

KOMUNIKÁCIA STAROSTU OBCE S VEREJNOSŤOU – PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA OBCE JAROVNICE

Martin MOLČAN¹

DOI: <https://doi.org/10.34135/svpmvpIV.191033>

Abstract

The aim of our study was to analyse the communication of the mayor of the village with its citizens in the selected village of Jarovnice. The case study method was used. Communication channels of the municipality included: municipal radio, posters, leaflets and personal, written or telephone communication. Communication between the municipality and the citizen as a client was at a good level and without any major failings. However, the communication of municipality towards its citizen was mostly unidirectional. The most popular form of communication in Jarovnice was personal because of its positive feedback. However, the municipality had insufficient information sources which resulted in lack of information of citizens about the intentions and plans of the municipality. In order to improve communication channels towards the citizens, the municipality communication strategy should be carried out and implemented.

Key words: mayor, Jarovnice, citizen, communication, municipality

Úvod

Vo verejnej správe každodenne stojíme pred problémom jej efektívneho riadenia. Tento proces sa nedá realizovať bez optimálne nastavenej komunikácie, či už medzi jednotlivými subjektmi verejnej správy navzájom, alebo medzi subjektmi verejnej správy a verejnosťou, občanom. Hoci orgány verejnej moci a verejnej správy fungujú samostatne a občan ich činnosť nemôže priamo ovplyvňovať, bez spolupráce s občanom je ich existencia v demokratickej spoločnosti takpovediac zbytočná. Spolupráca týchto orgánov s občanom, ale aj medzi jednotlivými orgánmi navzájom, sa odvíja najskôr prostredníctvom komunikácie, potom plnením stanovených úloh. V našom príspevku sme sa zamerali na externú komunikáciu obce Jarovnice s verejnosťou. Analyzujeme komunikáciu obce s občanom ako svojim klientom, s občanom ako obyvateľom obce a komunikáciu obce so širšou verejnosťou – potenciálnymi návštevníkmi obce. Na základe analýzy chceme zistiť, ako a na akej úrovni sú uplatňované modely komunikácie, komunikačné nástroje a kanály. Taktiež chceme overiť využívanie komunikačných prostriedkov vo vzťahu ku kvalite i efektívnosti získaných informácií a stanoviť možnosti skvalitnenia komunikácie obce Jarovnice navonok. Na základe výsledkov analýzy navrhujeme konkrétne odporúčania pre obec Jarovnice, ktoré môže využiť na zlepšenie svojich komunikačných procesov a na tvorbu nového systému komunikácie s cieľovými skupinami.

¹ PhDr. Martin Molčan, Katedra verejnej správy, Fakulta sociálnych vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Bučianska 4/A, 917 01 Trnava, Slovenská republika, E-mail: martinmolcan3@gmail.com

Zdroje a použité metódy

Komunikáciou ako procesom sa zaoberá množstvo zahraničných i slovenských autorov, ktorí sa však viac-menej špecializujú na marketingovú, mediálnu či politickú komunikáciu. V oveľa menšej miere nachádzame autorov, ktorí sa venujú skúmaniu procesov komunikácie vo verejnej správe. Nielenže chýbajú viaceré ucelené publikácie, autori sa skôr venujú špecifickým problematikám. Ostáva tak veľa otázok nezodpovedaných a dostatočný priestor na čiastkový výskum. K slovenským autorom zaoberajúcich sa teóriou komunikácie môžeme zaradiť napríklad Helenu Harausovú (2013), Jána a Patrika Gaburovcov (2004), Danicu Hlinkovú (2007), Martu Zágoreškovú (1997) či Gabrielu Žibritovú (1984). Z českých autorov sú to napríklad Zbyňek Vybíral (2000, 2005), Milan Mikuláščík (2003) a zo zahraničných Josepf DeVito (2001, 2003, 2013) či Józef Podgórecki (2000, 2001, 2002, 2003).

