



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE OBCE TŘEŠTINA



a

Mikroregionu Mohelnicko

na roky 2020 - 2024

© 2020 MIKROREGION MOHELNICKO,

PROCES, EXPERTNÍ ČINNOSTI A EDITACE
©2020 E CONSULTING E.U.R., S.R.O.

Tento strategický střednědobý komunikační plán vznikl jako jeden z výstupů projektu „Přívětivé úřady obcí Mohelnického regionu“, CZ 03.4.74/0.0/0.0/18_092/0014416 podpořeného z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky.

Obsah

Úvod	 3
Výchozí podmínky	 4
Vysvětlení výrazů a popis procesu	 5
Strategický plán komunikace Obce Třeština	 11
Strategický plán komunikace Mikroregionu Mohelnicko	 15
Evaluace, aktualizace a shrnutí	 22
Přílohy	 23

1 Úvod

Tato střednědobá komunikační strategie obce Třeština je výtahem ze souhrnné strategie obcí mikroregionu a Mikroregionu Mohelnicko. Po úvodu, popisu výchozích podmínek a vysvětlení výrazů následuje komunikační strategie obce Třeština, po ní je pak zařazena Komunikační strategie Mikroregionu Mohelnicko.

Mikroregion Mohelnicko je funkční svazek 14 obcí, které spolu a v úzké spolupráci s Místní akční skupinou Mohelnicko pečují o všechny oblasti života a rozvoje na svém území.

Komunikace v obcích a mikroregionech se obvykle „neřeší“. I tato strategie má zadán jako hlavní předepsaný cíl zlepšit sdělování od úřadů obcí a měst směrem k občanům a veřejnosti. To samozřejmě splňuje, ale v průběhu jejího zpracování vyvstala řada dalších otázek nejenom týkajících se „komunikačních kanálů“- často vnímaných převážně technicky (místní rozhlas, internet), ale také prostředí, v němž komunikace probíhá, získávání zpětné vazby od cílových skupin a celkové komunikační atmosféry s ohledem na sociální kapitál umožňující život v obcích a mikroregionu a na jejich přežití. A dnes se ukazuje, že k tomu bude potřeba zapojit daleko více občanů a dalších aktérů než jenom zastupitelstva a úřady obcí.

Protože strategie vznikala za pandemie koronaviru, nebylo možno ji zejména v analytické části pojmut „osobně“ a řízené rozhovory probíhaly po telefonu a s využitím on-line konferencí. Přesto se domníváme, že výsledný dokument ukazuje nejenom problémy, ale zejména cesty k obnovení sousedského a oboustranně naslouchajícího prostředí v obcích, kdy nepůjde jenom o strohé sdělování informací, ale o vstřícnou oboustrannou a aktivní komunikaci jako prostředek kvality života a dalšího rozvoje. Z pohledu mikroregionu pak, jak doufáme, ukazuje strategie nejenom příklady dobré praxe hodné následování, ale dává i možnosti konkrétních kroků, jak může mikroregion přispět k vytvoření živého komunikačního prostředí ze své úrovně svazku obcí.

2 Výchozí podmínky

Na území mikroregionu žije cca 18 tisíc obyvatel ve 14 obcích, z nichž dominantní město Mohelnice má více než 9 tisíc obyvatel a je jako obec s rozšířenou působností nejen správním centrem území, ale i místem, v jehož průmyslových podnicích pracuje značná část obyvatel Mohelnicka. Dalšími dvěma městy na území jsou Loštice (cca 3000 obyvatel) a Úsov (1200 obyvatel). Katastry měst a dalších 11 obcí, jejichž populace je mezi 135 (Stavenice) a 1300 (Moravičany) pokrývají rozlohu mikroregionu cca 180 km². Ze 14 sídel mají 4 neuvolněného starostu či starostku.

	počet obyvatel 1.1.2020	Rozloha v km ²	statut obce	počet částí obce	starosta	počet členů zastupitelstva
Klopina	622	12,95	obec	2	uvolněný	9
Krchleby	174	6,9	obec	1	neuvolněný	7
Lišnice	401	9,74	obec	2	uvolněný	8
Loštice	2938	12	město	3	uvolněný	15
Maletín	391	18,56	obec	3	uvolněný	9
Mírov	354	13,6	obec	1	uvolněný	7
Mohelnice	9173	12,15	město	8	uvolněný	21
Moravičany	1302	46,21	obec	3	uvolněný	9
Palonín	338	5,37	obec	1	neuvolněný	7
Pavlov	657	24,06	obec	7	uvolněný	11
Police	204	5,63	obec	1	neuvolněný	7
Stavenice	135	6,49	obec	1	neuvolněný	7
Třeština	386	5,43	obec	2	uvolněný	7
Úsov	1158	9,31	město	2	uvolněný	15

Tab1 Obce mikroregionu Mohelnicko

Některé z obcí jsou tvořeny větším počtem místních částí (Pavlov, Mohelnice), což znesnadňuje komunikaci. U místních částí je silně vnímaná místní identita bývalých samostatných obcí, jejich občané bedlivě sledují distribuci rozvojových prostředků i podporu aktivit a na centrální sídlo města či obce někdy hledí „přes prsty“, někdy i neoprávněně kritizují. Malé obce s neuvolněnými starosty mají složitější podmínky zejména s ohledem na náklady nutné pro pořízení, nastavení a provoz technických komunikačních kanálů.

3 Použité výrazy a popis procesu

Použité výrazy

Účastníci komunikace a cílové skupiny komunikace

Účastníky komunikace jsou všichni občané v mikroregionu, i když v rozdílných rolích. Dále pak všechny subjekty v obcích, ať veřejnoprávní (zastupitelstva, školy, školky), soukromé (podnikatelé a živnostníci) či neziskové (typicky spolky).

Institucionálně jsou účastníky komunikace za mikroregion jeho předsednictvo a správa (kancelář) a správa obcí zastoupená obecními/městskými zastupitelstvy a obecními/městskými úřady na straně iniciátorů komunikačních aktivit.

Cílovými skupinami komunikace rozumíme osoby či subjekty (fyzické či právnické osoby podnikající v určitém oboru, spolky a neziskové organizace), případně i neformální sdružení, které mají určitý zájem a zároveň určitý vliv ve veřejném prostoru mikroregionu nebo obce. Zvláštní pozici mezi veřejnoprávními subjekty mají školy a mateřské školy.

