

Manuál pro zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů

DUBEN 2010

Obsah

1	Úvod.....	3
1.1	Vymezení základních pojmů	3
2	Důvody zapojování veřejnosti.....	5
2.1	Příprava na zapojení konzultovaných subjektů	5
2.2	Intenzita a cíle zapojení konzultovaných subjektů.....	6
2.3	Komunikační strategie.....	6
3	Materiál předkládaný k zapojení veřejnosti.....	7
4	Způsoby výběru konzultovaných subjektů	7
5	Způsob zapojení veřejnosti.....	8
5.1	Scénář zapojení veřejnosti	9
5.2	Technické nástroje zapojování veřejnosti do tvorby vládních materiálů	9
5.3	Metody a techniky zapojování veřejnosti.....	9
5.4	Seznam a popis metod a technik zapojení veřejnosti.....	11

1 Úvod

Materiál „Manuál pro zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů“ (dále jen „manuál“) navazuje na Metodiku pro zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů (dále jen „metodika“), kterou vláda České republiky schválila usnesením č. 1146 k Metodice pro zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů dne 7. září 2009.

Během zpracování manuálu bylo na základě zkušeností z procesů zapojování veřejnosti do přípravy vládních dokumentů zjištěno, že pro použití metod zapojování veřejnosti má klíčový význam věcný obsah materiálu a nikoliv jeho typ. Manuál proto nepřirazuje konkrétní techniku zapojování veřejnosti k určitému typu dokumentu, ale ponechává tuto volbu na úvaze předkladatele tak, aby zvolená technika umožnila efektivní projednání řešené věci.

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.

Manuál je po obsahové stránce přehledně dělen do čtyř samostatných sekcí, z nichž každá pojednává o důležitých aspektech práce s veřejností v průběhu jejího zapojování.

- **PROČ** chceme veřejnost do přípravy vládního materiálu zapojit a jak intenzivní toto zapojení má být.
- **CO** má být předmětem zapojení veřejnosti, tedy o jaký materiál určený k zapojení veřejnosti se jedná.
- **KOHO** chceme do přípravy materiálu zapojit.
- **JAK** bude práce s veřejností konkrétně vypadat. Jedná se zejména o to, jaký bude časový harmonogram zapojení veřejnosti a jaké metody a techniky zapojení zvolíme.

1.1 Vymezení základních pojmů

Veřejnost - veřejnost odborná a laická. Mezi odbornou veřejnost lze začlenit profesní organizace, akademickou sféru, nestátní neziskové organizace, mezinárodní organizace a jednotlivce. Veřejnost lze také dělit na veřejnost „organizovanou“, kam patří odborné organizace, zájmové skupiny a podobně a veřejnost „neorganizovanou“, to je individuální občany.

Veřejností se rozumí také odborové organizace a organizace zaměstnavatelů. Zapojení těchto organizací sociálních partnerů se řídí zejména zákoníkem práce.

Konzultovaný subjekt - jednotlivec či organizace, na který má připravovaný dokument přímý či nepřímý dopad nebo který má nějaký zájem v oblasti řešené předkládaným materiálem. Konzultované subjekty mohou poskytovat zpětnou vazbu, přinést zkušenosti z praxe, otevírat nové možnosti řešení, poukazovat na možná úskalí a problémy, se kterými by se mohlo zvolené řešení setkat apod. Do řešení se může zapojit i více konzultovaných subjektů.

Zpracovatel dokumentu – Česká národní banka, ministerstvo nebo další ústřední správní úřad, který předkládá vládní materiál. Ačkoli se zpracovatel a předkladatel dokumentu mohou lišit (zpracování dokumentu může být zadáno externímu subjektu), jeho předkladatel nese vždy odpovědnost za konečné znění dokumentu a dodržení všech formálních náležitostí.

