



Komunikační kodex

pro využívání komunikačních nástrojů radnice MČ Praha 6

Obsah

1. Účel kodexu.....	1
2. Komunikační vize.....	1
3. Zásady komunikace	2
4. “Kdo mluví - organizačně”	2
5. “Kdo mluví - politicky”	2
6. Role, možnosti a odpovědnost v komunikaci	3
7. Komunikační nástroje MČ	4
8. Jménem koho mediální nástroje MČ komunikují.....	4
9. Střet zájmů při určování témat komunikace	4
10. Vyváženost při komunikaci radnice.....	5
11. Příloha: praktické rady a doporučení pro komunikaci MČ Praha 6	6
A. Podrobnosti k autorizaci komunikace	6
B. Mantinely slušné komunikace pomocí komunikačních nástrojů radnice.....	6
C. Několik tipů a doporučených postupů v komunikaci	7

1. Účel kodexu

Účelem tohoto kodexu je poskytnout pro všechny role na radnici (zaměstnanci, volení představitelé) základní orientaci, jak postupovat v komunikaci s veřejností.

2. Komunikační vize

Srozumitelná komunikace radnice vytváří důvěrný vztah mezi úřadem a obyvateli. Tato důvěra vzájemně propojuje celý ekosystém společnosti na lokální úrovni - polis městské části. Radnice a občané se vzájemně inspirují a budují si mezi sebou vztah. Občané si uvědomí, že na jejich zájmech záleží. Představitelé radnice vnímají, že realizují zájmy skutečných lidí a jejich životů.

3. Zásady komunikace

- 3.1. V komunikaci se klade důraz na **kontext** pro pochopení souvislostí.
- 3.2. Minimalizují se vlastní interpretace.
- 3.3. Věci se nazývají **pravým jménem** i v případě, že jejich komunikace je nepříjemná.
- 3.4. V komunikaci nemá místo populismus, zachovává se názorová **neutralita**.
- 3.5. Komunikace je **transparentní**, uvádí se zdroje.
- 3.6. **Sociální sítě** jsou také zdrojem zpravodajských informací, vyjádření zástupce radnice na nich přináší **zvýšenou odpovědnost**. Je třeba být si jistý povahou informace a možnostmi její interpretace případně desinterpretace. Jakmile je zveřejněna, je téměř nemožné ji ovládat, lze s ní manipulovat bez souhlasu autora, použít ji v jiných kontextech nebo dále distribuovat.
- 3.7. V případě politicky diskutovaného obsahu se zachovává **vyváženost**, zmiňuje se jak stanovisko koalice, tak i opozice.

4. “Kdo mluví - organizačně”.

- 4.1. Při komunikaci se lze vyjadřovat v zastoupení (jménem) různých organizačních “entit” městské části (dále jen “představitel radnice”):
 - 4.1.1. Zastupitelstvo
 - 4.1.2. Člen zastupitelstva
 - 4.1.3. Rada
 - 4.1.4. Starosta, místopředseda, člen rady, uvolněný člen zastupitelstva, pověřenec
 - 4.1.5. Výbor, komise, pracovní skupina
 - 4.1.6. Klub zastupitelů
 - 4.1.7. Tiskový mluvčí (eventuálně zástupce ÚMČ po dohodě s tiskovým mluvčím)
 - 4.1.8. Zřizovaná nebo jinak navázaná organizace, např. SNEO, školy, školky, Koupaliště Petyňka, Villa Pellé, LDN Chittussiho, Pečovatelská služba, Poliklinika Pod Marjánkou, zpravidla svým statutárním zástupcem.

5. “Kdo mluví - politicky”

- 5.1. Při komunikaci se lze vyjadřovat v zastoupení (jménem) různých politických/společenských uskupení:
 - 5.1.1. KOALICE: je tvořena členy rady, zastupiteli z klubů či politických stran nebo hnutí, které mají zastoupení v radě nebo uvolněného člena zastupitelstva (vyjma uvolněných předsedů výborů jako zástupců opozice). Dále je koalice tvořena členy výborů a komisí, pracovních skupin a dalších pomocných orgánů, kteří byli do svých funkcí nominováni koaličními kluby.

- 5.1.2. OPOZICE: je tvořena členy zastupitelstva, výborů, komisí, pracovních skupin a dalších pomocných orgánů, kteří nejsou členy koalice.
- 5.1.3. SPOLEK občanů: v kontextu komunikace radnice jde o spolky, které se k činnosti radnice systematicky vyjadřují, případně jsou zapojeny do formulování některých politik radnice.
- 5.1.4. OBČAN: v některých případech se může i jednotlivý občan stát významným nositelem komunikace.