Z pohledu mikroregionu (jako svazku obcí) jsou hlavní cílovou komunikační skupinou starostové, respektive zastupitelstva obcí. Důležitou cílovou skupinou komunikace v rámci mikroregionu jsou zemědělci a zemědělské podniky, protože jejich činnost bezprostředně ovlivňuje krajinu, životní prostředí, zejména vodu a půdu, a tím také kvalitu života obyvatel regionu, a to ve většině případů na územích, která zasahují do katastrů několika různých obcí v regionu.

Neziskové organizace a spolky mohou být buď zaměřeny na obecní problémy či komunitu, nebo mají pole působnosti širší - pak by měly být vnímány jako možní partneři mikroregionu.

Při uvažování o komunikačních aktivitách v obcích v malých sídlech vyhraněné cílové skupiny nebudou a na straně příjemců komunikačních aktivit směrem do obce budou všichni občané.

Ve větších obcích s větší pluraritou názorů a většími skupinami se stejnými zájmy, kde je zároveň menší vzájemná znalost všech se všemi, jsou typické cílové skupiny matky s dětmi, senioři a teenageři, podnikatelé (poskytovatelé služeb či zaměstnavatelé místních lidí...) a zemědělci. Tyto skupiny mohou být rozšířeny dle specifických podmínek daného sídla a jeho komunity.

Komunikační kanály

Komunikačními kanály rozumíme způsoby a prostředky komunikace, tedy sdělování. V současnosti jsou k dispozici směrem od úřadu vedle osobní komunikace úřední desky, tištěné zpravodaje, letáky, plakáty a oběžníky. Z technických a technologických prostředků jsou to místní rozhlas na různé technické úrovni, sms zprávy, web strany obcí a sociální sítě, zejména facebook. Klesá obecně význam veřejných schůzí zastupitelstev jako komunikačních prostředků, ve většině obcí na ně totiž nechodí dost občanů. Je to škoda, protože právě přímá komunikace je nástrojem, který by měl být na venkově nejenom podporován a udržován, ale také cíleně rozvíjen.

Komunikace z mikroregionu do obcí

Mikroregion, právě proto že funguje v úzké součinnosti s místní akční skupinou, má možnosti komunikovat nejenom se starosty, zastupitelstvy a úřady obcí, ale i s dalšími subjekty, ať už spolky, podnikateli a zemědělci, a vlivem aktivit realizovaných na území vlastně dokáže zatím nepřímo (například zřízením nedávno otevřené cyklotrasy) působit i na všechny občany na svém území. Za této příznivé situace se otevírají další možnosti oslovovat také občany celého mikroregionu, zejména podporovat jejich chuť k setkávání a zapojování se do obecních rozvojových aktivit i meziobecního setkávání.

Komunikace z obcí k vlastním občanům, subjektům a k mikroregionu

Komunikací do obcí rozumíme přenos informací od širšího vedení a aparátu obce/města k občanům, dalším subjektům, případně cílovým skupinám.

Typy komunikace jsou vedle přímé komunikace ve formě osobního nebo telefonického rozhovoru písemná on-line sdělení formou sms zprávy, dále pak zveřejnění na úřední desce nebo na webu a v obecním zpravodaji. Specifickým zdrojem sdělování je sledování práce zastupitelstva a komunikace s ním v průběhu veřejných schůzí, případně veřejné schůze s občany většinou tematicky zaměřené. Zvláštní charakter má oznámení formou hlášení rozhlasu, jež se může zájemcům posílat i na telefon ve formě sms. Komunikace s využitím internetu zahrnuje vedle web stran obce i sociální sítě.

Interaktivní formou komunikace jsou komunitní aktivity, na něž jsou pozváni občané obce/města nikoliv jako posluchači, ale jako aktivní aktéři, kteří se v rámci skupiny či týmu spolupodílejí na formulaci potřeb při rozvoji, či na konkrétním řešení veřejného prostoru.

Nositelé komunikace směrem k občanům, podnikatelským a neziskovým subjektům, tedy směrem do obce, jsou starosta a zastupitelé, členové komisí, zaměstnanci obecního úřadu, účastníci komunitních aktivit (komunitní strategie, komunitní návrhové dílny).

Jednotlivé skupiny mluví sice k občanům „různým jazykem“, avšak je žádoucí v zájmu vzájemné důvěry uvnitř obecního společenství, aby všechny informace měly tentýž faktický základ. K tomu je potřeba schopnost naslouchání, vcítění a dovednost jasného sdělování na straně těch, kteří informaci podávají.

Důležitou formou komunikace je zpětná vazba od občanů či ostatních subjektů. Tento kanál by měl být jednoduše nastaven a aktivně vyhodnocován pověřeným pracovníkem.

Důležitou složkou v rámci zpětné vazby mohou být on-line ankety, které však musí být jednoznačné, stručné a jasně dostupné pro ty, od nichž se na ně očekává odpověď.

Zpětná vazba má dvě formy, a to formální, sdělená prostřednictvím zpětnovazebního kanálu (podepsaná), anebo na venkově často užívanější – tedy neformální, sdělená v hospodě, přes další osobu nebo způsobem „jedna paní povídala“.

Pro správnou reakci na neformální zpětnou vazbu a práci s ní je třeba nejenom nastavit jasně formální zpětnovazební kanály, ale i zkvalitnit primární tok informací k občanům, aby případné fámy a nepravdivá sdělení byly eliminovány již spoluobčany hned v zárodku a nešířily nedůvěru směrem k zastupitelstvům a úřadům obcí.

Příjemci zpětné vazby na úřadech a v zastupitelstvech jsou jednak starosta, případně zastupitelé nebo zaměstnanci obce přicházející s občany do přímého kontaktu.

On-line zpětnou vazbu z webu, emailu nebo i sms, případně prostřednictvím sociálních sítí, by měl shromažďovat k tomu pověřený a za to odpovědný pracovník úřadu, který by ji pak v editované podobě předkládal starostovi a zastupitelstvu.

Současně by i všichni (loajální) zaměstnanci úřadu měli mít nejenom pravidla, ale i vlastní zájem, jak nakládat s neformální zpětnou vazbou a jak ji předávat vedení obce.