Materiál předkládaný k zapojování veřejnosti - dokument předkládaný vládě, to znamená zejména koncepce, strategie, politika, legislativní návrh apod.

Proces zapojování veřejnosti - zahrnuje identifikaci konzultovaných subjektů a výběr jejich zástupců, poskytování informací, sběr a analýzu získaných odpovědí.

Časový harmonogram - harmonogram zapojování veřejnosti, který musí být v určitých případech kompatibilní s procesem RIA. Zpracovatel musí také počítat s dostatečnými časovými rezervami, které se týkají zejména období, kdy lze s veřejností pracovat jen obtížně (například období letních prázdnin a vánočních svátků).

Realizátor konzultačního procesu - zpracovatel může ke spolupráci při konzultačním procesu (od jeho návrhu až po dokončení) přizvat i další odborné subjekty. Může se jednat o jednotlivé experty, specializované nestátní neziskové organizace či komerční subjekty.

Koordinační skupina - speciálně utvořená řídicí či koordinační skupina, která má na starosti konzultační proces, který by neměl být nikdy realizován jednotlivci. Týmová práce při konzultačním procesu je vždy výhodou zpracovatele. Pokud by celý proces zajišťoval externí dodavatel, nedojde ke kýženému budování kapacit. Koordinační skupina by měla být sestavena na začátku procesu a zapojena již do identifikace konzultovaných subjektů. Jde především o vytvoření týmu, který se bude pravidelně scházet. Koordinační pracovní skupina by měla být složena ze:

- zástupců zpracovatele dokumentu,
- zástupců konzultovaných subjektů (záleží na charakteru materiálu),
- zástupců státní správy a samosprávy.

Počet členů koordinační pracovní skupiny není limitován. Z hlediska efektivity by počet obvykle neměl přesahovat 10 až 15 členů.

2 Důvody zapojování veřejnosti

Povinnost nabídnout veřejnosti připravovaný materiál ke konzultování může v některých případech vycházet z normativního rámce problematiky zapojování veřejnosti, který má v České republice tři základní vrstvy¹.

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 ze dne 18. března 1998 č. 188 a v návaznosti na ně Obecné zásady pro hodnocení dopadů regulace – RIA, přijaté usnesením vlády ze dne ze dne 13. srpna 2007 č. 877.

Zapojení veřejnosti do přípravy dokumentu napomáhá:

- zvyšovat transparentnost a důvěryhodnost procesu přípravy dokumentu v očích veřejnosti,
- vtáhnout do procesu přípravy odlišné názory, expertízy, úhly pohledu a umožňuje tak odhalit nezamýšlené důsledky,
- zvýšit kvalitu připravovaných dokumentů,
- zvýšit ochotu veřejnosti akceptovat vládní rozhodnutí.

Zapojení veřejnosti má také své meze dané platnými zákony a zahraničně politickými a bezpečnostními zájmy ČR, případně stadiem ve kterém se nachází příprava řešení daného problému.

Současně je potřeba zajistit, aby v průběhu zapojování veřejnosti nedocházelo k úniku utajovaných informací k nepovolaným osobám.

Předkladatel sám musí posoudit, kdy zapojení veřejnosti není vhodné nebo je výrazně omezené z důvodu povahy upravované problematiky.

2.1 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 je třeba k zapojení konzultovaných subjektů přistupovat se zvýšenou pozorností.

¹ Z mezinárodního hlediska se jedná zejména o naplňování mezinárodní Úmluvy o přístupu k informacím, účasti veřejnosti na rozhodování a přístupu k právní ochraně v záležitostech životního prostředí (Aarhurská úmluva).

2.2 Intenzita a cíle zapojení konzultovaných subjektů

V metodice jsou popsány různé stupně a scénáře práce s konzultovanými subjekty od informování² přes připomínkování³ a konzultace⁴ až k partnerství⁵. Zpracovatel zváží, jakého maximálního stupně zapojení je připraven dosáhnout.

