

Radnice mluví o vodě: Zkušenosti z komunikace modro-zelených opatření s veřejností

Připravujete opatření pro lepší hospodaření s dešťovou vodou ve své obci a potřebujete, aby je veřejnost dobře přijala? Představíte veřejnosti již hotový projekt, nebo raději vtáhnete občany do jeho přípravy?



Průleh v parku Thomayerovy sady v Praze – ukázka svedení dešťové vody ze zpevněných povrchů

Tento článek představuje dobrou praxi a příklady komunikačních bariér, jež některé územní samosprávné celky s realizací a komunikací tohoto typu opatření zažívají.

BARIÉRY LEPŠÍ KOMUNIKACE

Jako největší problém či bariéra spojená s komunikací opatření hospodaření s dešťovou vodou (HDV) se jeví nedostatek pracovníků, kteří se komunikaci cíleně věnují. Radnice se poté komplikovaně vypořádává s různými negativními reakcemi obyvatel a kvůli nedostatečné komunikaci vznikají mnohá nedorozumění. Občané mezi sebou často šíří informace, které nejsou založeny na pravdě. Zároveň městům chybí zpětná vazba od samotných obyvatel, nebo je trápí obecný nezájem o dění ve městě.

Typickým problémem pro komunikaci jsou pak stavební aktivity developerů, kteří v některých případech neřeší provázanost svých projektů vůči jejich okolí.

PILOTNÍ PROJEKTY JSOU ZÁSADNÍ

V praxi se ukazuje, že změny povědomí o smysluplnosti opatření lze velmi dobře dosáhnout povedeným pilotním projektem. Na něj je pak možné zpětně odkazovat a upozorňovat, že i přes počáteční nejisto-

tu se ve výsledku podařilo veřejný prostor zkvalitnit a je hojně využíváný.

Je na místě prvním projektům odkazujícím na lepší hospodaření s dešťovou vodou věnovat potřebnou velkou pozornost a promyslet je nejenom ve spolupráci s občany, ale i s odborníky v dané oblasti, jako jsou například krajinářští architekti nebo vodohospodáři. Úspěšnými projekty si lze „připravit půdu“ pro projekty budoucí.

KDY, JAK A S KÝM KOMUNIKOVAT

Komunikaci jakéhokoliv opatření je nutné promýšlet už s prvními fázemi přípravy projektů opatření hospodaření s dešťovou vodou. Obec může díky komunikaci s občany získat nové náměty, další náhledy na řešenou věc, a získat tak veřejnost na svou stranu.

Zároveň by obec měla dělat osvětu, aby si alespoň část veřejnosti uvědomovala význam opatření HDV.

V době, kdy se příprava projektů překlápí do konkrétních plánů, je úkolem radnice zohlednit koncepční a strategické dokumenty obce, zpracovat potřeby obyvatel a průběžně sbírat zpětnou vazbu.

Během samotné realizace mohou vznikat situace, kdy je vhodné aktivně zapojit veřejnost, využívat nestranné odborníky při konfliktech a neustávat ve vysvětlování okolností.

Po tom, kdy je opatření zavedeno, je zapotřebí jej udržovat, nenechat se zlomit případnými stížnostmi na samém počátku a řešení využívat nejen v rámci společenského života obce, ale také pro další prezentaci toho, co v obci funguje.

DOBŘÁ KOMUNIKAČNÍ PRAXE

Komunikačních nástrojů je mnoho, úspěšné bývají obce, které využívají tradiční i ty inovativní. Stále jedním z nejúspěšnějších kanálů pro komunikaci s občany jsou městské noviny, které obvykle svojí distribucí do schránek občanů osloví nejširší spektrum lidí. Často mívají i svou on-line podobu. Zkušenosti z interních průzkumů v českých, moravských a slezských městech ukazují, že se radnicím díky městským novinám podaří oslovovat nejenom starší skupiny obyvatel.

Krátce o týmu, jehož členy jsou i autoři tohoto textu

■ Oba autoři jsou součástí týmu, který společně s odborníky z Univerzity J. E. Purkyně v Ústí nad Labem (UJEP) a z Českého vysokého učení technického v Praze (ČVUT) řeší tříletý projekt s názvem Obce

mluví o vodě zaměřený na způsoby efektivní komunikace opatření pro lepší hospodaření s dešťovou vodou na úrovni obcí a měst.