Analytická část strategie

Analytickou částí strategie rozumíme fakta vypovídající o současném stavu, v tomto případě o stavu a úrovni všech forem komunikace v mikroregionu a jednotlivých obcích. Analytická část obsahuje zejména

SWOT analýzy

Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení (častěji v anglické zkratce z prvních písmen Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats - SWOT) je obvyklým výchozím bodem strategických plánů. Zatímco silné a slabé stránky (S, W) popisují stav „tady a teď“, příležitosti a ohrožení (O, T) popisují možné budoucí alternativy a možnosti.

V nadpisu jsme použili množné číslo, protože ve strategii jsou zpracovány SWOT analýzy s ohledem na komunikaci pro každé sídlo a společná pro mikroregion.

Problémy a potřeby

Určení problémů a potřeb je vždy vztaženo k období trvání strategie, v našem případě je to cca 4 - 6 let, tedy ve střednědobém horizontu.

Návrhová část strategie

Zatímco analytická část určuje výchozí stav - tedy jakýsi „bod nula“, z něhož vycházíme, návrhová část má za úkol dívat se do budoucna a vedle žádoucího obrazu budoucnosti (vize) určit i cesty k jejímu dosažení (prioritní osy).

Prioritní osy, nebo zkráceně priority, vymezují oblasti (vždy se částečně překrývající) v našem případě týkající se komunikace. Tedy nejenom komunikačních technických prostředků, ale i způsobů, kompetencí, cílových skupin a dalších atributů.

Logické rámce návrhové části

Logický rámec je metoda a způsob zápisu, který nám zjednodušuje a zpřehledňuje jak proces návrhu, tak následnou realizaci (zde komunikační strategie). V tomto dokumentu je logický rámec použit pro popis návrhové části komunikační strategie u každé z obcí a u každého města regionu, stejně jako u mikroregionu samého.

Vyššími cíli či dopady, které jsou uvedeny vždy v prvním řádku nad účelem, rozumíme v našich případech logických rámců důsledky realizace komunikační strategie na život v obci v širších souvislostech a delším časovém horizontu.

Nejdůležitější je druhý řádek – obsahuje hlavní cíl – účel – kterým je v našem případě střednědobá vize, již chceme dosáhnout. Hierarchicky další v pořadí jsou výstupy k naplnění účelu. Těmi v našem případě jsou jednotlivé priority či prioritní osy – cesty k naplnění vize.

Posledním, avšak jedním z nejdůležitějších výstupů vedle věcných prioritních os, je výstup „Strategický proces je řízen“, který by měl obsahovat konkrétní kroky ze strany zastupitelstva, obecního koordinátora a dalších aktérů, aby se věcně zaměřené priority začaly prostřednictvím projektů uskutečňovat.

Nejnižší úroveň v logickém rámci jsou aktivity – v našem případě konkrétní projekty ve smyslu zamýšlených priorit. Je možno je vnímat jako opatření v příslušných prioritách.

V naší strategii však projekty tvoří příliš specifickou – jemnou úroveň, která bude silně závislá na místních komunitách, zastupitelstvech a zdrojích (lidských, materiálních i finančních), jejichž podrobná analýza v každé z obcí přesahuje možnosti a rozsah tohoto dokumentu. V případě závazné konkretizace by vyžadovala aktivní spoluúčast zastupitelstva, komunity občanů a ostatních aktérů v obci. To však významně přesahuje rámec této souhrnné strategie.

Proto u mikroregionu i každé obce/města namísto vyčerpávajícího a závazného výčtu projektů/opatření v daných prioritách jsou v komentáři zmíněny či naznačeny možnosti aktivit či projektů, které by obec, město, či mikroregion mohly realizovat a které samozřejmě budou závislé na možnostech a činnosti zastupitelstva, případně komunitního koordinátora a odezvě komunity – občanské společnosti obce.

Logický rámec má tvar čtvercové tabulky, chcete-li matice (4x4), v níž vedle vertikální hierarchické úrovně (vyšší cíle-hlavní cíl-výstupy-aktivity) je také horizontální směr daný sloupci, který v každém řádku obsahuje objektivní ověřitelné ukazatele (OOU), tedy jakési nástroje měření, a ve třetím sloupci prostředky ověření (PO). Oba parametry umožňují při evaluaci strategie jak v obcích, tak na úrovni mikroregionu posoudit „směr a délku cesty“, kterou ta která obec nebo celý mikroregion v konkrétní prioritě směrem k naplňování vize urazily.

V posledním sloupci (nejvíce vpravo) jsou uvedeny rizika a předpoklady (R/P), které pro úspěšné naplnění strategie nutno potřebovat vzít do úvahy a v případě rizik je eliminovat, tzn. co nejvíce snížit jejich pravděpodobnost.

Vyšší cíle strategie			
	OOU	PO	Rizika/Předpoklady
VIZE (Hlavní cíl strategie)			
Priority (Výstupy)			
V1			
V2			
V3			
V4			
V5			
V Strategický proces je řízen			
Doporučené-možné projekty- aktivity v jednotlivých prioritách jsou ve slovním komentáři			

Obr. 1 Struktura logického rámce návrhové části strategií

Popis procesu

Vstupní data

Jako vstupní data byly použity informace ze dvou sad řízených rozhovorů a informace z veřejných zdrojů, zejména internetu.

Řízené rozhovory

Řízené rozhovory byly vedeny telefonicky stejným tazatelem dle osnovy (viz příloha). V případě rozhovorů se starosty byla osnova a způsob dotazování schváleny v průběhu on-line konference starostů obcí mikroregionu, v případě osnovy pro ekonomky obcí byla osnova (viz příloha) schválena pracovníky mikroregionu. Jednotlivé rozhovory trvaly u starostů 45 - 60 minut, u ekonomek 25 - 45 minut. Z nich byly tazatelem pořizovány současně písemné poznámky. Ty byly použity jako základní podklady pro stanovení SWOT analýzy, problémů a potřeb, komunikačních kanálů a cílových skupin.

Veřejné zdroje

Druhým výchozím podkladem pro stanovení analytických parametrů byl průzkum veřejných zdrojů, zejména web stran, zpravodajů a dalších, který probíhal souběžně s řízenými rozhovory.

