

Efektivní veřejná správa

Newsletter 1/2010

Zapojování veřejnosti
do přípravy vládních dokumentů

- 1. Metodika
- 2. Manuál
- 3. Seznam a popis metod
a technik zapojení veřejnosti
- 4. Dobré praxe na webu Ministerstva vnitra

Vážení čtenáři,
aktuální číslo newsletteru je věnováno problematice zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů, případně i do rozhodovacích procesů. V podmínkách české veřejné správy se jedná o moderní fenomén, který u nás v posledních letech zdomácněl a začíná být dobře zavedeným standardem. Veřejnost lze zapojovat na mnoha úrovních a při rozmanitých příležitostech. Věnuje se tomu celá řada institucí, mezi něž patří také Ministerstvo vnitra České republiky. To se zabývá zejména přípravou metodických materiálů pro zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů. Konkrétně se jedná o *Metodiku pro zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů* (dále jen „Metodika“) a *Manuál pro zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů* (dále jen „Manuál“). Oba tyto materiály jsou ve zkrácené podobě představeny na následujících stránkách. Metodika byla přijata vládou České republiky usnesením č. 1146/2009 jako materiál navazující na Obecné zásady pro hodnocení dopadů regulace. Má doporučující charakter a může být používána při zpracování hodnocení dopadů regulace, ale také při přípravě strategických materiálů nelegislativního charakteru. Jako navazující materiál byl vládě předložen Manuál pro zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů. Vláda přijala 31. května 2010 usnesení č. 421, kterým vzala Manuál na vědomí a doporučila členům vlády a vedoucím ostatních ústředních správních úřadů, aby jej využívali v návaznosti na Metodiku.



Manuál nabízí katalog forem a technik zapojování veřejnosti, které lze využít v procesu zapojování veřejnosti v kombinaci s postupy, které jsou popsány v Metodice. Manuál Metodiku v mnoha ohledech doplňuje a přednostně se věnuje těm oblastem, které nebyly v Metodice podrobněji specifikovány.

Manuál má doporučující charakter a v souladu s tím nevyžaduje uplatnění všech forem v něm obsažených při přípravě konkrétního vládního dokumentu a naopak ani neomezuje ústřední správní úřady v případných dalších formách zapojení veřejnosti do přípravy vládních dokumentů.

V souladu s Metodikou lze předkládaného Manuálu využít zejména v procesu hodnocení dopadů regulace. Manuál se však neomezuje pouze na souvislost s hodnocením dopadů regulace, tj. na legislativní návrhy, nýbrž jej lze přiměřeně využít i při přípravě jiných vládních materiálů jako jsou návrhy koncepcí a strategií, u kterých je vhodné nebo potřebné zapojení laické a odborné veřejnosti.

Principy zapojování veřejnosti jsou víceméně universální, a proto jsou postupy, metody a techniky popsány v Manuálu a Metodice použitelné i mimo oblast kvality regulace.

Pro potřebu čtenářů časopisu Veřejná správa jsme v tomto newsletteru připravili shrnující text založený na propojení obou zmíněných textů s důrazem na Manuál. Ucelenou podobu a další informace lze získat také na webových stránkách odboru efektivní veřejné správy Ministerstva vnitra www.mvcr.cz/konzultace. V závěru newsletteru odkazujeme ještě na některé dobré praxe z oblasti zapojování veřejnosti, které byly prezentovány na 6. Národní konferenci kvality v Táboře.

Přejeme Vám, milí čtenáři, hodně úspěchů při různých formách zapojování veřejnosti a věříme, že tento tematický newsletter přispěje k větší rozmanitosti činností v podmínkách Vašich pracovišť i ke zdokonalení vstřícnosti úřadů a radnic vůči občanům.

Ing. Štěpánka Cvejnová,
ředitelka odboru
efektivní veřejné správy MV ČR

Zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů

Předkládaný text vznikl zestručněním dvou v úvodu zmíněných materiálů. Úplné znění včetně všech grafických příloh je k dispozici na www.mvcr.cz/konzultace.

1. Metodika

1.1. Úvod

Ve vyspělých zemích s dlouhou demokratickou tradicí je zapojování veřejnosti přirozenou součástí rozhodovacích procesů na všech úrovních a lze pro ně nalézt jak formální podporu v právním rámci, tak i neformální a praktickou podporu při samotné implementaci ve formě metodik a manuálů.

Normativní rámec problematiky zapojování veřejnosti v České republice má tři základní vrstvy. Právo na zapojení veřejnosti zaručuje v ústavní rovině Listina základních práv a svobod, publikovaná pod č. 2/1993 Sb., v podobě práva na informace o činnosti orgánů veřejné moci, dále se jedná o zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím a poslední vrstvu tvoří interní normativní akty, jako jsou Legislativní pravidla vlády přijatá usnesením vlády č. 188 ze dne 19. března 1998 a v návaznosti na ně Obecné zásady pro hodnocení dopadů regulace – RIA, přijaté usnesením vlády č. 877/2007 ze dne 13. srpna 2007.

1. 2. Stupně zapojení veřejnosti

Pro potřeby metodiky lze vymezit čtyři stupně zapojení veřejnosti (viz též schéma na www.mvcr.cz/konzultace). V praxi často dochází k zaměňování pojmů konzultace a připomínkování. Pro potřeby metodiky lze konzultace vymezit jako kvalitativně vyšší stupeň spolupráce než je připomínkování. Konzultace lze definovat jako obousměrný komunikační tok, při kterém zpracovatel dokumentu a konzultující subjekty vstupují do vzájemné interakce.

Připomínkování je naproti tomu pouze jednosměrným informačním tokem, kdy zpracovatel sbírá podněty a názory od konzultovaných subjektů, ale nevstupuje s nimi do vzájemné interakce. Kromě konzultací a připomínkování je přitom možné ještě odlišit informování a partnerskou spolupráci. Připomínkování ve smyslu této metodiky nelze zaměňovat s připomínkovým řízením, ve kterém již dochází i ke vzájemné interakci, takže se projevují i určité rysy konzultování.

Výše uvedené stupně zapojení veřejnosti lze i jednoduše schématicky vyjádřit jako vztah mezi zpracovatelem dokumentu a konzultovaným subjektem. Ke každé úrovni zapojení veřejnosti lze přitom také přiřadit celou řadu technik, které je možné na daném stupni použít. Výčet technik ale rozhodně není úplný a uváděné techniky je třeba chápat jako možné či vhodné (ale nikoliv jediné možné).

Informování¹⁾ je jednostranný tok informací od zpracovatele dokumentu ke konzultovanému subjektu. Představuje nejnižší stupeň zapojení a zároveň jej lze vnímat jako nezbytný předpoklad pro realizaci vyšších stupňů.