Na úvod celého procesu zapojování veřejnosti je třeba uvážit intenzitu 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,
- a podobně.

2.3 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.

² **Informování** 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.

³ **Připomínkování** je jednostranný tok informací, požadavků, názorů či kritiky od konzultovaných subjektů směrem ke zpracovateli dokumentu. Nemusí se přitom jednat čistě o připomínkování textu, ale patří sem i různé způsoby naslouchání a sběru informací od konzultovaných subjektů.

⁴ **Konzultování** je obousměrná výměna informací, názorů či podnětů s tím, že rozhodnutí o tom, co se projednává a jakým způsobem budou konzultace vedeny je zcela v režii zpracovatele.

⁵ **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.

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 vyhýbat komplikovaným odborným výrazům nevyplývajícím nutně z povahy problematiky a žargonu. Zpracovatel bere v úvahu, že různé metody komunikace jsou zaměřené na specifické cílové skupiny.

3 Materiál předkládaný k zapojení veřejnosti

Materiál určený k zapojování veřejnosti by měl být formulován jasně a srozumitelně⁶.

1. Materiál by měl obsahovat přílohu se seznamem zkratk vyskytujících se v textu spolu s vysvětlivkami.
2. Zpracovatel se vyvaruje používání žargonu. Technické termíny používá pouze v případech, kdy je jejich použití s ohledem na charakter dokumentu nezbytné, vždy je však vysvětlí.
3. Je vhodné umístit konzultovaný dokument na k tomu určené internetové stránky. Takto zveřejněný dokument by měl mít následující náležitosti: návrh materiálu, obecně srozumitelné stručné shrnutí hlavních bodů materiálu v rozsahu 1–2 stránek⁷, uvedení lhůt poskytnutých pro vyjádření, uvedení kontaktní osoby, soupis otázek, na které mají konzultované subjekty reagovat.

4 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.

⁶ Pro pochopení širší veřejností by materiál určený k zapojování veřejnosti měl být formulován jasně a srozumitelně, ale nikdy ne na úkor kvality textu, zvláště právního. Vulgarizace právního textu není ani za cenu většího porozumění širší veřejností přijatelná.

⁷ Toto shrnutí usnadní konzultovanému subjektu rozhodování, zda se má k dotčenému materiálu vyjadřovat či nikoli. Je možné, aby shrnutí nahradila předkládací/důvodová zpráva.

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 tito 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:

1. V prvním kroku dojde k vytvoření seznamu všech možných konzultovaných subjektů. Tento seznam může být velmi dlouhý a pro inspiraci lze například využít DataKO⁸ nebo databázi neziskových organizací na Portálu veřejné správy či rejstříky a seznamy, ve kterých jsou různé organizace vedené na příslušných ministerstvech či obchodních soudech.
2. 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).

5 Způsob 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.

⁸ 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.

5.1 Scénář zapojení veřejnosti

1. 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.
2. 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.
3. Časový harmonogram zapojování veřejnosti musí být v případech, kdy se RIA aplikuje kompatibilní s procesem RIA.
4. Zpracovatel musí počítat s dostatečnými časovými rezervami a s obdobími, kdy lze s veřejností pracovat pouze omezeně (například letní prázdniny nebo vánoční svátky).
5. 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).
6. 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.

5.2 Technické nástroje zapojování veřejnosti do tvorby vládních materiálů

Efektivita využití jednotlivých metod zapojování veřejnosti do tvorby vládních materiálů je vedle dalších faktorů podmíněna i používanými technickými nástroji. Je vhodné, aby zpracovatel využil všech možností obecných informatických prostředků (email, webové stránky, apod.), které má k dispozici a zároveň zohlednil možnosti cílové skupiny veřejnosti⁹.

5.3 Metody a techniky zapojování veřejnosti

Některé metody a techniky je možné využít i pro více stupňů zapojení veřejnosti.