K špecialistom na marketingovú komunikáciu môžeme priradiť Paula Smitha (2000), Miroslava Foreta (2006), ale aj Philipha Kotlera a Gary Armstronga (1992, 2008). V oblasti komunikácie vo verejnej správe už nachádzame viacero českých i slovenských odborníkov, ktorí sa, ako sme už spomenuli, zaoberajú špecifickými komunikačnými procesmi. Ucelenejšiu publikáciu o komunikácii vo verejnej správe priniesol napríklad Vladimír Heger (2012), Iveta Horáková, Dita Stejskalová a Hana Škapová (2008) zas priniesli zaujímavé poznatky zo stratégie firemnej komunikácie a Irena Reifová (2004) v oblasti mediálnej komunikácie. Zo slovenských autorov uvedieme napríklad Katarínu Ďurkovú (2010, 2011), ktorá sa venuje internej komunikácii v úradoch krajskej samosprávy, Miroslavu Szarkovú (2002, 2008, 2009, 2011), ktorá sa venuje komunikácii v manažmente či Peter Kamenec (2009), ktorý skúma komunikáciu vo verejnej správe. Pre potreby tohto príspevku sme tiež čerpali poznatky z publikácie o marketingových komunikačných stratégiách autoriek Renáty Novákovej a Daniely Kollárovej (2012) či v práci Anny Vaňovej (2000) o marketingovej komunikácii vo verejnej správe. Pre tvorbu tohto príspevku sme si zvolili prípadovú štúdiu ako jednu z metód kvalitatívneho výskumu. Z metód zberu dát sme využili analýzu dát, metódy priameho, kvalitatívneho pozorovania, komparácie a zisťovania. Z techník zberu dát sme použili štúdium dokumentov, zisťovania informácií z mediálnych nosičov a štruktúrovaný rozhovor.

Výsledky a diskusia

Komunikácia obce Jarovnice s občanmi a verejnosťou

Komunikácia pracovníkov obecného úradu i samotného starostu obce s obyvateľmi či návštevníkmi obce sú najčastejšie prvým kontaktným bodom pri hľadaní informácií či riešení problémov. Pre občana i verejnosť je tak dôležitým informačným zdrojom každý voľne dostupný informačný kanál, ktorým obec môže s občanmi komunikovať. Najčastejšími komunikačnými kanálmi v obci sú tak úradná tabuľa obce, webová stránka obce, miestny rozhlas či periodická a neperiodická tlač, verejné zhromaždenia a neformálne stretnutia s občanmi. Vzhľadom na zákonne stanovené úlohy samosprávy je najdostupnejším a najspoľahlivejším informačným kanálom obce obecná stránka, kde občan či návštevník obce nájde všetky zo zákona povinne zverejňované informácie i informácie približujúce činnosť obce z rôznych sfér spoločenského života.

To však pre efektívnu komunikáciu medzi orgánom samosprávy a verejnosťou nestačí, dôležitá je totiž aj kvalita všetkých procesov vzájomnej komunikácie. Tá sa dá doceliť vytvorením marketingovej komunikačnej stratégie, ktorej základným materiálom podľa Foreta (2006) je základným je strategický plán rozvoja samosprávy a v ňom zadefinované ciele. Pre samotnú komunikačnú stratégiu sú podstatné tri vlastné úlohy – poskytovať informácie zodpovedajúce potrebám kľúčových skupín verejnosti, komunikáciou prispievať k spolupráci kľúčových skupín

verejnosti, propagácii i k rozvoju mesta a dbať v komunikácii s týmito skupinami na maximálnu efektívnosť celého procesu. A to hlavne v oblastiach prezentácie práce úradu, zmyslu jeho existencie a priblíženia problematiky verejnosti. Obec Jarovnice síce má vypracovaný plán hospodárskeho a sociálneho rozvoja obce, ale nie je nikde zverejnený. Obyvatelia ani širšia verejnosť tak nemajú možnosť dozvedieť sa o plánoch obce ohľadom rozvoja a investícií. Nemá vytvorené ďalšie dôležité dokumenty ako štatút obce či komunikačnú stratégiu. Pritom plány na rozvoj obce má a má tiež záujem prilákať do obce turistov, nielen novinárov počas komunálnych volieb či výnimočných udalostí.