Techniky vhodné zejména k informování:

- vývěska nebo informační tabule úřadu,
- informační telefonní linka,
- tiskové konference/tisková prohlášení,
- letáky a plakáty,
- publikace a informační brožury,
- výstavy a prezentace,
- e-mailové upozornění,
- adresná korespondence (tištěná i elektronická),
- adresný telefonát,
- informační centra/poradenská centra,
- veřejné slyšení,
- internetový portál,
- média.

Připomínkování je jednostranný tok informací, požadavků, názorů či kritiky od konzultovaných subjektů směrem ke zpracovateli dokumentu. Nemusí se přitom jednat čistě o připomínko-

vání textu, ale patří sem i různé způsoby naslouchání a sběru informací od konzultovaných subjektů.

Techniky vhodné zejména ke zjišťování zpětné vazby (včetně připomínkování):

- dotazníky, průzkumy,
- osobní rozhovory (individuální, skupinové, focus group),
- telefonické rozhovory,
- panel,
- interaktivní výstavy či prezentace,
- připomínkový proces,
- různá šetření v terénu.

Konzultování je obousměrná výměna informací, názorů či podnětů. Rozhodnutí o tom, co se projednává a jakým způsobem budou konzultace vedeny, je zcela v režii zpracovatele. V ideálním případě se konzultování odehrává ve stejný čas a na stejném místě. Znamená to, že všichni účastníci konzultací se sejdou a společně dané téma prodiskutují. Tento typ konzultací můžeme označit jako přímé, uskutečňované tedy tváří v tvář. Samozřejmě existuje množství případů konzultací nepřímých. Ty neprobíhají ve stejný čas nebo na jednom místě. Jsou jimi například různá internetová fóra nebo odborné diskuse v tisku.

Techniky vhodné zejména ke konzultacím:

- veřejné setkání (v různých podobách),
- veřejné debaty,
- konference a semináře,
- internetová diskusní fóra,
- internetový chat,
- happeningové akce.

Partnerství nastává, když zpracovatel dokumentu a konzultované subjekty společně pracují na daném tématu. Konzultovaný subjekt je v rovnocenném postavení vůči zpracovateli dokumentu, i když je nutné přihlížet k tomu, že hlavní odpovědnost má vždycky zpracovatel.

Techniky vhodné zejména k partnerství:

- workshopy,
- pracovní skupiny.

1. 3. Zásady pro zapojování veřejnosti

Včasnost:

zapojování veřejnosti začíná již ve fázi, kdy je formulován popis problému.

Srozumitelnost:

proces zapojování veřejnosti i konzultované materiály musí být pro konzultované subjekty srozumitelné.

Přiměřenost a odbornost:

je třeba volit metody a postupy úměrné a vhodné konzultovanému tématu.

Dostupnost zdrojů:

pro zapojování veřejnosti je třeba předem vyčlenit potřebné kapacity (finanční, lidské, materiální).

Komplexnost:

je třeba připravit, rozvážit celý průběh zapojování veřejnosti, nejen dílčí kroky bez návaznosti.

Transparentnost:

většina dokumentů (obsahových i procesních) by měla být veřejnosti snadno dostupná.

Otevřenost a důvěra:

všechny zúčastněné strany jednají otevřeně, čestně a budují společnou důvěru.

Hledání konsenzu:

všichni zúčastnění jednají s cílem hledat společně přijatelný kompromis, nikoliv přesvědčit ostatní o „své“ pravdě.

■ 2. Manuál

2. 1. Úvod

Materiál „Manuál pro zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů“ (dále jen „manuál“) navazuje na metodiku. Manuál má doporučující charakter. Výběr konkrétních metod a technik zapojení veřejnosti náleží v mezích zákonů zpracovateli dokumentu.

Poskytování informací se přitom musí dít v souladu s právními předpisy a zahraničně politickými zájmy České republiky. Především je třeba přihlídnout k omezením daným zákonem č. 412/2005 Sb., o ochraně utajovaných informací a o bezpečnostní způsobilosti.

2. 2. Příprava na zapojení konzultovaných subjektů

Před samotným zahájením prací na zapojení konzultovaných subjektů je důležité zamyslet se nad některými otázkami, které umožní nahlédnout do širších souvislostí.

- Bude mít připravovaný dokument významný a dlouhodobý environmentální, sociální či ekonomický dopad na veřejnost?
- Může se zvýšit kvalita dokumentu díky příspěvku zainteresovaných zájmových skupin či široké veřejnosti?
- Zajímají se již o dané téma média či širší veřejnost?
- Bude se projednávat komplexní a problematický dokument, ke kterému je třeba získat alternativní pohledy?

Pokud alespoň na jednu z těchto otázek zní odpověď ano, znamená to, že k zapojení konzultovaných subjektů je třeba přistupovat se zvýšenou pozorností.

2. 2. 1. Intenzita a cíle zapojení konzultovaných subjektů

Intenzita zapojení konzultovaných subjektů často vychází z cílů, které si pro konzultační proces zpracovatel stanoví. Některé příklady možných cílů konzultačního procesu:

- zjišťování rozsahu a intenzity vnímání řešeného problému,
- identifikace sdílených hodnot a postojů široké veřejnosti či odborné komunity k připravovanému opatření,
- zmapování a odstranění problémů vyplývajících z předkládaných řešení,
- shromáždění informací a různých úhlů pohledů na dané téma spolu s námitkami a znepokojením z možných dopadů konkrétních řešení,
- zjištění reakcí na alternativy řešení,
- vytvoření kritérií hodnocení mezi vybranými alternativami řešení,
- dosažení konsenzu nad vybraným řešením,
- zvýšení akceptace navrhovaného řešení veřejností,
- vyhnutí se veřejné kontroverzi v médiích či na dalších projednáváních, apod.

2. 2. 2. Komunikační strategie

Zpracovatel rozhodne o postupu či scénáři, který zvolí pro zapojení konzultovaných subjektů, a také o komunikační strategii, která bude celý proces provázet. Při vytváření komunikační strategie zpracovatel zváží, jaké informace hodlá zveřejnit. Pokud je zpracovatel schopen nabídnout konzultovaným subjektům dostatek informací, zvyšuje se pravděpodobnost, že konzultační proces bude kvalitní.

To platí ovšem pouze v případě, že informace, které zpracovatel poskytuje, jsou důvěryhodné, včas podávané, přesné, aktuální, úplné a hlavně jsou přehledné a psané ve srozumitelném jazyce. Zpracovatel se pokud možno snaží vyhnout komplikovaným odborným výrazům nevyplývajícím nutně z povahy problematiky a žargonu. Zpracovatel bere v úvahu, že různé metody komunikace jsou zaměřené na specifické cílové skupiny.