V současné době existuje velké množství metod a technik, které lze při zapojování veřejnosti využít. V následující tabulce je uveden výčet nejčastěji používaných metod a technik, a to včetně označení, pro jaký stupeň zapojení veřejnosti se nejlépe hodí.

⁹ Ministerstvo vnitra současně v rámci projektu systému elektronického legislativního procesu (e-Legislativa) nabídne specializované nástroje pro realizaci řady postupů zapojování veřejnosti do přípravy vládních materiálů. Systém e-Legislativa umožní oznamovat prostřednictvím svého portálu veřejnosti přípravu jednotlivých legislativních vládních materiálů, provádět veřejné připomínkové řízení a poskytne nástroje pro snadnou tvorbu a zpracování připomínek veřejnosti. Nabídne dále možnost vytváření diskusních fór k jednotlivým návrhům, vytváření odborných skupin pro konzultování materiálů, výměny dokumentů mezi členy pracovních skupin a distribuce dokumentů veřejnosti. Veřejnost i zpracovatelé tak budou moci využívat jednotný systém, který zapojování veřejnosti usnadní, poskytne centrální místo pro jeho provádění a nabídne prostředí moderního systému právních informací usnadňující veřejnosti vnímat při účasti na tvorbě legislativních materiálů celý kontext právního řádu.

Smyslem tabulky je zejména poukázat na rozdílnou použitelnost jednotlivých metod a technik.

Z tabulky je patrné, že většina metod se dá využít pro šíření informací. Na druhou stranu metod vhodných pro vyšší stupně zapojování veřejnosti je méně.

Metody a techniky	Informování	Připomínkování	Konzultování	Partnerství
Vývěska nebo informační tabule orgánů veřejné správy	X			
Tiskové konference/tisková prohlášení	X			
Letáky a plakáty	X			
Tisk, rozhlas a TV	X			
Publikace a informační brožury	X			
Výstavy a prezentace	X			
e-mailové upozornění	X			
Hromadná korespondence (tištěná i elektronická)	X			
Adresný telefonát/dopis	X	X		
Informační telefonní linka	X	X		
Informační centra/poradenská centra	X	X		
Veřejné slyšení	X			
Internetový portál	X	X	X	
Dotazníky, průzkumy	X	X	X	
Osobní rozhovory (individuální, skupinové, focus group)	X	X	X	
Občanský/expertní panel		X	X	
Interaktivní výstavy či prezentace		X	X	
Připomínkový proces	X	X	X	
Šetření v terénu		X	X	
Veřejné setkání (v různých podobách)	X	X	X	X
Veřejné debaty	X	X	X	
Konference	X	X	X	
Internetová diskusní fóra	X	X	X	
Happenigové akce	X	X	X	
Semináře a workshopy			X	X
Pracovní skupiny			X	X

5.4 Seznam a popis metod a technik zapojení veřejnosti

Název:	Vývěska nebo informační tabule orgánů veřejné správy
Krátký popis:	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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 apod. si veřejnost nejlépe představí na mapovém podkladu

Název:	Tisková konference, tisková zpráva
Krátký popis:	Prostřednictvím tiskové konference zpracovatel dokumentu sděluje otevřeně informace médiím, která je mohou dále šířit.
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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

Název:	Tisk, rozhlas a TV
Krátký popis:	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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dopad na širokou část veřejnosti ▪ profesionalita tvůrců informačního sdělení
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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

Název:	Letáky a plakáty
Krátký popis:	<p>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 vhodné v tištěné podobě poskytnout např. 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.</p>
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ poměrně nízké náklady na výrobu a distribuci
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zejména plakáty představují pouze omezený prostor pro prezentaci informací ▪ přesycenost informacemi – množství letáků a plakátů, které denně utočí na pozornost veřejnosti může způsobit apatičnost vůči tomuto způsobu informování
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ využívat spolupráce s různými organizacemi (a to včetně konzultujících subjektů) a dalšími veřejnými institucemi (knihovny, úřady, nemocnice atd.) ▪ vybudujete 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, nápadité, ale jednoduché grafické zpracování pomůže propagovat akci lépe než hustě popsaný a informacemi nabitý plakát ▪ pro distribuci letáků je možné využít např. odborných tiskovin a po dohodě s vydavatelem do nich leták vložit