6. Role, možnosti a odpovědnost v komunikaci

- 6.1. **Člen zastupitelstva** má podle charakteru daného komunikačního nástroje možnost poskytovat vedoucímu oddělení kanceláře starosty, tiskovému mluvčímu nebo v případě Šestky redakci návrhy témat, vyjádření k připravovaným zprávám, článkům, reportážím v TV Praha, reakcím na relevantní komentáře na sociálních sítích MČ a dalším výstupům.
- 6.2. **Členové rady a uvolnění členové zastupitelstva** mohou svým jménem komunikovat záměry a výstupy v oblasti, za kterou jsou odpovědní.
- 6.3. **Předseda výboru nebo komise** může komunikovat jménem výboru nebo komise závěry svého výboru nebo komise. Poskytuje vedoucímu oddělení kanceláře starosty, tiskovému mluvčímu a redakci Šestky návrhy témat ke zveřejnění, odborná stanoviska k tématům týkajících se působnosti výboru / komise.
- 6.4. **Vedoucí odboru** poskytuje vedoucímu oddělení kanceláře starosty, tiskovému mluvčímu a redakci Šestky návrhy témat ke zveřejnění, poskytuje odborná stanoviska k tématům týkajících se působnosti odboru, vyjádření k připravovaným výstupům v komunikačních prostředcích radnice (web, tiskové zprávy, Šestka, reportáže TV Praha ad.). Po dohodě s tiskovým mluvčím komunikuje s médii.
- 6.5. **Vedoucí oddělení kanceláře starosty, tiskový mluvčí** určují, co bude zveřejněno pomocí mediálních nástrojů (s výjimkou měsíčníku Šestka). Zajišťují od členů vedení MČ (rady, grémia starosty) systematicky a proporčně potřebné informační výstupy. Za zveřejňování obsahu je zodpovědný vedoucí oddělení kanceláře starosty, v případě jeho nepřítomnosti jej zastupuje tiskový mluvčí. Reagují na relevantní komentáře na sociálních sítích MČ, ve FB skupinách, komunikují s médii, vytvářejí strategii krizové komunikace a zajišťují její implementaci. Spolupracují také s uvolněným členem zastupitelstva pro média v rozsahu jeho působnosti.
- 6.6. **Redaktor/ka měsíčníku Šestka, Výbor** příslušný pro oblast komunikace určují, co bude zveřejňováno v měsíčníku Šestka. Podrobnosti se řídí aktuálními Pravidly

vydávání radničních novin Šestka, koordinaci zajišťuje uvolněný člen zastupitelstva pro média.

- 6.7. **Spolky a občanské iniciativy** vytváří stránku spolků v měsíčníku Šestka, aktivně využívají aplikace MČ, poskytují MČ zpětnou vazbu a náměty ke zlepšení, mohou předkládat návrhy témat, vyjádření k připravovaným zprávám, článkům, reportážím v TV Praha, reakcím na relevantní komentáře na sociálních sítích MČ a dalším výstupům.

7. Komunikační nástroje MČ

- 7.1. Webová stránka.
- 7.2. Radniční periodikum Šestka.
- 7.3. Profily radnice na sociálních sítích (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube).
- 7.4. Aplikace pro předávání a sběr informací (Lepší Šestka).
- 7.5. Televizní výstupy na vlastních obrazovkách a v lokálním televizním kanálu (TV Praha).
- 7.6. Jednorázové tiskové a propagační materiály (pozvánky, letáky, plakáty apod.)
- 7.7. Setkání s občany Prahy 6
- 7.8. Setkání se spolky

8. Jménem koho mediální nástroje MČ komunikují

- 8.1. Při komunikaci představitelů radnice je třeba vyjádřit, zda jde o zprávu jménem radnice jako celku - oficiální - nebo jen některého představitele, některého orgánu, organizace, některé složky.
- 8.2. Jménem radnice jako celku - **oficiální** - může být jen zpráva, vyjadřující postoj **orgánů MČ** ve smyslu zákona o hl. m. Praze, tedy zastupitelstva, rady, starosty nebo úřadu ve věcech, kde rozhodují samostatně.
- 8.3. V komunikačních nástrojích radnice se mohou komunikovat také zprávy jiných organizací MČ Praha 6: SNEO, ZŠ, MŠ a speciální školy zřizované MČ, Koupaliště Petynka, Galerie Skleňák, Villa Pellé, Poliklinika Pod Marjánkou, LDN Chittussiho ad.
- 8.4. Mohou se komunikovat také zprávy občanů - spolků nebo další veřejnosti.

9. Střet zájmů při určování témat komunikace

- 9.1. Při určování tématu komunikace (agenda setting) je **představitel radnice**, který navrhne určité téma zařadit do komunikace radnice, povinen oznámit, zda se ho toto téma týká i v jiné souvislosti, než v souvislosti s činností radnice, a jakou výhodu mu může přinést komunikace tématu ze strany radnice (komunikační výhoda). Sdělí to

těm, kteří návrh či zařazení tématu do komunikace zpravidla posuzují, rozhodují o něm nebo jej budou komunikovat (starosta, člen zastupitelstva uvolněný pro oblast médií).

- 9.2. Představitelé radnice a zaměstnanci, kteří jsou zodpovědní za výslednou komunikaci, jsou povinni zvážit, zda komunikační výhoda představitele radnice nepoškodí dobré jméno radnice, např. jako zneužití komunikačního nástroje radnice.
- 9.3. Porušení těchto povinností projednává **Výbor** příslušný pro oblast médií, výsledek předkládá zastupitelstvu.