2. 3. Způsoby výběru konzultovaných subjektů

Zpracovatel materiálu by měl již předem vytipovat široký soubor konzultovaných subjektů. Výběr konzultovaných subjektů přitom musí být prováděn transparentně a měl by být podložen argumenty. Skupina konzultovaných subjektů představuje často velmi

nesourodý soubor složený z různých podskupin reprezentujících dílčí zájmy a úkolem zpracovatele je, aby všechny zájmové skupiny a názorové proudy byly vyváženě zastoupeny.

Zpracovatel materiálu si konzultované subjekty vybírá zejména podle míry dopadů připravovaného dokumentu. V praxi často dochází k tomu, že zpracovatel si hned v úvodu vytvoří seznam možných zájmových skupin či jednotlivců působících ve vybraných oblastech a identifikuje jejich pravděpodobné zájmy/výchozí pozice a pravděpodobnou intenzitu jejich zájmu při projednávání tématu. Například je možné vybírat z těchto skupin:

- organizovaná občanská veřejnost (např. nestátní neziskové organizace),
- soukromý sektor (investoři, malí a střední podnikatelé, velcí zaměstnavatelé a jejich asociace),
- akademická obec,
- mezinárodní subjekty (např. zastoupení mezinárodních institucí v ČR),
- odborná veřejnost, laická veřejnost.

Do seznamu zájmových skupin je vhodné zahrnout především aktivní veřejnost v podobě více či méně organizovaných skupin od občanských iniciativ až po neorganizované skupiny obyvatel, jako jsou například matky s dětmi, nízkopříjmové skupiny, přistěhovalci. I když mohou být tyto aktéři proporcčně malí a reprezentovat pouze úzké zájmy, které jsou navíc často kritické, neměl by se zpracovatel vyhýbat kontaktu s nimi, protože mohou být při prosazování svých zájmů o to aktivnější. Zpracovatel by neměl zapomínat, že tyto skupiny nerepresentují celou veřejnost, ale pouze její větší či menší část. Výběr konzultovaných subjektů je také možné rozdělit do více kroků:

- V prvním kroku dojde k vytvoření seznamu všech možných konzultovaných subjektů. Tento seznam může být velmi dlouhý a pro inspiraci lze například využít DataKO³⁾ nebo databázi neziskových organizací na Portálu veřejné správy či rejstříky a seznamy, ve kterých jsou různé organizace vedené na příslušných ministerstvech či obchodních soudech.
- Ve druhém kroku pak zpracovatel může všechny konzultované subjekty rozdělit do několika skupin, například s ohledem na to, jak moc se jich připravovaný dokument může dotknout. V průběhu konzultačního procesu se pak může zpracovatel podle svého uvážení přednostně zaměřit na ty subjekty, které budou daným rozhodnutím ovlivněny nejvíce (přitom ale nesmí opomíjet i ostatní konzultované subjekty).

2. 4. Způsob a scénář zapojení veřejnosti

Každý proces zapojení veřejnosti by měl vycházet z promyšleného a logicky provázaného scénáře/postupu zapojení. Neexistuje žádný univerzálně použitelný model zapojení veřejnosti. Každý postup i metodu je třeba zvolit úměrně k řešenému tématu. Manuál lze využít jak při hodnocení dopadů regulace RIA, tak pro zapojení veřejnosti v případech, kdy není RIA prováděna.

Úkolem zpracovatele je naplánovat postup zapojení veřejnosti do procesu přípravy vládního materiálu krok za krokem. Jedná se zejména o stanovení strategie či scénáře zapojení veřejnosti.

Volba vhodného scénáře zapojení veřejnosti, tj. uvědomění si fází procesu a intenzity zapojení veřejnosti v každé fázi, je zásadní pro kvalitní zapojení veřejnosti a vždy musí odpovídat danému tématu a možnostem zpracovatele.

Časový harmonogram zapojování veřejnosti musí být v případech, kdy se RIA aplikuje, kompatibilní s procesem RIA.

Zpracovatel musí počítat s dostatečnými časovými rezervami a s obdobími, kdy lze s veřejností pracovat pouze omezeně (například letní prázdniny nebo vánoční svátky).

Zpracovatel si je vědom, že kvalitní zapojení veřejnosti je proces, který může být značně časově náročný. Příprava i realizace procesu zapojení veřejnosti se může počítat na měsíce až roky (například pokud se připravují a projednávají důležité rozvojové dokumenty).

Zpracovatel si je vědom, že není vhodné naplánovat několik akcí těsně za sebou. V takovém případě hrozí, že by veřejnost mohla být přetížena a neměla by zájem se akcí účastnit.

■ 3. Seznam a popis metod a technik zapojení veřejnosti

■ Vývěska nebo informační tabule orgánů veřejné správy

Zveřejnění na vývěsce nebo na informační tabuli je vhodný informační prostředek k průběžnému informování o jednotlivých fázích konzultačního procesu, zejména pro lidi bez přístupu k Internetu. Při umísťování informací na vývěsce nebo na informační tabuli je důležité dbát na aktuálnost poskytovaných informací, na jejich srozumitelnost a jednoduchost. Je vhodné zveřejňovaný text upravit přímo pro účely vývěsky nebo umístění na informační tabule, tzn. zkrátit daný text, vhodně jej strukturovat, upravit barevným zvýrazněním nebo dopsanými mezititulky apod. Vzhledem k tomu, že každý úřad využívá většího počtu vývěsek nebo informačních tabulí, doporučuje se umístit informace na všech.

Výhody použití:

Nenáročné na čas a prostředky, možnost prezentovat velké množství informací, velké formáty, např. mapy, tradiční způsob, který mohou ocenit zejména ti, kteří nepracují s moderními technologiemi, povinnost zveřejňovat informace na úřední desce je dána zákonem.

Limity použití:

Vývěsku v praxi aktivně sleduje jen velmi úzká část veřejnosti, sledování úřední desky znamená cestu navíc, je možné zde podávat pouze informace prostřednictvím listinných materiálů, nesrozumitelný úřednický či odborný jazyk, nepřehlednost informací, často vycházející z velkého množství listin umístěných na úřední desku.

Praktické rady:

Zkuste propojit informace na vývěsce s dalšími komunikačními prostředky – pokud zveřejňujete na vývěsce důležitou informaci, upozorněte na ni zároveň na internetu, v místním zpravodaji či dalším médiu, vývěsku používejte jako doplnění informační kampaně – návrh územního plánu, rekonstrukce infrastruktury, to vše si veřejnost nejlépe představí na mapovém podkladu.

■ Tisková konference, tisková zpráva

Prostřednictvím tiskové konference zpracovatel dokumentu sděluje otevřeně informace médiím, která je mohou dále šířit.

Výhody použití:

V případě konference je zajištěna také zpětná vazba a možnost rozšířit informaci o dotaz přítomných. Tisková zpráva zveřejněná zejména po tiskové konferenci je vidět, zejména místní média tak napomohou k propagaci sdělení na veřejnost.