Organizačná štruktúra vybranej obce

Obec Jarovnice sa nachádza na severovýchode Slovenska. S počtom 6 823 obyvateľov patrí medzi väčšie obce. Špecifikom obce je, že tri štvrtiny obyvateľstva tvoria Rómovia žijúce v osade, ktorá je súčasťou obce. Starostom obce je už tretie volebné obdobie Florian Giňa, ktorý je tiež rómskeho pôvodu. Ďalším orgánom samosprávy je obecné zastupiteľstvo zložené z trinástich poslancov. Obecné zastupiteľstvo v tomto volebnom období vytvorilo len jednu komisiu obecného zastupiteľstva: komisia na ochranu verejného záujmu. Pritom by podľa nášho názoru bolo vhodné, keby mala vytvorené ešte majetkovú a finančnú komisiu, ktorej členmi by mohli byť aj neposlanci – odborníci na danú problematiku z radov občanov. Obec zamestnáva značne široký aparát vysokoškolsky vzdelaných pracovníkov, no nemá vytvorenú organizačnú štruktúru obce. Pracovná náplň zamestnancov je rôznorodá, širokospektrálna a hlavne v ekonomických činnostiach sa často prelína. Ak by mala obec organizačnú štruktúru, možno by došlo aj k reorganizácii práce zamestnancov a každý by robil len špecifickú príslušnú časť. Zamestnanci obecného úradu a hlavný kontrolór obce sú zároveň garantmi správnosti všetkých procesov na obci. Na obecnom úrade pracujú okrem úradníkov aj terénni pracovníci, terénni sociálni pracovníci a členovia rómskej občianskej hliadky, ktorí zlepšujú komunikáciu smerom k občanom.

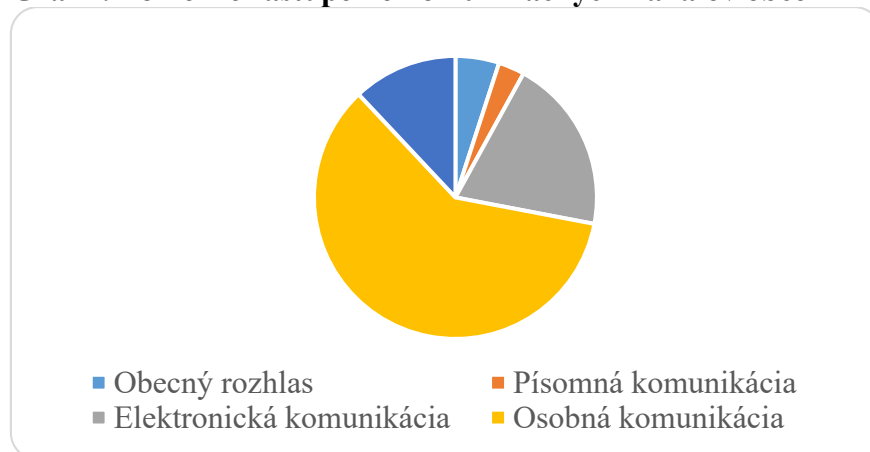
Komunikačné kanály obce

Obec využíva rôzne komunikačné kanály pri komunikácii s občanmi: obecný rozhlas, sociálne siete, obecné noviny, plagáty, letáky, obecná webová stránka, vývesné skrinky, úradná tabuľa a najmä osobná komunikácia starostu a poslancov s občanmi. Prostredníctvom rozhlasových oznamov sú komunikované rôzne udalosti, varovania či inštrukcie pre široké spektrum občanov. Problém môže nastať v tom, že nie všetci občania ich majú možnosť alebo môžu v danú chvíľu počuť. Ďalším komunikačným kanálom sú sociálne siete, prostredníctvom ktorých sa sprostredkúva propagácia kultúrnych a spoločenských akcií. Je to rýchla a pohodlná forma komunikácie najmä pre mladých občanov, ktorej nevýhodou je však krátka aktuálnosť a slabá spätná väzba s občanmi. K internetovým komunikačným kanálom patrí aj obecná webová stránka, kde sú aktuálne oznamy, informácie o pripravovaných akciách a zámeroch obce. Jej výhodou je prehľadnosť, chýbajú tam však zverejnené základné dokumenty obce, základné informácie o obecnom zastupiteľstve, o komisiách obecného zastupiteľstva. Keďže v roku 2014 prešla webová stránka obce redizajnom, v jednotlivých sekciách či v archíve staršie informácie nenájdete.