10. Vyváženost při komunikaci radnice

- 10.1. Vedoucí oddělení kanceláře starosty nebo tiskový mluvčí mají při zveřejňování obsahu v komunikačních nástrojích MČ povinnost **dbát na vyváženost** názorů. Při poskytnutí obsahu pro jiná média postačí odkázat na zdroje jiných názorů (zejm. opozice, spolky)
- 10.2. Výstupy radnice k závěrům zastupitelstva zpravidla zahrnují i názory opozice či další alternativní názory veřejnosti, pokud nejsou ojedinělé. Obdobně se postupuje u výstupů výborů, komisí a setkání s veřejností.
- 10.3. Stížnosti na odmítnutí nebo nedostatečné zveřejnění opozičního nebo alternativního názoru projednává **Výbor** příslušný pro oblast médií. Dohlíží též na dodržování vyváženosti názorů v komunikačních nástrojích radnice. Zařazování alternativních názorů v měsíčníku Šestka se řídí aktuálními Pravidly vydávání radničních novin Šestka.

11. Příloha: praktické rady a doporučení pro komunikaci MČ Praha 6

Navazuje na Komunikační kodex

A. Podrobnosti k autorizaci komunikace

- A.1. Při využití komunikačních nástrojů radnice je povinnost toho, kdo výslednou zprávu formuluje, zřetelně uvést, jménem koho se zpráva komunikuje. Uvede se například „Dle názoru městské části“, „Dle usnesení zastupitelstva“, „Dle usnesení rady“,...
- A.2. Pokud může dojít k záměně za oficiální výstup, uvede se naopak, že jde jen o názor jen určitého představitele radnice. Například na soukromém FB profilu / veřejné stránce, X (Twitteru), představitel radnice uvede: „Příspěvky na tomto profilu / této stránce vyjadřují mé soukromé názory, které nemusí být v souladu s oficiálním stanoviskem městské části“ nebo obdobné sdělení.
- A.3. Pokud představitel radnice komunikuje mimo komunikační prostředky radnice k tématu, které se týká radnice, vždy uvede, zda prezentuje názor soukromý anebo vyjadřuje názor radnice jako celku (oficiální) nebo některé její součásti (výbor, komise, pracovní skupina, klub zastupitelů ad.)
- A.4. Ve facebookových skupinách je zařazování a vyvažování alternativních názorů zajištěno vlastními příspěvky a komentáři a vzájemnou diskuzí.

B. Mantinely slušné komunikace pomocí komunikačních nástrojů radnice

- B.1. Při komunikaci pomocí komunikačních nástrojů radnice její představitelé
 - B.1.1. zmiňují jen taková témata, která mají zřetelnou **souvislost s působností radnice**, bez takové souvislosti nevyužívají komunikační nástroje radnice pro témata z jiných rovin společenského nebo politického života, zejména ke komunikaci témat celostátní nebo celopražské politiky. Pro taková témata použijí buď své osobní komunikační nástroje anebo nástroje svých politických stran a hnutí, spolků, iniciativ.
 - B.1.2. při kritice dodržují **co nejvyšší věcnost**, vyhýbají se napadání na osobní rovině, nejde-li o věcnou kritiku činnosti politiků nebo vyšších úředníků, odpovědných za kritizovanou oblast působnosti radnice.
 - B.1.3. při zmiňování třetích osob (konkrétních lidí, právnických osob, iniciativ apod.) zachovávají **neutrální tón**, argumentují pouze věcně a v rovině působnosti radnice, nikoli například na základě politického nebo světonázorového přesvědčení.

C. Několik tipů a doporučených postupů v komunikaci

C.1. Etiketa na sociálních sítích

- Uvědom si, kde v kyberprostoru se nacházíš - zkontroluj si výběr účtu, za který odpovídáš.
- Piš s ohledem na adresáta. Ne všichni mají dost času a chuti se zabývat věcmi odborně. Buď nicméně připraven komunikovat alespoň se základní znalostí odborných pojmů, pokud o to druhá strana požádá.
- Pokud si nejsi jistý, komunikuj dle vyjádření odpovědné osoby MČ, s kterou danou věc konzultuj. Odkazuj na programové materiály MČ, usnesení a zastupitelstva a rady, případně na výbory nebo komise.
- Při konfrontaci s názorem, který není v souladu se postojem MČ, nehodnot' tento postoj, ale akcentuj možnost plurality názorů a svobodné diskuse.
- Dobrá pověst začíná u gramatiky.

C.2. Postup komunikace na sociálních sítích

- Pozdravit dotyčného jménem (pokud je dotaz formální, použijte příjmení).
- Pozorně odpovědět na otázku, situaci (to je základ).
- Poděkovat (jakkoliv) za zájem o věc.
- Pozvat k nějaké další aktivitě - ke spolupráci, k odebrání newsletteru, k sledování oficiálních komunikačních kanálů MČ na soc. sítích atd.
- Podepsat se (označit buď svůj profil na soc. síti, dát jasně najevo svou kompetenci nebo funkci).