Limity použití:

Omezený prostor pro sdělení informace, tisková konference a tisková zpráva jsou spíše prvotní informací o tom, že se něco událo, děje se či se bude dít. Média si selektivně vybírají témata, která jsou zajímavá pro veřejnost (pokud téma shledají nezajímavým, nebudou o něm dále podrobně informovat).

Praktické rady:

Organizovat tiskové konference pravidelně, případně při každém zásadním rozhodnutí, které bylo uskutečněno v rámci procesu. Využívat svého stálého napojení na místní, regionální i národní média, snažit se, aby se tiskové konference účastnila kromě mluvčího také kompetentní autorita. Tisková konference by měla mít formu oznámení a následné diskuze s novináři, snažit se otevřeně odpovědět i na závažnou či kontroverzní otázku.

■ Tisk, rozhlas a TV

Masmédia umožňují oslovit značnou část veřejnosti. Jedná se o profesionální a vysoce účinný prostředek informování. Každé z těchto médií má své vlastní výhody a nevýhody.

Výhody použití:

Dopad na širokou část veřejnosti, profesionalita tvůrců informačního sdělení.

Limity použití:

U profesionálních celoplošných médií je to především finanční nákladnost, pokud se jedná o inzertní prostor, případně nároky kladené na atraktivitu sdělení zařazeného do programu, omezený prostor pro informace, zejména v TV.

Praktické rady:

Pro samotný proces zapojení veřejnosti je vhodné určit si osobu

odpovědnou za poskytování informací médiím, což umožní předejít nejasnostem a fámám, které mohou vzniknout, pokud informace proudí z úřadu různými kanály. Vytvořit si databázi kontaktů na redakce jednotlivých médií a aktivně oslovovat redakce médií s žádostí o mediální spolupráci při projektu, případně jim aktivně podávat informace o důležitých událostech spojených s činnostmi či projekty. Vydávat tiskové zprávy o plánovaných nebo realizovaných aktivitách.

■ Letáky a plakáty

Informační materiál (leták či plakát), který obsahuje stručnou informaci ke každé fázi procesu (např. stručný výtah navrhovaných vizí, priorit, cílů a opatření) je vhodný pro základní informování o účelu a obsahu zapojování. Tento stručný přehled je vhodně v tištěné podobě poskytnout například na podatelnu úřadu k volnému odběru, distribuovat na seminářích či konferencích. V elektronické podobě je možné jej zveřejnit na internetových stránkách či zaslat emailem. V médiích je pak třeba uvádět, kde všude je tato stručná informace k dispozici.

Výhody použití:

Poměrně nízké náklady na výrobu a distribuci.

Limity použití:

Zejména plakáty představují pouze omezený prostor pro prezentaci informací. Přesycenost informacemi – množství letáků a plakátů, které denně útočí na pozornost veřejnosti, může způsobit apatičnost vůči tomuto způsobu informování.

Praktické rady:

Využívat spolupráce s různými organizacemi a dalšími veřejnými institucemi (knihovny, úřady, nemocnice atd.). Vybudujte si „stálou síť“ možných míst, kam je možné takový plakát umístit. Pozor na informační zahlcení, leták či plakát slouží především k upozornění na dané téma, méně často znamená více, nápaditě, ale jednoduché grafické zpracování pomůže propagovat akci lépe než hustě popsaný a informacemi nabitý plakát. Pro distribuci letáků je možné využít například odborných tiskovin a po dohodě s vydavatelem do nich leták vložit.

■ Publikace a informační brožury

V různých fázích přípravy dokumentu je možné vydávat graficky zpracované informační brožury či publikace, které představí dané téma. Přehledné, kvalitně zpracované infomateriály v této podobě mohou přinést jak nové informace do probíhajícího konzultačního procesu, tak i sloužit k propagaci a přiblížení tématu.

Výhody použití:

Brožury a publikace jsou ilustrativní a zároveň mohou sloužit jako snadno pochopitelný zdroj informací. Hotová brožura či publikace může sloužit v tištěné verzi v infocentrech a na různých úřadech, může být distribuována přímo domácnostem a zároveň může být snadno dostupná na webu pro uživatele sítě internet.

Limity použití:

Nevýhodou mohou být náklady spojené s tvorbou publikace, zejména její tisk, časové nároky na přípravu a vydání publikace. Složitější publikace a obsáhlejší materiály narážejí na neochotu se daným tématem zabývat. Publikace zastarávají. Je vhodné dobře zvážit výši nákladu v tisku.

Praktické rady:

Je důležité dobře rozmyslet, co má brožura obsahovat, pro koho je určena, jak je velká cílová skupina. Je vhodné zhodnotit obsah z hlediska aktuálnosti. Některé informace mohou rychle zastarávat, u takových je proto lepší volit náklad, který je možné v daném časovém úseku distribuovat mezi veřejností.

■ Výstavy a prezentace

Pokud máte k dispozici vhodné prostory, máte dostatek materiálů a chcete veřejnost seznámit s řešeným tématem, uspořádejte výstavu. Pomůže vám představit navrhovaná řešení nebo informovat o problémech, které je třeba řešit. Její ztvárnění a náklady s tím spojené se mohou značně lišit. Záleží zejména na míře profesionality, s jakou má být taková prezentace vytvořena.

Výhody použití:

Výstavní techniky umožní představit téma či připravovaný dokument detailně a do hloubky.

Umožní návštěvníkům lépe se seznámit s prezentovanými informacemi (nejen text, ale i prostorové modely, grafy, plány, schémata atd.). Výstavu je možné uspořádat například ve vstupních prostorách či na chodbách v budově zpracovatele dokumentu, tato možnost je zvláště vhodná, pokud budovu denně navštíví velké množství lidí.

Limity použití:

Vytvořit výstavu vyžaduje někdy jak zkušeného tvůrce, tak zdroje s vysokou prvotní investicí (panely, vitríny, vhodné osvětlení apod.).

Praktické rady:

Samotná výstava potřebuje vlastní propagaci. Při jejím pořádání je vhodné využít kombinaci dalších uváděných metod informování, spojit její vernisáž s nějakou společenskou událostí, pozvat na zahájení zástupce médií, důležité konzultující subjekty, významné osobnosti atp.

Využít různé způsoby prezentace, texty, fotografie, grafy a schémata, 3D modely jako jsou makety nebo modely, případně modely tvořené počítačem, audiovizuální techniku – video smyčka, prezentace v powerpointu atd. Při realizacích projektů sbírat a dokumentovat veškeré materiály, které se později mohou hodit. Pokusit se získat zpětnou vazbu, zejména pokud se jedná o budoucí projekt, může se výstava stát prostředkem konzultace s veřejností.

■ Adresný dopis/telefonát

V případě zájmu oslovit přímo vybrané konzultované subjekty a zajistit tak jejich účast. Je vhodné využít formy adresného dopisu či telefonátu. Je možné ho použít při organizaci veřejného setkání, pracovní skupiny apod.