Stanovení dílčích SWOT analýz obcí a souhrnné SWOT analýzy mikroregionu, a dalších analytických parametrů

SWOT analýzy zaměřené na oblast komunikace jednotlivých obcí byly, jak je popsáno výše, stanoveny na základě řízených rozhovorů a průzkumu veřejných zdrojů. Při SWOT analýze mikroregionu byly vzaty do úvahy vedle regionálních specifíků převažující trendy ve SWOT analýzách obcí. V příležitostech byly zahrnuty jak mikroregionální možnosti, tak příklady dobré praxe obcí mikroregionu, stejně tak bylo postupováno ve stanovení možných hrozeb.

Ze vstupních dat vycházelo u obcí stanovení ostatních analytických parametrů problémů a potřeb, komunikačních kanálů a hlavních cílových skupin komunikace, v případě mikroregionu se jedná o převažující souhrn navýšený o specifická meziobecní hlediska mající dopad na celý mikroregion nebo jeho významnou část.

Logické rámce návrhových částí obcí a mikroregionu

Logické rámce návrhových částí strategie jsou zpracovány dle popisu a ve formě viz výše dle analytických podkladů, a to jak pro obce/města, tak pro mikroregion.

Expertní komentáře

Expertní komentáře zpracovatele strategie jsou uvedeny jednak pod SWOT analýzami, v případě potřeby dalšími analytickými i návrhovými podklady, a dále pak v popisu možných projektů.

Evaluace Evaluace určuje termíny průběžných kontrol a úprav strategie

4 Strategické plány komunikace



Obec Třeština

Obec Třeština má téměř 400 obyvatel, uvolněného starostu ve funkci 3. období a zájem o komunikační a rozvojové aktivity. V rámci projektu původně plánovaná koordinátorka si našla jiné zaměstnání, přesto obec vidí jako přínosné mít aktivního člověka na této pozici a bude se jej snažit nalézt. Jedna z neobvyklých předností obce je komunikativní ředitel (muž) v čele mateřské školy.

SWOT analýza

S silné stránky	W slabé stránky	O příležitosti	T hrozby
Komunikativní starosta a oba místostarostové Komunikace s MŠ (ředitel muž) je věcná a účelná Zpravodaj 2x do roka Místostarosta dělá zpravodaj Bezdrátový rozhlas i v osadě Háj Sms zprávy dostává 90 občanů Facebook zřízený MŠ - oblíbený Televizní smyčka na obecním úřadě- info o akcích „Babinec“ neformální aktivní skupina -komunikuje s vedením obce Komunikace s klubem maminek Výborná komunikace s mikroregionem Strategie na stránkách Vyvěšování možností dotačních titulů pro malé zemědělce (včely)	Sociální síť zatím nemá Dlouhodobý strategický plán (Garep) obce skrytý na webu (mezi 1700 záznamy?) Těžká komunikace se zemědělci (zejména Úsovsko) - výměny pozemků 1:5, 6, 10 Málo společných setkání občanů Nepříliš dobrá strategie (Garep) Špatná komunikace s Úsovskem zejména při vyvážení digestátu z BPS a při sklizni kukuřice Problémoví, nekonstruktivní kritici z řad občanů Zpravodaj není na webu (nebo skrytý v 1700 dokumentech?)	Komunikační školení pro zastupitele Mobilizace občanů k vyšším návštěvám zastupitelských schůzí Zapojení občanů do kreativní spolupráce při rozvoji obce Větší četnost zpravodaje) alespoň 4x do roka) Komunikovaná vícenásobná výměna pozemků pro stavbu RD Aktivizace občanů, aby se více zajímali o veřejné věci	

Kvalitní orientace na web stranách přehledné a jednoduché na přístup_ pokud to má hlavičku		Elektronická úřední deska	
Rubrika pro občany „Napište nám“		Iniciace nápadů a podnětů občanů směrem k obci	
		Využívání elektronické komunikace a plateb i v době mimo pandemii	

Komentář ke SWOT analýze

Silnou stránkou obce je starosta s jasnou vlastní vizí schopný do komunikačních aktivit zapojovat delegováním další zastupitele a aktivní občany. Kvalitní web strany obce vyvěšují i dotační tituly pro malé zemědělce a včelaře. Silnou stránkou jsou významné ženské spolky „Klub maminek“ a neformální „Babinec“ podílející se na činnosti v obci. S tím kontrastuje muž v čele mateřské školy jako úspěšný a komunikativní ředitel.

Slabou stránkou je pouze dvakrát za rok vydávaný zpravodaj obce, měl by vycházet alespoň 4 krát ročně. Zvláštní kapitolou je nevstřícná a obtížná komunikace se zemědělským velkopodnikem Úsovsko a.s.

Problémy a potřeby Obce Třeština oblasti komunikace

PROBLÉMY	POTŘEBY
Starosta by potřeboval, aby se lidé více zajímali	Sehnat obecního koordinátora

Cílové skupiny komunikace

Občané

Spolky a neformální skupiny (zejména ženské)

Mateřská škola

Zemědělci

Komunikační kanály

Stávající: osobní komunikace starosty i obou místostarostů, bezdrátový rozhlas i v osadě Háj, videosmyčka na obecním úřadu, případně facebooková stránka

Nové: dle nákladů provozu elektronická úřední deska, případně facebooková stránka, tištěný zpravodaj 4x do roka

Logický rámec návrhové části komunikační strategie Obce Třeština

Vyšší cíle strategie Je prohloubena vzájemná komunikace a důvěra v obci Občané cítí, že jim obec naslouchá			
	OOU	PO	Rizika/Předpoklady
VIZE (Hlavní cíl strategie)			
Obec využívá svoje přednosti a specifické podmínky pro posílení místní identity a zapojení dalších občanů do sousedské komunikace a rozvojových aktivit	Různými způsoby oslovené různé zájmové a věkové skupiny občanů a subjekty podnikající v obci - počet	Prostředky ověření jednotlivých u jednotlivých výstupů-akcí v rámci priorit Výsledky obecních voleb	Občané nebo další subjekty se do aktivit nezapojí Nepodaří se najít obecní koordinátorku
Priority (Výstupy)			
V1 Priorita 1 Zavedeno čtenější vydávání zpravodaje a s pomocí nových technologií je zvýšena informovanost občanů	Redakční rada Zpravodaj 4x do roka i v tištěné podobě Nové komunikační kanály Počet využívajících občanů	Výtisky zpravodaje Archiv příspěvků Dodací listy, dokumenty nastavení komunikačních kanálů	Nepodaří se sestavit redakční radu Občané, spolky a další nebudou přispívat Nebudou prostředky pro nákup a provoz techniky
V2 Priorita 2 Nastaven komunikační rámec se zemědělci	Sepsání potřeb obce a zjištění záměrů Úsovska Počet jednání Počet širších jednání za účasti občanů	Seznam argumentů Zápisy a fotodokumentace z jednání Prezenční listina širších setkání s občany	Úsovsko a.s. nebude chtít komunikovat