Hlavným komunikačným kanálom starostu obce s občanmi sú obecné noviny, ktoré sú zdarma doručované do každého domu. Keďže ide o štvrťročník, prinášajú len správy o uskutočnených akciách, demografické údaje, fotografie, stránky venované deťom, ktoré sú vhodným spôsobom edukácie rómskych detí predškolského veku. Negatívom novín je, že v nich chýbajú informácie o pripravovaných akciách alebo zámeroch obce. Pre komunikáciu s rómskym etnikom sú dôležitým a osvedčeným komunikačným kanálom plagáty a letáky. Lepenie sa uskutočňuje v jestvujúcich obchodoch v osade, ktoré ale často vznikajú a zanikajú, takže sa môžu ľahko prehliadnuť alebo prípadne zničiť. Vývesné skrinky a úradná tabuľa ako komunikačné kanály majú oproti nim výhodu, že informácie v nich vydržia dlhší čas. Ich negatívom je ale častá

neaktuálnosť informácií alebo zlý technický stav. V grafe 1 je znázornené pomerné zastúpenie komunikačných kanálov obce. Najviac zastúpená osobná komunikácia, potom nasleduje elektronická a telefonická komunikácia, v menšej miere nasleduje komunikácia prostredníctvom obecného rozhlasu a najmenšie percento tvorí písomná komunikácia. Malé percento záujmu o písomnú komunikáciu môže byť spôsobené veľkým zastúpením negramotného obyvateľstva žijúceho v rómskej osade.

Graf 1: Pomerné zastúpenie komunikačných kanálov obce



Zdroj: Vlastné spracovanie

Komunikácia obce s jej obyvateľmi

V prípade komunikácie obce so svojimi klientmi neboli zistené žiadne vážne nedostatky, chýbajúce procesy boli väčšinou dôsledkom slabého využívania internetu obyvateľmi obce. Aj preto obci chýba elektronická komunikácia s občanom, hoci sa o to pokúšala formou zasielania dôležitých SMS správ. Tento projekt sa ale neujal. Obci chýba komunikačná stratégia, preto nedokáže cielene osloviť každého obyvateľa obce. Hlavnými komunikátormi obce s klientmi sú zamestnanci obecného úradu, ktorí odvádzajú v procese komunikácie kvalitnú prácu aj napriek tomu, že obec nemá vytvorenú účelovú smernicu, ako má zamestnanec komunikovať s klientom a ani obec pre zamestnancov nezabezpečuje školenia na zlepšenie komunikačných zručností. Spolieha sa na určitú danosť, skúsenosti a prirodzenú empatiu zamestnancov. Namiesto toho, aby sa zamestnanci obecného úradu vzdelávali v odbornosti a vo verejnej správe, obec ich posiela na školenia osobnostného rastu, čo síce môže napomáhať pri každodennej práci s rómskym etnikom, ale nemusí skvalitňovať ich prácu. Medzi slabé stránky komunikácie v obci môžeme zaradiť chýbanie komunikácie orientovanej na návštevníkov obce, nevyužívanie iných internetových komunikačných kanálov. Tiež chýbajú profesionálne pripravení komunikátori pre styk s občanmi i verejnosťou. Na úrade prevláda jednosmerná komunikácia, slabá spätná väzba od občana a absencia dôležitých informácií na webstránke obce. Autority obce by mohli lepšie využiť internetovú komunikáciu, ktorá by zvýšila záujem občanov o dianie v obci aj nárast návštevnosti obce. Vhodné by bolo podchytiť stredoškolskú mládež, ale aj ostatných občanov, aby sa zaujímali o veci verejné i o činnosť samosprávy, inak hrozí strata záujmu občanov komunikovať s obcou alebo strata záujmu občanov o dianie v obci.