Výhody použití:

Osobní a cílená forma komunikace, která v případě adresného telefonátu umožňuje i okamžitou reakci adresáta. Efektivnost této metody je velmi vysoká. Adresát je potěšen zájmem o svoji osobu (organizaci) a pravděpodobně se bude účastnit.

Limity použití:

Nevýhodou mohou být náklady spojené zejména s adresným telefonátem, často je obtížné získat kontakty přímo na konkrétní osoby (zejména u organizací).

Praktické rady:

Tuto metodu se doporučuje použít při oslovování klíčových účastníků. V adresném dopise je vhodné adresáta požádat o potvrzení jeho účasti.

■ E-mailové upozornění/hromadná korespondence

E-mail umožňuje prostřednictvím internetové sítě jednotlivě nebo hromadně oslovit konkrétní občany a další a sdělit jim potřebnou informaci.

Výhody použití:

Malé náklady ve srovnání s využitím klasické pošty, možnost zasílat i velké množství informací, vkládat obrázky a další formy příloh, přímé oslovení potřebných kontaktů.

Limity použití:

Ne všichni využívají výpočetní techniku nebo mají přístup k internetu. E-mail je pouze informativní a není možné jej použít pro úředně ověřené sdělování informací. Dostupnost kontaktních adres oslovovaných, problémy tvorby databází kontaktů z hlediska zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

Praktické rady:

Při každé komunikaci v daném tématu je vhodné budovat si databázi kontaktů na osoby, které mají o dané téma zájem a vyslovily svůj souhlas být zařazeny do databáze za účelem informování.

■ Informační telefonní linka

Široká veřejnost se zde může interaktivním způsobem informovat a zároveň i vznášet podněty, připomínky, dotazy.

Výhody použití:

Na jednom místě lze poskytnout relativně velké množství informací. Je k dispozici téměř nepřetržitě (v extrémním případě i jako nonstop linka). Možná anonymita osoby vznášející dotaz –

někteří lidé jsou v přímém vyjádření názorů ostýchaví. Kontakt s občanem je veden formou rozhovoru, což je pro občana často lepší forma než pasivní příjem informací (z tiskovin apod.).

Limity použití:

Tato metoda není vhodná u příliš komplexních a odborných témat (nutnost odborné znalosti ze strany personálu). Šíření informací vyžaduje aktivní přístup ze strany veřejnosti, zejména při dlouhodobějším použití rostou náklady na její realizaci (nutnost zaměřenosti/vyčlenit pracovníky atd.). V určitých momentech hrozí přetížení linky (naráz bude hledat informaci hodně zájemců) a nespokojenost ze strany uživatelů. Nelze se vyvarovat telefonátů, které se věcně netýkají konzultovaného materiálu, což může zbytečně zatěžovat pracovníky zpracovatele.

Praktické rady:

Dávat přednost operátorům na telefonní lince před hlasovými automaty. Při sběru podnětů od veřejnosti je vhodné i poskytnout zpětné vazby (jak bylo s podnětem naloženo). Dobré je informační linku kombinovat s dalšími informačními zdroji (internetový portál, brožury, letáky, články v tisku). Informační linka bude úspěšná pouze v případě dostatečné propagace. Povědomí o její existenci je dobré cíleně šířit cílovým skupinám. Uživatelsky komfortní je zřízení bezplatné linky (800...).

■ Informační/poradenská centra

Umožňují získání všech dostupných informací na jednom místě. Pracovníci centra navíc mohou klientovi blíže poradit a poskytnout i další doplňující informace. V těchto centrech je také zpravidla zřízena možnost předat připomínky a podněty od veřejnosti zpracovatelům dokumentu.

Výhody použití:

Soustředění informací na jednom místě. Informační/poradenská centra se zpravidla více věnují jednotlivým problematikám a mohou tak poskytovat komplexní služby.

Limity použití:

Vznik i provoz centra je velmi nákladný. Centrum může být pro některé specifické skupiny hůře dostupné.

Praktické rady:

Pokud to téma dovolí, je možnost využívat i síť různých center rozmístěných po celé České republice.

■ Veřejné slyšení

Veřejné slyšení je forma informování o problému bez možnosti přímých vstupů veřejnosti.

Výhody použití:

Jednoduchost, nižší finanční náročnost.

Limity použití:

Neexistence zpětné vazby.

Praktické rady:

Doporučený počet účastníků panelu je přibližně pět, moderátor jim pouze předává slovo, aby mohli poskytovat informace.

■ Internetový portál

Webové stránky poskytují prostor pro zveřejnění veškerých souborů digitálních dat. Stávají se tak dostupné ve virtuálním prostoru elektronické sítě internet.

Výhody použití:

Snadná a jednoduchá forma zveřejnění informací. Časová nenáročnost vkládání informací, možnost tvořit statistiku sledovanosti zveřejňovaných informací, možnost vytvořit graficky přitažlivé a uživatelsky přívětivé prostředí pro předání informace.

Limity použití:

Omezená dostupnost internetu pro některé cílové skupiny. Zejména starší občané a sociálně slabší často s výpočetní technikou nepracují.

Sledovanost webových stránek, finanční náročnost na pořízení a provozování graficky a technicky přívětivého uživatelského systému.

Praktické rady:

Snažit se využívat různé nástroje, které internet nabízí, pouhé poskytování informací je jen jednou z možností. Odkaz na internetový portál lze umístit na webové stránky, které se daným tématem zabývají (v tomto směru je možné požádat o odkaz na webových stránkách i různé konzultované subjekty). Na webových stránkách zpracovatele by se měly objevit zejména tyto informace:

- harmonogram zpracovávání dokumentu,
- seznam konzultovaných subjektů,
- případné složení pracovní skupiny – jako kontakt se uvede neosobní e-mailová adresa,
- termín veřejných setkání,
- stručné shrnutí hlavních bodů materiálu v rozsahu 1–2 stránek (o čem materiál je, jaké sleduje cíle, jaké bude mít dopady),
- pravidla podávání připomínek,
- termín pro zasílání připomínek,
- související legislativa ČR a EU,
- připomínkový list – včetně informace, kam se dají připomínky zasílat (e-mail, fax, poštovní adresa),
- průběžné pracovní verze dokumentu včetně otázek, na které má veřejnost odpovědět,
- kontakt pro případné dotazy (e-mail),
- viditelně označená aktuální verze dokumentu,
- zpráva o způsobu zapojování veřejnosti,
- konečná verze materiálu.

■ Názorové průzkumy (ankety, rozhovory, atd.)

Existuje široká škála metod, jak získat od veřejnosti odpověď na otázky spojené s řešenou problematikou. Průzkumy umožňují získat zobecnitelné informace o reprezentativním vzorku populace. Záleží na tom, jak úplnou a vypovídající odpověď chce zpracovatel získat. Jednoduché metody, například anketní otázky v novinách či na webových stránkách, lze používat bez profesionální asistence. Získání komplexnějších informací, jejich zpracování a interpretace vyžadují podporu odborníka na sociologický výzkum.