V3 Priorita 3 Jsou motivováni a zapojování občané pro prohlubování komunikace a rozvoje obce	Počet a náplň akcí Počet zúčastněných	Projekty, programy Dokumentace Zápisy Prezenční listiny Zpětná vazba účastníků Fotodokumentace	Nepodaří se sehnat koordinátora
V4 Strategický proces je řízen	Týmová spolupráce užšího týmu	Zápisy a dokumentace	Nebude funkční tým
Doporučené-možné projekty- aktivity v jednotlivých prioritách jsou ve slovním komentáři			

Komentář

Dále uvedená opatření/ aktivity logického rámce strategie mají pouze formu možností a doporučení a závisí na dohodě zastupitelstva, starostky a koordinátorky.

Ad V1

Dohodnout redakční radu

Zpracovat grafickou podobu zpravodaje

Stanovit pevně rubriky a osoby za ně odpovědné

Zvážit použití elektronické úřední desky a facebookové strany

Zvýšit využívání stávajících technických prostředků

Ad V2

Zjistit jaké jsou převažující zájmy Úsovska a jeho strategie

Zjistit skutečné vlastníky pronajímaných pozemků

Formulovat problémové oblasti vzájemného soužití

Navrhnout vstřícné jednání směřující k oboustranné výhodnosti (případně s mediací) i ve spolupráci s Klopinou, Policí a Stavenicí

Zapojit se do aktivit mikroregionu zaměřených na udržitelnost ŽP a krajiny...

Ad V3

Sehnat obecního komunitního koordinátora

S pomocí aktivních ženských spolků iniciovat motivační aktivity

Zpracovat komunitně střednědobý plán rozvoje obce

Zavést grantový systém obce pro malé občanské projekty

Ad V4

Stanovit skupinu pro realizace komunikační strategie

Dohodnout pravidelné termíny setkávání skupiny a postuné akce/aktivity v letech

Mikroregion Mohelnicko

Popis a charakteristika mikroregionu viz kapitola 2 výše

SWOT analýza

S silné stránky	W slabé stránky	O příležitosti	T hrozby
Předsedkyně mikroregionu je komunikativní a vstřícná pro potřeby obcí Probíhá komunitní plánování sociálních služeb za celý mikroregion Vzájemná podpora mikroregionu a starostů obcí Podpora i dobrá komunikace starostů mezi sebou Komunikace mikroregionu s obcemi Mikroregion společně dělá mnoho věcí navíc proti tomu, co by dělaly samy obce Úřední zázemí Města Mohelnice Vývěsní skříň mikroregionu a MAS poblíž náměstí v Mohelnici Úzká spolupráce Mikroregion- MAS	Důsledky sudetské minulosti některých obcí Zastaralé web strany některých obcí Nefunkční rozhlas v některých obcích Strategické plány (Garep) nezapojily do tvorby kreativně komunitu a nejsou pro obce dobře využitelné Neprobíhá aktivní komunikace směrem k udržitelnosti ŽP a krajiny mikroregionu Problematická komunikace většiny obcí se zemědělským koncernem Úsovsko, a.s. Údržba komunikačních prostředků a	Podporovat zapojování komunit v obcích do strategického a kreativního plánování Pořádat kurzy komunikace pro pracovníky obecních úřadů a zastupitele obcí s cílem kreativního zapojení občanů do komunikace a rozvoje Podporovat zavádění technických a SW prostředků komunikace v obcích (elektronické úřední desky, systémy sms, mobilní rozhlas, web strany) Rozšířit využití facebookové komunikace pro operativní sdělování na území mikroregionu Zvolit zvláštní přístup ke komunikačním specifikům obcí s neuvolněnými starosty Iniciovat kvalifikovanou diskusi mezi obcemi a zemědělskými podniky zaměřenou na palčivá témata – krajina, životní prostředí, sucho, venkov (také) jako místo pro život lidí „Ladit noty“ a intenzivněji komunikovat s ekologickými aktivisty (spolek Sturm) Sdílet zkušenosti z činnosti neformálních skupin občanů	Nekomunikované konflikty mezi průmyslovým hospodařením v krajině a kvalitou života a životního prostředí a následný dopad na občany mikroregionu Změna ve vedení mikroregionu povede k menší otevřenosti a vstřícnosti

	správa komunikačních kanálů v malých obcích	v obcích (Babinec, Klub seniorů,...) Podporovat využití knihoven a zakládání komunitních škol pro všechny jako prostředků neformální komunikace Podporovat návrhy budování míst setkávání v obcích za účasti obecní komunity Podporovat komunikaci v obcích a mezi obcemi pořádáním mikroregionálních soutěží, výstav apod. Podporovat a sdílet zkušenosti s vydáváním obecních zpravodajů, aby vycházely i v papírové podobě nejméně 4x do roka Iniciovat kurzy správy webu a redakce obecních zpravodajů pro pracovníky a dobrovolníky z obcí Podporovat práci obecních koordinátorů a rozšiřovat jejich počet v mikroregionu Na úrovni mikroregionu spojovat a mezi sebou propojovat místní dobrovolné aktéry a obecní koordinátory pro sdílení dobré praxe Podporovat kreativní zapojování občanů do projektů ve veřejném prostoru a do komunitních strategií obcí Podporovat zavádění grantových systémů obcí pro zlepšení komunikace a aktivního zapojování občanů do rozvoje Zavést grantový systém mikroregionu pro malé projekty občanů, např. zaměřené na podporu komunikace, komunit a regionální identity	
--	--	--	--

