mohly ovlivnit úspěch tohoto řešení? – je vždy nutné dojednat účast zástupců samosprávy a odborníků na daná témata závazně a to s dostatečným předstihem, aby jejich účast byla jistá. Se zástupci samosprávy je třeba projednat návrhy témat, která se týkají přímo samosprávné působnosti města (např. problematika parkování, revitalizace Hlučínského jezera). S Kulturním centrem Hlučín je třeba projednat konkrétní termíny besed v předstihu 2-3 měsíce, protože televizní klub Hlučín, kde se besedy konají a natáčejí, slouží i k jiným účelům a je velmi vytížený.

- Projevil se nějaký vedlejší negativní či pozitivní účinek? – negativní účinek jsme nezaznamenali. Jako pozitivní se projevilo to, že na základě zhlédnuté besedy někdy občané vnáší na město další podněty i návrhy. Pozitivem je i to, že se tyto internetové záznamy besed již velmi rozšířily do povědomí hlučínských občanů a tím se zlepšila v daných tématech i informovanost občanů.

6. Inovativnost a přenositelnost dobré praxe¹

- V čem spočívá inovativnost tohoto řešení? Jak se liší od jiných či podobných aplikací/přístupů? – inovativnost spočívá v tom, že beseda je natáčena internetovou televizí. Proto, i když je na konkrétní živé besedě někdy nízká účast občanů, velké množství jich pak následně zhlédne záznam na internetu a informace z besedy tedy tímto způsobem dodatečně a takto zprostředkovaně získá. Z besed je vždy natáčen 20 minutový spot (z praxe víme, že delší záznamy často lidé ani nezhlédnou do konce). Živá beseda je tak rozdělena na 2 části. První část je řízená diskuzí moderátorem, která se natáčí a je pak na internetu a druhá část, kde mají přítomní občané možnost vznést jakékoliv další dotazy, na které jim diskutující odpovídají. Celkově tedy živá beseda trvá podle zájmu občanů 1 – 1,5 hodiny.
- Může být/bylo již toto řešení přeneseno/aplikováno v jiné organizaci či sektoru? Pokud ano, které jeho základní prvky? Nebo jste v tomto případě sami využili dobrou praxi od jiných organizací? – nemáme informace, že by toto řešení bylo u besed praktikováno i v jiné organizaci. Naopak tento systém pořádání besed v Hlučíně je evidován jako příklad dobré praxe na webových stránkách Národní sítě zdravých měst: <http://dobrapraxe.cz/cz/tema/komunikace-s-verejnosti/hlucin-besedy-s-obcany-natacene-internetovou-televizi> a město Hlučín v loňském roce za tento inovativní přístup obdrželo 1. cenu v soutěži O lidech s lidmi.
- Jaké nejdůležitější poznatky/zkušenosti jste při realizaci řešení získali? – besedy pozitivně hodnotí zástupci samosprávy neboť prezentují často koncepční řešení města - např. Doprava, Sanace Hlučínského jezera, diskutující odborníci - prezentují tu informace ze svého oboru a často navrhnou vhodná řešení a doporučení – např. Bezpečnost seniorů, Památné stromy Hlučínska, Znečištění ovzduší v moravskoslezském kraji a možnosti ochrany a samozřejmě občané, kteří tyto informace velmi lehce a z pohodlí domova získají. Beseda bývá často podnětem k tomu, že občané vznesou k problematice, kterou zhlédli na internetu, další dotazy a to již na příslušný odbor města, který má problematiku ve své kompetenci.
- Jaké je Vaše doporučení pro ty, kteří se zajímají o implementaci tohoto řešení ve své organizaci? – je třeba, aby organizace spolupracovala se subjektem, který natáčí záznamy pro internetovou televizi. Málokteré město nebo organizace má náležitou techniku a zkušenosti nutné k natočení kvalitního záznamu. Je třeba v rozpočtu počítat s náklady na natočení spotu (pro město Hlučín to zajišťuje naše příspěvková organizace, takže náklady jsou minimální). Je třeba mít moderátora, která diskuzi řídí a usměrňuje, aby byl záznam pro občanů zajímavý. Témata besed je třeba vybírat v dostatečném předstihu, aby byla zajištěna účast kvalitních diskutujících odborníků.
- Souhlasíte s prezentací Vašeho řešení na nadcházející Národní konferenci kvality ve veřejné správě a v časopise Veřejná správa jakožto s prezentací dobré praxe? - ano

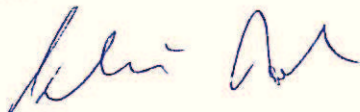
¹ Vyplní pouze uchazeč o cenu MV za inovaci ve veřejné správě

7. Přílohy

- 7.1. Odkaz na web televizního studia KC Hlučín, kam jsou záznamy vkládány a kde je evidován i počet jejich zhlédnutí: <http://www.mtvh.cz/?page=kategorie&id=13>
- 7.2. Plakáty
- 7.3. Články v Hlučínských novinách
- 7.4. Presenční listiny z besed
- 7.5. Fotodokumentace

Datum: 15.10.2012

MĚSTO HLUČÍN



Podpis: **Ing. Pavol Kubuš, starosta města**

Pozn.: V případě ceny udílené za implementaci modelu CAF musí být přílohou Závěrečné zprávy Sebehodnotící zpráva CAF a na ni navazující Akční plán zlepšování, případně vyhodnocení plnění předchozího Akčního plánu zlepšování. Sebehodnotící zpráva musí obsahovat popis naplnění minimálních kritérií pro udělení daného stupně Ceny MV za model CAF. Pokud jsou výše uvedené informace součástí Sebehodnotící zprávy, lze na ně pouze odkázat.