Výhody použití:

Je možné získat informace o tom, jaké jsou názory a postoje k řešené problematice celé populace či vybraných cílových skupin (v případě sociologického šetření). Anonymita dotazovaných v průzkumu zajišťuje, že lidé vysloví svůj skutečný názor. Průzkum může posloužit pro volbu určitých variant řešení. Fáze sběru dat může zároveň posloužit jako součást propagace daného tématu.

Limity použití:

V případě komplikované tematiky nelze zaručit, že dotazovaní skutečně porozumí otázkám. Způsob položení otázky může předem ovlivnit názory lidí. Pokud chce zpracovatel získat od veřejnosti opravdu vypovídající informace, je takový průzkum poměrně nákladnou záležitostí.

Praktické rady:

Je vhodné kombinovat více druhů výzkumu, například dotazníkové šetření a rozhovory k průzkumům a šetřením. Je možné využít i služeb renomovaných agentur, je však nutné počítat s navýšením nákladů na zpracování materiálu.

■ Rozhovory (individuální, skupinové, focus group)

Slouží k získání informací kvalitativního charakteru. Často se využívají pro získání hlubšího vhledu do řešené problematiky či hlubšího pochopení názorů různých zájmových skupin.

Výhody použití:

Získání detailních informací.

Limity použití:

Finanční náročnost.

Praktické rady:

Je vhodné využít i služeb renomovaných agentur.

■ Občanský/expertní panel

Pro potřebu daného tématu je svolán panel, který mohou tvořit buď aktivní občané nebo odborníci na danou oblast. Jeho složení by ale mělo být různorodé. Úkolem účastníků je poskytovat zpětnou vazbu a názory na řešenou problematiku.

Výhody použití:

Panel díky svému různorodému složení zajišťuje zastoupení různorodých názorových skupin. Menší množství účastníků panelu umožňuje efektivní komunikaci ve skupině. I v případě, že se jedná o komplikovanou problematiku, bude panel schopen poskytovat zadavateli kvalifikovanou konzultaci zastupující názory veřejnosti.

Limity použití:

Vytvoření a vedení panelu je spojené se zvýšenými náklady

na služby odborníků. Vyšší náklady mohou být spojeny i s drobnou finanční odměnou pro účastníky panelu (zvláště pokud se schází pravidelně delší dobu).

Praktické rady:

Pro práci a fungování panelu je zapotřebí zajistit vhodné podmínky – je třeba zajistit prostory, kde bude možné se ve vhodný čas scházet – pro odborníky (nejčastěji z řad zpracovatele), kteří členy panelu s danou problematikou seznámí i nezávislého prostředníka, který povede jednání panelu. Je nutné stanovit jasný a transparentní mechanismus výběru účastníků panelu a prezentovat jej veřejnosti.

■ Připomínkový proces (poštou, elektronicky, sms)

Veřejnost může k navrhovaným řešením přidat své komentáře.

Výhody použití:

Veřejnost má naprostou volnost v tom, jaké připomínky k daným řešením její zástupci vnesou. Tyto formy připomínkování nejsou omezující pro nikoho.

Limity použití:

Vyžaduje předchozí znalost tématu. Velká část připomínek je nepoužitelná, respektive se nevztahuje k řešené problematice.

Praktické rady:

Kombinovat s informačními technikami, které zajistí propagaci tématu. Doplnit o jiné formy připomínkování a konzultování.

■ Šetření v terénu

Technika, která využívá práci v terénu. Veřejnost (odborná či laická) v doprovodu zpracovatele dokumentu a dalších zainteresovaných osob, procházejí místy, která mají vztah k řešené problematice a například přímo na místě diskutují o navržených řešeních, případně sami přinášejí své podněty (např. pokud se bude jednat o změny v bezpečnosti silničního provozu, je možné šetření uskutečnit na místech s hustým provozem a nízkou bezpečností provozu).

Výhody použití:

Pohyb přímo v řešeném území přispívá ke kreativě a nápaditosti možných řešení. O možných řešeních je možné diskutovat přímo v místě. Společný zážitek místa je dobrým základem pro vzájemné porozumění. Procházka je mnohdy atraktivnější než pozvání do oficiálních prostor úřadu, je to krok směrem k veřejnosti.

Limity použití:

Omezená kapacita, pokud má být zachována možnost smysluplně komunikovat je nutné tvořit menší skupiny. Zajištění bezpečnosti účastníků šetření na exponovaných místech.

Praktické rady:

Zpracovatel volí vhodný čas mimo pracovní dobu. Připraví s sebou vhodné podklady. Zpracovatel zaznamenává všechny podněty, které od skupiny přicházejí, případně procházku zakončí rekapitulací připomínek.

■ Veřejné setkání

Veřejné setkání je setkání zpracovatele s velkým počtem konzultovaných subjektů. Slouží k poskytnutí základních informací o jasně vymezeném problému, k získání názoru veřejnosti a sběru připomínek a podnětů i k diskusi či společnému hledání řešení. Využití této formy je možné v různých fázích procesu a existují různé formy veřejných setkání. Za veřejné setkání se považuje veřejné slyšení, veřejné projednání, semináře, konference u kulatých stolů apod. Například veřejného projednání se účastní zástupci zpracovatele, kteří vysvětlují lidem daný problém. Současně mohou lidé otázkami aktivně vstupovat do procesu. Konání veřejného setkání je třeba dostatečně včas oznámit (minimálně měsíc předem).

Výhody použití:

Je otevřené každému, kdo se o dané téma zajímá. Přímá komunikace mezi veřejností a zpracovatelem dokumentu či jinými veřejnými rozhodovateli. Setkání lze zorganizovat relativně rychle a levně (ale výsledkem podceněné propagace setkání může být chabá účast).

Limity použití:

Někteří účastníci veřejného setkání je dokáží úplně dezintegrovat, proto je nutno citlivě řídit. Časový prostor pro jednání je v případě veřejných setkání vždy krátký – nikdy nelze vyslechnout úplně každého. Ne všichni účastníci jsou schopni řečníci,

případně nemají odvahu se veřejně projevit. Veřejná setkání často opanují organizované nátlakové skupiny nebo významní jednotlivci, málokdy se tak podaří na setkání přizvat posluchače napříč celou obcí.

Praktické rady:

Vhodně zvolit téma veřejného setkání buď k rozsahu celého materiálu, nebo k jeho vybraným okruhům. Jasně určit cíl veřejného setkání (při stanovení cíle je potřeba realisticky odhadnout, čeho je možné v omezeném čase dosáhnout).