		Sdílet progresivní komunikační praxi a zkušenosti obcí na platformě mikroregionu a inspirovat tak další obce: 1) Pavlovský oběžník do emailu (Pavlov) 2) Pro seniory systém automatického předčítání webu (Palonín) 3) Komunikační výhody pobočky Pošta Partner (Moravičany) 4) Jak zatraktivnit veřejné schůze zastupitelstva pro zvýšení návštěvy občanů (Palonín) 5) Jak tvořit a využívat foto a video kroniku obce (Líšnice) 6) Spolupráce a komunikace s chalupáři (Maletín) 7) Zapojení dětí do komunitního plánování hřiště (Maletín) 8) Odstranění bariér při dostupnosti obecních úřadů (Loštice) 9) Netradiční způsoby oživení v obcích - zapojení Kateřiny Šedé (Klopina)	
--	--	--	--

Komentář ke SWOT analýze

Kvalitní spolupráci mezi obcemi a mikroregionem, která funguje v Mikroregionu Mohelnicko v řadě jiných oblastí, lze rozšířit i na prohloubení komunikace směrem od mikroregionu k obcím a na pomoc s komunikací v obcích. Lze vyjít ze silných stránek, jimiž jsou úzká propojenost mikroregionu a místní akční skupiny, kvalitní komunikace mezi starosty a mikroregionem a kvalitní vedení mikroregionu. Na území jsou však v komunikaci i slabé stránky zejména technická obsluha a správa komunikačních kanálů v malých obcích a nevyvážená komunikace se zemědělskými podniky podnikajícími průmyslovým způsobem.

Příležitostmi jsou jednak nastolení komunikace o krajině a životním prostředí silně zemědělsky využívaného území, dále pak podpora dobrovolníků zabezpečujících komunikaci, sdílení dobré komunikační praxe jednotlivých obcí a rovněž cílené zapojení občanů s využitím moderních motivačních a mobilizačních prostředků jako jsou grantový systém mikroregionu nebo mikroregionální přehlídky a soutěže využívající zdravé meziobecní rivalitu. Významným přínosem bude i zapojení nově vyškolených obecních koordinátorů v některých obcích.

Problémy a potřeby v oblasti komunikace

PROBLÉMY	POTŘEBY
Pokud se něco neřekne napřímo ze strany obcí, lze na to jen obtížně reagovat („jestliže si starostové řeknou něco např. mezi sebou na zlepšení práce mikroregionu a neřeknou to na mikroregionu, pak je obtížné na to reagovat“) Zpožďují se reakce od starostů	Co nejjasněji formulovat rozšiřovat informace směrem k cílovým skupinám Komunikovat s co největší mírou motivace pro získání rychlé reakce Vytvářet možnosti a podporovat zastupitelstva v zapojování občanů do veřejného života

Cílové skupiny komunikace

Starostové + podskupina neuvolnění starostové

Zastupitelé

Zaměstnanci obecních úřadů

Obecní koordinátoři

Dobrovolníci z obcí podílející se na správě komunikačních kanálů

Zemědělské podniky

Spolky s celoregionálním dopadem

Občané mikroregionu

Komunikační kanály

Z úrovně mikroregionu kromě **standardních technických prostředků včetně vývěsky u náměstí v Mohelnici a kvalitně fungující osobní komunikace** s vedením obcí se ukazují jako vhodné pro prohloubení komunikace

- **Kulaté stoly a diskusní setkání** případně i s externími experty (ŽP, krajina...)
- **Kurzy** (osobní komunikace, správa technických kanálů komunikace....)
- Podporovat komunikaci, identitu a zájem občanů v obcích prostřednictvím **regionálních soutěží, přehlídek a výstav – přímý komunikační kanál od občanů do mikroregionu**
- Podporovat komunikaci a zapojování občanů formou **mikroregionálního grantového systému (malých projektů)** - jenž se sám může stát přímým komunikačním kanálem mezi občany a mikroregionem s následným pozitivním dopadem na obce
- Podporovat **mezilidskou mluvenou komunikaci a naslouchání** ve spolupráci s knihovnami a školami

Logický rámec návrhové části komunikační strategie Mikroregionu Mohelnicko

Vyšší cíle strategie Je nastaveno otevřené komunikační prostředí mezi občany, zemědělci a dalšími subjekty v regionu Prohlubuje se se místní identita občanů			
	OOU	PO	Rizika/ Předpoklady
VIZE (Hlavní cíl strategie)			
Prohloubili jsme spolupráci uvnitř mikroregionu se zaměřením na komunikaci jako prostředek budování identity a sounáležitosti	Celkový počet akcí, subjektů, návštěvníků všech komunikačních aktivit	Programy, prezenční listiny, fotodokumentace, zpětnovazební dotazníky, články v tisku	O oblast prohloubení různých oblastí komunikace nebude ve vedení mikroregionu zájem
Priority (Výstupy)			
V1 Priorita 1 Byla prohloubena (zavedena) komunikace se starosty, koordinátory, zastupitelstvy, úřady obcí a spolky s regionální působností včetně pomoci při zlepšování komunikační infrastruktury	Počet akcí se zaměřením na oblasti komunikace	Programy, prezenční listiny, fotodokumentace, zpětnovazební dotazníky	Ze strany obcí nebude zájem Akce nebudou profesionálně kvalitní Nebudou finance na pořádání
V2 Priorita 2 Byla zahájena komunikace se zemědělskými podniky směrem k udržitelnosti prostředí regionu	Počet cílených vícestranných akcí a aktivit vždy s účastí zemědělců se zaměřením na oblasti krajiny, životního prostředí kvality života a udržitelnosti	Programy, prezenční listiny, fotodokumentace, zpětnovazební dotazníky	Zemědělské podniky se odmítnou účastnit Akce nebudou profesionálně kvalitní Nebudou finance