Název:	Publikace a informační brožury
Krátký popis:	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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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

Název:	Výstavy a prezentace
Krátký popis:	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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vytvořit výstavu vyžaduje někdy jak zkušeného tvůrce, tak zdroje s vysokou prvotní investicí (panely, vitríny, vhodné osvětlení apod.)
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ samotná výstava potřebuje vlastní propagaci ▪ je vhodné využít při jejím pořádání 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

Název:	Adresný dopis/telefonát
Krátký popis:	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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nevýhodou mohou být náklady spojené zejména s adresným telefonátem ▪ často je obtížně získat kontakty přímo na konkrétní osoby (zejména u organizací)
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ tuto metodu se doporučuje použít při oslovování klíčových účastníků ▪ v adresném dopise je vhodné adresáta požádat o potvrzení jeho účasti

Název:	E-mailové upozornění/hromadná korespondence
Krátký popis:	E-mail umožňuje prostřednictvím internetové sítě jednotlivě nebo hromadně oslovit konkrétní občany a další a sdělit jim potřebnou informaci
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ při každé komunikaci v daném tématu je vhodné budovat si databázi kontaktů na osoby, které mají o dané téma zájem a vyslovili svůj souhlas být zařazeni do databáze za účelem informování

Název:	Informační telefonní linka
Krátký popis:	Široká veřejnost se zde může interaktivním způsobem informovat a zároveň i vznášet podněty, připomínky, dotazy.
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ na jednom místě lze poskytnout relativně velké množství informací ▪ je k dispozici téměř nepřetržitě (v extrémním případě i jako non-stop 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 zaměstnat/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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dávat přednost operátorům na telefonní lince před hlasovými automaty ▪ při sběru podnětů od veřejnosti je vhodné i poskytnutí 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.....)

Název:	Informační/poradenská centra
Krátký popis:	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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ soustředění informací na jednom místě ▪ informační/poradenská centra se zpravidla více věnují jednotlivým problematikám a mohou tak poskytovat komplexní služby
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vznik i provoz centra je velmi nákladný ▪ centrum může být pro některé specifické skupiny hůře dostupné
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ pokud to téma dovolí, je možnost využívat i síť různých center rozmístěných po celé ČR

Název:	Veřejné slyšení
Krátký popis:	Veřejné slyšení je forma informování o problému bez možnosti přímých vstupů veřejnosti.
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ jednoduchost ▪ nižší finanční náročnost
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ neexistence zpětné vazby
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ doporučený počet účastníků panelu je přibližně pět, moderátor jim pouze předává slovo, aby mohli poskytovat informace

Název:	Internetový portál
Krátký popis:	Webové stránky poskytují prostor pro zveřejnění veškerých souborů digitálních dat. Stávají se tak dostupné ve virtuálním prostoru elektronické sítě internet.
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ omezená dostupnost internetu některým cílovým skupinám, 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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: <ul style="list-style-type: none"> ▪ harmonogram zpracovávání dokumentu, ▪ seznam konzultovaných subjektů, ▪ případné složení pracovní skupiny – jako kontakt se uvede neosobní emailová 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.