Komunikácia starostu obce s jej obyvateľmi

Najčastejšie formy komunikácie starostu obce s jej obyvateľmi sú: osobná, písomná prostredníctvom doručovanej pošty alebo e-mailom, prípadne telefonická. Osobná komunikácia starostu a poslancov s občanmi je najobľúbenejšou formou funguje obojstranne podľa zaužívaných obyčajov, výhodou je spätná väzba pri takejto komunikácii. Negatívom je, že pri osobnej komunikácii väčšinou neexistuje z toho písomný či zvukový zápis, ale dohoda na „čestné slovo.“

Záver

Komunikácia starostu obce k občanovi ako obyvateľovi obce alebo občanovi ako klientovi je dôležitým nástrojom úspešného riadenia obce a má svoje slabé aj silné stránky. Analýzou takejto komunikácie v obci Jarovnice sme dospeli k poznaniu, že komunikácia obec – občan ako klient je v obci na dobrej úrovni a bez väčších nedostatkov. Komunikácia obec – občan však bola prostredníctvom komunikačných kanálov väčšinou jednosmerná, spätná väzba existuje len pri osobných stretnutiach predstaviteľov samosprávy s občanmi na neformálnych fórach alebo verejných zhromaždeniach obce. V obci sme zaznamenali chýbajúcu komunikáciu obce so širšou verejnosťou – návštevníkmi obce, pritom potenciál pre rozvoj turistického ruchu obec má. Tieto rezervy majú za následok napríklad slabú informovanosť občanov o plánoch obce. Pre zlepšenie komunikačných kanálov smerom od starostu k občanom by obci pomohlo, ak by mala vytvorenú komunikačnú stratégiu a na jej základoch by mala postupne pretvárať obsah i štruktúru komunikačných kanálov. Vzhľadom na početný aparát úradníkov na obci, by sa mohol o napĺňanie cieľov komunikačnej stratégie starať na to vyčlenený zamestnanec. Zároveň by sa mohol orientovať na propagáciu obce a jej kultúrnych pamiatok. V rámci zlepšenia komunikácie by mohla obec zlepšiť komunikáciu, informovanosť občanov cez komunikačné kanály obce napríklad aj aktualizáciou a doplnením základných dokumentov obce na webovej stránke obce, alebo naďalej rozvíjať osobnú komunikáciu obce s občanmi, ktorá je v obci najviac efektívna.

Použitá literatúra

- DEVITO, J. A. 2008. *Základy mezilidské komunikace*. 6. vydanie. Praha: Grada Publishing, 2008, 512 s. ISBN 978-80-247-2018-0
- FORET, M. 2006. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, 2006. s. 447, ISBN 80-251-1041-9
- GABURA, J. - GABURA, P. 2004. *Sociálna komunikácia*. Bratislava: Občianske združenie Sociálna práca, 2004. 117 s. ISBN 80-968-927-7-0
- HEGER, V. 2012. *Komunikace ve veřejné správě*. Praha: Grada Publishing, 2012. 256 s. ISBN 978-80-247-3779-9
- HARAUSOVÁ, H. 2013. *Komunikácia v organizácii*. Košice: Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, 120 s. ISBN 978-80-8152-019-8.
- HORÁKOVÁ, I., STEJSKALOVÁ, D., ŠKAPOVÁ, H. 2008. *Strategie firemní komunikace*. 2. rozšírené vydanie. Praha: Management Press, 2008. 254 s. ISBN 978-80-7261-178-2
- KAMENEC, P. 2009. Analýza spokojnosti s komunikáciou v oblasti verejnej správy I. In *Sociálne a politické analýzy 2009*. s.125-167 ISSN 1337 5555. Dostupné na internete: <<https://unibook.upjs.sk/img/cms/ff-sapa-casopis/sapa2-2009.pdf>>.
- NOVÁKOVÁ R. - KOLLÁROVA D. - TOMÁNKOVÁ A. *Marketingové komunikačné stratégie – prípadové štúdie*. Trnava: UCM v Trnave, FMK, 2012, s. 357, ISBN 978-80-8105-359-7
- PAULÍČKOVÁ, R. 2005. *Regionálny a mestský marketing*. 1.vyd. Bratislava: Eurounion, 2005. 132 s. ISBN 80-88984-72-6
- PODGÓRECKI, J. 1998. *Sociální komunikace v edukaci*. Ostrava. Repronis 1998. 322s. ISBN 80-86122-20-4
- SZARKOVÁ M. 2011. *Komunikácia v manažmente*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2011. 270 s. ISBN 978-80-225-3251-8
- VYBÍRAL, Z. 2005 *Psychologie komunikace*, 2.vydanie Praha Portál 2005
- Oficiálna stránka obce Jarovnice: Dostupné na internete: <<https://www.jarovnice.sk/>>.