V3 Priorita 3 Bylo nastaven systém vzdělávání zastupitelstev a úředníků v osobní komunikaci a dobrovolníků v obsluze technických komunikačních kanálů	Počet kurzů a seminářů, počet účastníků	Programy, prezenční listiny, fotodokumentace, zpětnovazební dotazníky	Ze strany obcí nebude zájem Nebudou finance na pořádání Akce nebudou profesionálně kvalitní
V4 Priorita 4 Bylo zahájeno sdílení dobré komunikační praxe a chytrých nástrojů v komunikaci mezi obcemi	Počet akcí nebo cílených částí větších akcí zaměřených na sdílení dobré komunikační praxe a netradičních nástrojů komunikace	Programy, prezenční listiny, fotodokumentace, zpětnovazební dotazníky	Nebude zájem ze strany obcí podělit se o dobrou praxi
V5 Priorita 5 Byly rozběhnuty aktivity přímé komunikace s občany mikroregionu	Počet aktivit mikroregionu cílených přímo na občany celého mikroregionu	Programy, prezenční listiny, fotodokumentace, zpětnovazební dotazníky	Nevhodně zvolené akce Nevhodný čas Nezájem občanů Špatná propagace
V6 Strategický proces je řízen	Pověřený pracovník, ustavení týmu, týmová spolupráce	Program práce, zápisy schůzek řídicího týmu a dokumentace	Nebude pověřen pracovník Tým nebude funkční
Doporučené-možné projekty- aktivity v jednotlivých prioritách jsou ve slovním komentáři			

Komentář

Dále uvedená opatření/aktivity logického rámce strategie mikroregionu popisují možnosti a doporučení a závisí na vedení mikroregionu a na zájmu obcí o jednotlivé projekty či aktivity. Tyto jsou limitovány možnostmi lidských i dostupných finančních zdrojů včetně příspěvků z operačních či dotačních programů.

Ad V1

S využitím operačních a jiných dotačních programů zlepšovat nástroje komunikační infrastruktury v obcích (rozhlas, webstrany, elektronická úřední deska...)

Pomáhat rozšiřovat vydávání obecních zpravodajů nejméně 4x do roka

Zavést pravidelné schůzky s komunitními koordinátory

Spolupracovat se spolky s celoregionální působností

Ad V2

Pomáhat na základě vzájemně výhodné diskuse se stanovením problémových oblastí, kde se střetává průmyslově prováděné zemědělství s kvalitou života občanů mikroregionu

Zprostředkovávat jednání mezi zemědělci a obcemi směřující k oboustranné výhodnosti přijímaných řešení (případně s mediací)

Iniciovat aktivity zaměřené na udržitelnost ŽP a krajiny...

Ad V3

Organizovat vzdělávání v osobní komunikaci různých cílových skupin v obcích

Podporovat kurzy a sdílení dobré praxe dobrovolníky pečující o technologické prostředky komunikace v obcích

Ad V4

Ve spolupráci s obcemi pořádat semináře starostů, koordinátorů a dalších pracovníků podílejících se na komunikaci pro sdílení dobré praxe fungující v jednotlivých obcích regionu (viz příležitosti SWOT analýzy) např.:

- 1) Pavlovský obězník do emailu (Pavlov)
- 2) Pro seniory systém automatického předčítání webu (Palonín)
- 3) Komunikační výhody pobočky Pošta Partner (Moravičany)
- 4) Jak zatraktivnit veřejné schůze zastupitelstva pro zvýšení návštěvy občanů (Palonín)
- 5) Jak tvořit a využívat foto a video kroniku obce (Líšnice)
- 6) Spolupráce a komunikace s chalupáři (Maletín)
- 7) Zapojení dětí do komunitního plánování hřiště (Maletín)
- 8) Odstranění bariér při fyzické dostupnosti obecních úřadů (Loštice)
- 9) Netradiční způsoby oživení v obcích - zapojení performerky Kateřiny Šedé (Klopina)
- 10) Aplikace „psí detektiv“ hledající zaběhlé psy na web stránkách (Palonín)
- 11) Vyvěšování dotačních titulů pro malé zemědělce a podnikatele na webu obce (Třeština)

Ad V5

Pořádat soutěže, přehlídky a výstavy k podpoře venkovské identity u občanů

Zavést mikroregionální grantový systém pro přímou podporu malých občanských projektů

Ad V6

Stanovit skupinu pro řízení aktivit komunikační strategie a pověřeného pracovníka

Dohodnout pravidelné termíny setkávání skupiny

Dohodovat termíny a postupné akce/aktivity v jednotlivých prioritách

Pořizovat zápisy z jednání a sdílet s obcemi....

5 Evaluace, aktualizace a shrnutí

Komunikační strategie Mikroregionu Mohelnicko a měst a obcí na jeho území je navržena jako střednědobá s horizontem 4-6 let. Strategie mikroregionu je provázána s jednotlivými strategiemi obcí, proto jako nejlepší přístup k evaluaci dosažených dílčích cílů v regionu by byla koordinovaná evaluace v roce 2025-26 jak v jednotlivých obcích, tak souhrnně v mikroregionu, odkud by mohl vyjít podnět k tomuto kroku.

Vytvořená strategie má svoje limity ve způsobu získávání analytických dat a době pandemie, kdy strategie vznikala. Skutečně komunitní a zdola vytvořený dokument by vyžadoval zapojení daleko širšího počtu respondentů v jednotlivých sídlech nejlépe formou komunitních dílen občanů a aktérů v obcích a městech. To však v dané situaci nebylo možné a převyšovalo to i možnosti projektu.