Název:	Názorové průzkumy (ankety, rozhovory, atd.)
Krátký popis:	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 jak úplnou a vypovídající odpověď chce zpracovatel získat. Jednoduché metody, jako jsou 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ v případě komplikované tematiky nelze zaručit, že dotazovaní skutečně porozumí otázkám ▪ způsob položení otázky může předem ovlivnit názory lidí ▪ pokud chce zpracovatel získat opravdu vypovídající informace od veřejnosti, je takový průzkum poměrně nákladnou záležitostí
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 pro zpracování materiálu

Název:	Rozhovory (individuální, skupinové, focus group)
Krátký popis:	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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ získání detailních informací
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ finanční náročnost
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ je vhodné využít i služeb renomovaných agentur

Název:	Občanský/expertní panel
Krátký popis:	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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ pro práci a fungování panelu je zapotřebí zajistit vhodné podmínky - je třeba zajistit prostory, kde bude ve vhodný čas možné se scházet – odborníky (nejčastěji z řad zpracovatele), kteří členy panelu s danou problematikou seznámí, nezávislého prostředníka, který povede jednání panelu ▪ je nutné stanovit jasný a transparentní mechanismus výběru účastníků panelu a prezentovat jej veřejnosti

Název:	Interaktivní výstavy
Krátký popis:	Prezentace informací, která zároveň umožňuje získat názor veřejnosti na projednávané téma. Tato metoda je proto výhodná zejména při rozhodování mezi určitými variantami řešení. Varianty pro rozhodování jsou veřejnosti představeny ve snadněji představitelné podobě (modely, nákresy atd.). Interaktivnosti může být například dosaženo tím, že lidé mohou prostřednictvím barevných samolepek hodnotit různé návrhy.
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ celkově lepší uchopitelnost tématu pro veřejnost ▪ připomínky k návrhům mohou ukázat na problematická místa, kterých si zpracovatel nevšiml
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dostupnost a návštěvnost takové výstavy (při dobré organizaci může být naopak výhodou) ▪ zvýšené náklady na zpracování dotazů oproti klasické výstavě
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ je vhodné zvážit, jakým způsobem zpřístupnit návštěvu veřejnosti, místo a čas by měli být nastaveny tak, aby byly dostupné i velmi zaměstnaným lidem ▪ je vhodné vytvořit jednoduchou formu dotazníku, která zajistí zpětnou vazbu v tom co je nutné v projektu řešit s veřejností ▪ je důležité zabezpečit kontakt na „kurátory“ výstavy, případně na jednotlivé osoby odpovědné za dílčí aspekty řešené problematiky

Název:	Připomínkový proces (poštou, elektronicky, sms)
Krátký popis:	Veřejnost může k navrhovaným řešením přidat své komentáře.
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ veřejnost má naprostou volnost v tom, jaké připomínky k daným řešením vnesou ▪ tyto formy připomínkování nejsou omezující pro nikoho
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vyžaduje předchozí znalost tématu ▪ velká část připomínek je nepoužitelná, resp. se nevztahuje k řešené problematice
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kombinovat s informačními technikami, které zajistí propagaci tématu ▪ doplnit o jiné formy připomínkování a konzultování

Název:	Šetření v terénu
Krátký popis:	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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ pohyb přímo v řešeném území přispívá ke kreativitě 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ omezená kapacita, pokud má být zachována možnost smysluplně komunikovat je nutné tvořit menší skupiny ▪ zajištění bezpečnosti účastníků šetření na exponovaných místech
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zpracovatel volí vhodný čas mimo pracovní dobu ▪ zpracovatel s sebou připraví vhodné podklady ▪ Zpracovatel zaznamenává všechny podněty, které od skupiny přicházejí, případně procházku zakončí rekapitulací připomínek

Název:	Veřejné setkání
Krátký popis:	Veřejné setkání je setkání zpracovatele s velkým počtem konzultovaných subjektů. Slouží k poskytnutí základních informací o jasně vymezeném problému, 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 lidé mohou otázkami aktivně vstupovat do procesu. Konání veřejného setkání je třeba dostatečně včas oznámit (minimálně měsíc předem).
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ někteří účastníci veřejného setkání jej 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 odvalu 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 vhodného a zkušeného moderátora¹⁰ diskuse (nezávislého a nestranného), který bude schopen vést efektivním a nekonfrontačním způsobem průběh jednání ▪ zajistit technické a organizační zabezpečení vybraných prostor ▪ připravit podkladové materiály (podrobný program,

¹⁰ V některých případech je užitečnejší 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.