V dostatečném časovém předstihu stanovit vhodný termín (obvykle v pracovní den po pracovní době, nevhodné jsou pátky či dny před svátky). Připravit pozvánku a program veřejného setkání umožňující dostatečný časový prostor pro diskusi.

Zajistit vhodné a zkušeného moderátora diskuse (nezávislého a neustranného), který bude schopen vést efektivním a nekonfrontačním způsobem průběh jednání.³⁾ Zajistit technické a organizační zabezpečení vybraných prostor. Připravit podkladové materiály (podrobný program, informační materiál o daném dokumentu atd.) a informovat veřejnost, kde je možné je získat. S dostatečným předstihem informovat média.

Zajistit sběr připomínek a informovat veřejnost, jakým způsobem budou vypořádány jejich připomínky včetně způsobu jejich zpřístupnění. Je vhodné umožnit lidem podávat připomínky alespoň po dobu následujících tří týdnů ode dne uspořádání veřejného setkání. Zajistit, aby všechny zainteresované subjekty měly stejnou možnost zapojování (např. spolupráce se zdravotně znevýhodněnými lidmi, kdy je nutné zajistit bezbariérový přístup na jednání nebo tlumočení do znakové řeči).

Veřejné setkání je dobré kombinovat s dalšími technikami, které jednak propagují záměry zpracovatele a zároveň prohlubují spolupráci úřadu a veřejnosti a umožňují zkvalitnění zpětné vazby.

■ Veřejné debaty a diskusní fóra

Veřejné debaty a diskusní fóra se často otevírají nad určitým tématem s úmyslem zapojit do veřejné debaty specifické skupiny obyvatel (staří lidé, minority atp.). Představují tak platformy, které poskytují prostor pro setkávání a diskusi o jednotlivých řešeních s jinak těžko dostupnými cílovými skupinami.

Výhody použití:

Možnost získat řadu nových nápadů a řešení, se kterými se dříve nepočítalo. Možnost oslovit sociálně znevýhodněné skupiny obyvatel a připravit veřejnou debatu dle jejich potřeb.

Limity použití:

Kontaktovat některé skupiny obyvatel představuje někdy komplikovaný problém, který vyžaduje citlivý přístup. Komunikace s těmito skupinami má svoje úskalí a zástupci úřadu by měli respektovat případné odlišné postoje a hodnoty těchto skupin.

Praktické rady:

Diskusní fóra se mohou samozřejmě otevírat pro potřeby skupin obyvatel, specifických týmů, že pocházejí z cílové lokality nebo týmů, že sdílí určité specifické zájmy. Je dobré v tomto ohledu spolupracovat s odbory úřadu nebo organizacemi, které se věnují práci se specifickými skupinami.

■ Konference

Pokud představuje dané téma komplikovanou a komplexní problematiku, je třeba jí veřejnosti nejprve osvětlit. V průběhu konference se veřejnost může seznámit s řešenou problematikou prostřednictvím různých konferenčních příspěvků. V ideálním případě v rámci konference probíhají i pracovní semináře či workshopy, kde je možné diskutovat i dílčí témata a zúčastnění mohou aktivně vstupovat do diskuse. Po úvodní informaci poskytnuté v plénu se účastníci rozdělí do tematicky zaměřených seminářů a na konci konference jsou závěry každé pracovní skupiny prezentovány celému plénu. Při rozdělování účastníků do menších pracovních skupin je nutné dodržovat relevantní počet diskutujících ve skupině, aby se zachovala schopnost efektivní diskuse (např. 7–15 osob).

Výhody použití:

Hlubší pochopení problematiky ze strany zúčastněné veřejnosti. Možnost navázat na program a získat zpětnou vazbu od poučené veřejnosti.

Limity použití:

Omezená kapacita takovéto akce, nároky na zajištění přednáše-

jících a programu konference nebo vedení semináře.

Praktické rady:

Pořádat akce co nejbližší veřejnosti a ve správných časech. Dbát na speciální potřeby veřejnosti, upravit program laikům, vyhýbat se zbytečně technickému jazyku.

■ Internetová diskusní fóra

Internetový portál je možné využít i k obousměrné komunikaci s veřejností. Nejčastějšími případy jsou internetové chaty a diskusní fóra. V případě chatu se zpravidla jedná o komunikaci v reálném čase, kdežto u diskusních fór je obvyklá prodleva mezi otázkou a odpovědí. Otevírá se tím prostor pro vyjádření i nejšířší laické neorganizované veřejnosti.

Diskuse/fórum se zřizuje vždy k jednomu konkrétnímu tématu nebo materiálu. Příspěvky zaslané do diskuse jsou zobrazovány automaticky na webových stránkách, současně jsou zasílány do e-mailové schránky moderátora diskuse. Příspěvky, které nekorespondují s tématem nebo jsou urážlivé a výsměšné, mohou být moderátorem diskuse odstraněny. Je rovněž na zvážení moderátora, zda odpoví zasláteli příspěvku přímo e-mailem. Materiál lze rovněž propagovat a konzultovat prostřednictvím sociálních sítí jako je Facebook či Twitter.

Výhody použití:

Nízké provozní náklady, přehlednost a transparentnost (vše zůstává na internetu), portál a záznam diskuse je dostupný v kteroukoliv dobu.

Limity použití:

Omezený přístup k internetu, zvláště pro určité skupiny obyvatel, případná manipulovatelnost (vymazání některých příspěvků apod.).

Praktické rady:

Diskusní fórum je možné doplnit třeba o orientační internetové hlasování či ankety, kde se na webové stránky umístí on-line formulář s libovolným počtem dotazů i odpovědí, ty mohou uživatelé internetu kdykoliv zodpovědět.

■ Happeningové akce s interaktivními prvky

Happening poskytuje na jeden i více dní zázemí pro společné setkání a tvorbu návrhů a nápadů. Přítomnost odborníků a zástupců zpracovatele zabezpečuje zpětnou vazbu i možnost pro diskuse a konzultace. Vhodné je využívat happeningové akce, které pořádá někdo jiný a které jsou tematicky příbuzné řešenému tématu (např. v průběhu akce směřující k ochraně životního prostředí je možné uspořádat pro účastníky debatu o nakládání s odpady).

Výhody použití:

Happening je poměrně dosažitelný pro značnou část veřejnosti a může se jej účastnit větší množství lidí. Svou povahou je happening atraktivnější a dokáže přitáhnout pozornost lidí, kteří se běžně o činnost úřadu nezajímají.

Limity použití:

Náročná na organizaci a finanční zabezpečení celé akce. Organizátoři akce nebudou chtít umožnit prezentaci či diskusi zpracovávaného dokumentu.

Praktické rady:

Zajistit přítomnost osob důležitých pro rozhodování. Čím ilustrativnější či hmatatelnější metodu zpracovatel zvolí, tím lépe bude moci veřejnost vyjádřit své pocity. Rozšíření programu o zábavné prvky zvýší atraktivitu celé akce.