■ Kontaktní adresa: lucie.povolna@ujep.cz.



FOTO: ARCHIV AUTORU

Štérkový záhon – propustný povrch pro dešťovou vodu na náměstí ve Žďáře nad Sázavou

Další významný kanál je hojně využívaný mobilní rozhlas či webové platformy určené přímo pro prezentaci záměrů a projektů města, jako například PinCity. Různě úspěšná jsou města také při používání sociálních sítí jako Facebook, Instagram a YouTube. Stále více se osvědčuje komunikace prostřednictvím videí.

OSOBNÍ SETKÁVÁNÍ

Ukazuje se, že osobní výměna názorů má pozitivní vliv na dosažení vzájemné dohody. Tato setkání je vhodné realizovat na neutrální půdě, pokud možno přímo na místě řešení. Osvědčilo se také propojení takovýchto debat se vzdělávacími nebo rodinnými akcemi, kde občané mohou spojit příjemné s užitečným.

Kvůli pandemickým omezením spousta obcí zavedla pravidelná on-line setkávání, o něž evidují zpravidla větší zájem občanů než v případě, kdy tato setkání byla organizována například v prostorách radnice. Některé obce se také pouštějí do prezentace svých témat přímo ve veřejném prostoru ve formě veřejných výstav či spolupráce s médii.

Otázkou je, co v souvislosti s opatřeními HDV přesně komunikovat v daném městě či v dané obci. Ne vždy to musí být bezprostředně voda jako taková, neboť občan často slyší například na to, že lepší hospodaření s dešťovou vodou ušetří náklady na údržbu zeleně nebo – třeba v případě realizace zelených střech, náklady na vytápění v objektu.

Pokud však obec potřebuje komunikovat konkrétní problematiku vůči konkrétní skupině občanů, vyplatí se tuto skupinu oslovit například jako např. obesláním cílové skupiny s letáčky, které oznamují třeba možnost využít konkrétní dotace.

POLITICKÁ ODVAHA JE ZÁSADNÍ

Základem každého starosty, radního a zastupitele, který dobře komunikuje s občany, je znalost místního kontextu, či přímo místních názorových leaderů, stejně jako politická odvaha. Vyplácí se také brát na pomoc nezávislé odborníky.

Zároveň je důležité, aby spolu jednotlivá oddělení úřadu, respektive jejich pracovníci, komunikovali a vzájemně se podporovali. Některá města také akceptovala uskupení místních občanů, kteří tvoří jakousi dozorcí radu, jež radnicím poskytuje zpětnou vazbu.

Dále se vyplácí identifikovat cílové skupiny pro vlastní komunikaci, ale i kanály – ne všichni musí (chtějí) vědět všechno.

Otázkou je, co v souvislosti s opatřeními HDV přesně komunikovat. Ne vždy to musí být bezprostředně voda jako taková, neboť občan často slyší například na to, že lepší hospodaření s dešťovou vodou ušetří náklady na údržbu zeleně nebo – třeba v případě realizace zelených střech, náklady na vytápění v objektu.

ZÁVĚREM

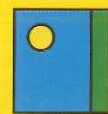
Téma hledání úspěšných metod komunikace s občany jde ruku v ruce s tématem realizace HDV opatření. Komunikace napomáhá odbourávání bariér v přijímání opatření a pomáhá vytvářet řešení, která jsou dlouhodobě kladně hodnocená.

Téma komunikace navazuje na aktivity, jejichž výsledkem je publikace Voda ve městě, která je volně k dispozici na www.vodavemeste.cz.

Ing. LUCIE POVOLNÁ, Ph.D.,
Ing. MAREK HEKRLE,

výzkumníci z Fakulty sociálně ekonomické
Univerzity J. E. Purkyně v Ústí nad Labem

BARENBRUG



ŠPIČKOVÁ TRAVNÍ OSIVA



2022

Zástupce pro Českou republiku:

ADAM

ZAHRADNICKÁ A.S.

ADAM Zahradnická a.s.
664 31 LELEKOVICE, Lelekovice 866
tel.: 541 232 700, fax: 541 232 720
e-mail: travniky@adamza.cz

www.adam-travniky.cz