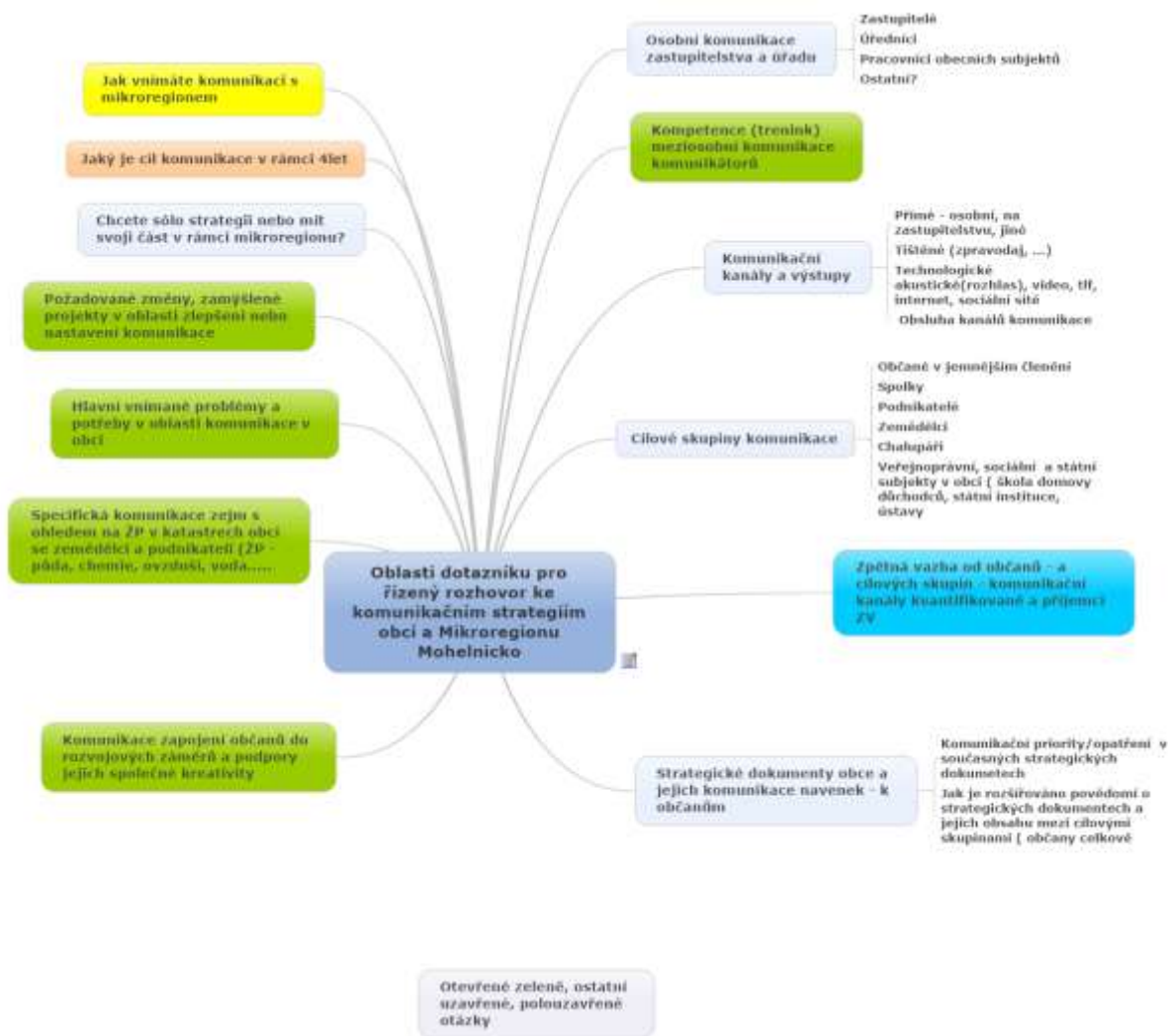
Přesto se domníváme, že i když jednotlivé komunikaci podporující aktivity navržené ke zvážení a realizaci jak pro obce, tak pro region jsou jen vodítky, co a jak podniknout, je možno doufat, že vyvolají diskusi o tom, co dalšího lze vymyslet s ohledem na specifika dané obce nebo města, a jak se to může pozitivně promítnout na mikroregionální úroveň.

Vzájemná komunikace bývá často degradována na pouhé sdělování informací a často připomíná dialog – vlastně dva souběžné monology hluchých. Ale již slovo komunikace vyjadřuje nejenom sdělování, ale také aktivní naslouchání – a právě na straně naslouchání je náš největší deficit.

Pokud se díky aktivitám v této strategii podaří podnítit a vrátit do hry naslouchání a budování schopnosti vcítění na všech zúčastněných stranách, potom tento dokument splnil svůj účel.

Přílohy-osnovy dotazníků pro řízené rozhovory

Dotazník – starostové pro řízený rozhovor ke komunikačním strategiím obcí a Mikroregionu Mohelnicko



1 Osobní komunikace zastupitelstva a úřadu

1.1 Zastupitelé

1.2 Úředníci

1.3 Pracovníci obecních subjektů

1.4 Ostatní?

2 Kompetence (trenink) mezosobní komunikace komunikátorů

3 Komunikační kanály a výstupy

3.1 Přímé - osobní, na zastupitelstvu, jiné

3.2 Tištěné (zpravodaj, ...)

3.3 Technologické akustické (rozhlas), video, tlf, internet, sociální sítě

3.4 Obsluha kanálů komunikace - kdo, jak systematicky?

4 Cílové skupiny komunikace, s nimiž komunikujete cíleně

4.1 Občané v jemnějším členění

4.2 Spolky

4.3 Podnikatelé

4.4 Zemědělci

4.5 Chalupáři

4.6 Veřejnoprávní, sociální a státní subjekty v obci (škola, domovy důchodců, státní instituce, ústavy

5 Zpětná vazba od občanů - a cílových skupin - komunikační kanály kvantifikovaně a příjemci ZV

6 Strategické dokumenty obce a jejich komunikace navenek - k občanům (typ, časová perioda)

5.1 Komunikační priority/opatření v současných strategických dokumentech

5.2 Jak je rozšiřováno povědomí o strategických dokumentech a jejich obsahu mezi cílovými skupinami (občany celkově)

7 Komunikace zapojení občanů do rozvojových záměrů a podpory jejich společné kreativity

8 Specifická komunikace zejm s ohledem na ŽP v katastrofách obcí se zemědělci a podnikateli (ŽP - půda, chemie, ovzduší, voda...)

9 Hlavní vnímané problémy a potřeby v oblasti komunikace v obci

10 Požadované změny, zamýšlené projekty v oblasti zlepšení nebo nastavení komunikace

11 Chcete sólo strategii, nebo mít svoji část v rámci mikroregionu?

12 Jaký je Váš cíl zlepšení komunikace v rámci 4 let

13 Jak vnímáte komunikaci s mikroregionem

Další poznámky

Dotazník – témata pro řízené dotazování – ekonomky obcí

Strategické dokumenty obce a jejich komunikace navenek

Specifická komunikace s ohledem na životní prostředí

Hlavní vnímané problémy a potřeby v oblasti komunikace

Požadované změny, projekty a zlepšení v oblasti komunikace

Strategie vlastní ANO/NE

Cíl v oblasti komunikace (4 roky)

Komunikace s mikroregionem