	<p>informační materiál o daném dokumentu atd.) a informovat veřejnost, kde je možné je získat</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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 s hendikepovanými 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
--	---

Název:	Veřejné debaty a diskusní fóra
Krátký popis:	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 diskuzi o jednotlivých řešeních s jinak těžko dostupnými cílovými skupinami.
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ možnost získat řadu nových nápadů a řešení, se kterými se dříve nepočítalo ▪ možnost oslovit sociálně hendikepované skupiny obyvatel a připravit veřejnou debatu dle jejich potřeb
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ diskusní fóra se mohou samozřejmě otevírat pro potřeby skupin obyvatel specifických tím, že pocházejí z cílové lokality nebo tím že sdílí určité specifické zájmy ▪ je dobré v tomto ohledu spolupracovat s odbory úřadu nebo organizacemi, které se věnují práci se specifickými skupinami

Název:	Konference
Krátký popis:	Pokud představuje dané téma komplikovanou a komplexní problematiku je třeba jí veřejnosti nejprve osvětlit. V průběhu konference se prostřednictvím různých konferenčních příspěvků veřejnost může seznámit s řešenou problematikou. 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hlubší pochopení problematiky ze strany zúčastněné veřejnosti ▪ možnost navázat na program a získat zpětnou vazbu od poučené veřejnosti
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ omezená kapacita takovéto akce ▪ nároky na zajištění přednášejících a programu konference nebo vedení semináře
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ pořádat akce co nejbližší veřejnosti a ve správných časech ▪ dbát na speciální potřeby veřejnosti, uzpůsobit program laikům, vyhýbat se zbytečně technickému jazyku

Název:	Internetová diskusní fóra
Krátký popis:	<p>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 nejširší laické neorganizované veřejnosti.</p> <p>Diskuse/fórum se zřizuje vždy k jednomu konkrétnímu tématu nebo materiálu.</p> <p>Zaslané příspěvky 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 zasilateli příspěvku přímo e-mailem.</p> <p>Materiál lze rovněž propagovat a konzultovat prostřednictvím sociálních sítí jako je Facebook či Twitter.</p>
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nízké provozní náklady ▪ přehlednost a transparentnost (vše zůstává na internetu) ▪ portál a záznam diskuse je dostupný v kteroukoliv dobu
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ omezený přístup k internetu, zvláště pro určité skupiny obyvatel ▪ případná manipulovatelnost (vymazání některých příspěvků apod.)
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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

Název:	Happeningové akce s interaktivními prvky
Krátký popis:	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 tématicky příbuzné řešenému tématu (např. v průběhu akce směřující k ochraně životního prostředí je možné uspořádat pro účastníky debatu o nakládání s odpady).
Výhody použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ náročné na organizaci a finanční zabezpečení celé akce ▪ organizátoři akce nebudou chtít umožnit prezentaci či diskusi zpracovávaného dokumentu.
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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

Název:	Workshopy
Krátký popis:	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:	<ul style="list-style-type: none">▪ přímá komunikace a spolupráce zúčastněných stran▪ umožňují důkladné zhodnocení variant řešení
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none">▪ omezená kapacita a časová náročnost▪ potřeba zkušeností s přípravou a vedením workshopu
Praktické rady:	<ul style="list-style-type: none">▪ počet účastníků workshopu je omezený, aby se zachovala efektivní diskuse (obvykle do 15 osob).▪ workshop by měl vést zkušený facilitátor

Název:	Pracovní skupiny
Krátký popis:	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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 činnosti pracovní skupiny mohou být dále využitelné
Limity použití:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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)