■ Workshopy

Česky také tvůrčí dílny. Vytvářejí dočasný prostor, kdy veřejnost společně s odborníky tvoří návrhy budoucích řešení. Workshop je specifická technika, kterou lze uplatnit také v rámci konzultativních metod (konferencí, happeningů).

Výhody použití:

Přímá komunikace a spolupráce zúčastněných stran. Umožňují důkladné zhodnocení variant řešení.

Limity použití:

Omezená kapacita a časová náročnost. Potřeba zkušeností s přípravou a vedením workshopu.

Praktické rady:

Počet účastníků workshopu je omezený, aby se zachovala efektivní diskuse (obvykle do 15 osob).

Workshop by měl vést zkušený facilitátor.

■ Pracovní skupiny

Na rozdíl od workshopu se pracovní skupina schází pravidelně a soustavně pracuje na stanovených úkolech. Danému tématu se věnuje dlouhodobě a koncepčně, stanovuje si cíle a způsoby řešení. Pro součinnost často využívá externích služeb analytiků, hodnotitelů ale také facilitátorů jednání.

Výhody použití:

Pracovní skupina umožňuje věnovat se komplikovaným tématům do hloubky. Její výstupy a závěry je možné přímo aplikovat či použít při návrhu řešení. Analytické podklady potřebné pro činnost pracovní skupiny mohou být dále využitelné.

Limity použití:

Relativně vysoké náklady na fungování pracovních skupin. Činnost v pracovních skupinách klade velké časové nároky na účastníky procesu. Potřeba zajistit nezávislé vedení a vyhodnocení výstupů pracovních skupin.

Praktické rady:

Určit cíl pracovní skupiny – včetně rozsahu práce, práv a zodpovědností – je jasně stanoven.

Vztah mezi pracovní skupinou a zpracovatelem materiálu a míra závazku ze strany zpracovatele z hlediska pravidel akceptace doporučení pracovní skupiny je předem jasně stanovena. Členství v pracovní skupině koresponduje s jejím cílem. Odpovídající

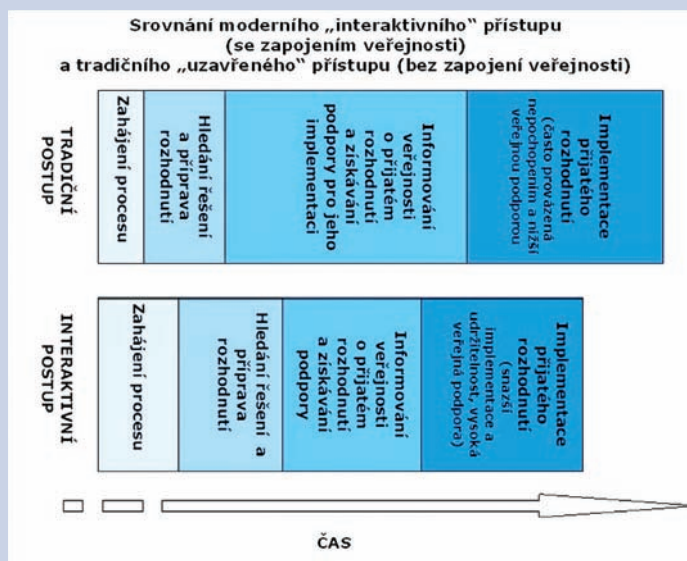
zdroje pro práci pracovní skupiny jsou jasně vymezeny (administrativní podpora, finanční prostředky atd.). Členové pracovní skupiny mají stejný přístup k informacím jako tým zpracovatele materiálu (na vyžádání se informace každému poskytnou).

Poznámky:

¹⁾ Pilotní projekt pro ověření funkčnosti metodiky jednoznačně prokázal, že bez kvalitní informační kampaně je zájem veřejnosti o konzultace minimální.

²⁾ DataKO je název pro databázi nevládních organizací. V této databázi jsou veřejně přístupné organizace, které vyjádřily ochotu spolupracovat s orgány státní správy, na přípravě materiálů legislativní i nelegislativní povahy. Úřady mají možnost vybrat si při přípravě materiálů v databázi nevládní organizace a projednat s nimi připravované materiály.

³⁾ V některých případech je užitečnější vybrat tzv. facilitátora, což je odborník na vedení diskuse, panelu, či dialogu. Jeho role spočívá v nestranném aktivizování účastníků diskuse, odpovídá tudíž za průběh procesu, nikoliv za obsah. Facilitace obecně je relativně nedirektivní, participativní a strukturovaný proces vedení skupinových diskusí. Moderace je v porovnání s facilitací direktivnější a méně participativní.



■ 4. Dobré praxe na webu Ministerstva vnitra

Ve dnech 9.–11. února 2010 se v Táboře uskutečnila 6. Národní konference kvality. V rámci odborné části konference proběhla také sekce s názvem **Komunikace s veřejností**. Tato sekce představila moderní metody zapojování veřejnosti, byly zde prezentovány významné soutěže, které se v České republice na toto téma pořádají a některé dobré praxe z různých koutů České republiky. Prezentace je možné stáhnout na adrese www.mvcr.cz/kvalita v kapitole 2. – Národní konference kvality ve veřejné správě. K dispozici ke stažení jsou následující prezentace: *Ivana Bursíková*: Obecné přístupy ke komunikaci; *Kamil Kubiš*: Veřejně na veřejné prostory; *Roman Haken*: O lidech s lidmi; *Josef Jalůvka*, *Ivana Rašková*: Praxe vítěze soutěže O lidech s lidmi; *Oldřich Kužilek*: Soutěž Otevřeno x Zavřeno; *Hájková Iva*: Komplexní a systémová pod-

pora komunikace s veřejností; *Pavel Šafařík*: OIC – klientské centrum radnice; *Dagmar Smrčinová*: Akční plánování s veřejností pro rozvoj města.



Kontakt

Ministerstvo vnitra,
odbor efektivní veřejné správy,
náměstí Hrdinů 3, 140 21 Praha 4
www.mvcr.cz/konzultace
www.mvcr.cz/datako
www.mvcr.cz/kvalita
Mgr. Karel Blaha, blaha@mvcr.cz

Efektivní veřejná správa – Newsletter 1/2010

Připravuje odbor efektivní veřejné správy Ministerstva vnitra ČR, Náměstí Hrdinů 3, 140 00 Praha 4. Ředitelka odboru Ing. Štěpánka Cvejnová stepanka.cvejnova@mvcr.cz. Toto číslo připravili Ing. Štěpánka Cvejnová, Mgr. Karel Blaha, tel: 974 816 273 blaha@mvcr.cz ve spolupráci s redakcí Veřejné správy. Odpovědný redaktor PhDr. Jiří Chum, grafická úprava Zuzana Jeřábková. Vychází jako příloha čtrnáctideníku Veřejná správa.