

Projekt podpory vzdelanosti študentov SŠ v oblasti samospráv miest

Katarína Ludrovská
Katarína Pobjecká

Bakalárska práca
2006



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

nascannované zadání s. 1

nascannované zadání s. 2

ABSTRAKT

V bakalárskej práci „Projekt podpory vzdelanosti študentov SŠ v oblasti samospráv miest“ sa zaoberáme tématickou komunikácie mesta a občana (dôraz kladieme na mladého občana) celkovo. V teoretickej časti sme spracovali komunikáciu samosprávy mesta a informovanosť obyvateľov, kde sme sa zamerali hlavne na pôsobenie radnice, jej imidž, otázku korupcie a akú úlohu zohráva v povedomí obyvateľov starosta. Výsledky výskumov sú spracované percentuálne. V druhej časti sme pokladali za vhodné vysvetliť postupy a princípy dobre zostavenej prezentácie (komunikácie s publikom - v prenesenom význame - s občanmi mesta). Praktická časť sa týka mesta Piešťan. Priblížili sme tu čitateľovi konkrétnu stratégiu mesta, ktorú považujeme za príkladnú. Vyvrcholením našej práce (Praktická časť) bolo monitorovanie konkrétneho projektu, ktorý mal za úlohu zvýšiť povedomie (vzdelanie) hlavne mladých – novej generácie o stratégiách, činnosti a komunikácii mesta Piešťan.

Kľúčové slová: mestská samospráva, komunikácia, mesto, obec, občan, starosta, prezentácia, stratégia mesta, mesto Piešťany, projekt, mládež, rozvoj.

ABSTRACT

For the purposes of bachelor work named “Project for support student education on the field of self-government towns and cities” we are concerned with communication between city and citizen. In this communication we place emphasis on the young citizen. The theoretical part of this paper is discussing communication of the self-government city, which is mainly focused on city hall activities, its image, the question of corruption and a role of mayor in the citizens’ minds. Research outcomes are elaborated percentage.

In the second part it was necessary to research and discuss the procedures, methods and principles of good presentation (communication with audience transfer to citizens). The practical part concerns city Piešťany. We would like to introduce to the reader real city strategy, which we consider to be exemplary for the

other cities. Culmination of our work was monitoring real projects. This project was oriented on young people and it helps residence their knowledge about strategy, activities and communication city Piešťany.

Key words: city self-government, communication, city, village, citizen, mayor, presentation, strategy of the city, city Piešťany, project, youth, development.

Motto:

„Ked' chceš postaviť loď, nezvolaj ľudí na to,
aby ti zaobstarali drevo a pripravili náradie, nerozdaj úlohy,
ale nauč ich túžbe po nekonečných diaľavách...“

Antoine de Saint-Exupéry

Úprimné poďakovanie:

V prvom rade by sme sa rady poďakovali nášmu konzultantovi PhDr. Miroslavovi Zelinskému, CSc., za cenné rady a vládny prístup. Ďalej ďakujeme organizátorom a prednášajúcim projektu „Naše Piešťany“ za pomoc pri zbieraní informácií, za umožnenie nám sa zúčastniť projektu osobne, a tým za získanú nenahraditeľnú skúsenosť.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČASŤ	11
1 KOMUNIKÁCIA SAMOSPRÁVY MESTA	12
1.1 SITUÁCIA NA SLOVENSKU	13
1.1.1 Informovanosť kontra spokojnosť	14
1.1.2 Hodnotenie životných podmienok v meste a korupcia	15
1.2 SITUÁCIA V ČESKEJ REPUBLIKE.....	17
1.2.1 Hodnotenie mestského úradu (magistrátu)	17
1.2.2 Hodnotenie starostu (primátora)	19
2 PRÍPRAVA PREZENTÁCIE	21
2.1 CIELE PRÍPRAVY PREZENTÁCIE	21
2.1.1 Sedem zlatých príkazaní na prípravu prezentácie	21
2.2 STANOVENIE CIEĽA	22
2.3 ANALÝZA POSLUCHÁČOV A SITUÁCIE	22
2.4 SPRACOVANIE PREZENTÁCIE	23
2.4.1 Zber podkladov	24
2.4.2 Posúdenie psychologickej stránky prezentácie	25
2.4.3 Nácvik prezentácie	25
2.5 VLASTNÉ PREVEDENIE PREJAVU	28
2.5.1 Organizácia prejavu	28
2.5.2 Prednes	30
2.5.3 Neverbálne a paralingvistické zložky	31
II PRAKTICKÁ ČASŤ	33
3 STRATÉGIA MESTA PIEŠŤANY	34
3.1 NÁVRH STRATEGICKÝCH PLÁNOV	34
3.2 REALIZÁCIA STRATEGICKÝCH PLÁNOV	36
III PROJEKTOVÁ ČASŤ	38
4 PREDSTAVENIE PROJEKTU „NAŠE PIEŠŤANY“	39
4.1 STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA PROJEKTU „NAŠE PIEŠŤANY“	39
4.2 HLAVNÉ CIELE PROJEKTU	40
4.3 AKTIVITY PROJEKTU	41
4.3.1 Teoreticko - praktická časť	41
4.3.2 Praktická časť	42
4.4 VYHLÁSENIA JEDNOTLIVÝCH PREDNÁŠAJÚCICH	42
Občan a miestna samospráva	42
Úvod k prednáške	43

Trvalo udržatelný rozvoj v rámci projektu „Naše Piešťany”	44
Územný plán	44
4.5 FINANCOVANIE PROJEKTU „NAŠE PIEŠŤANY“	46
4.6 VYHODNOTENIE PROJEKTU „NAŠE PIEŠŤANY“	46
V rámci projektu sa uskutočnili tieto prednášky	46
Vyhodnotenie kvantitatívnych ukazovateľov	48
Propagácia aktivít projektu	48
Verejný dozor	48
ZÁVER	50
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	51
ZOZNAM OBRÁZKOV	52
ZOZNAM PRÍLOH	53

ÚVOD

V našej práci sme sa rozhodli zaoberať sa problematikou, ktorá sa stáva stále viac nenahraditeľnou – komunikáciou mesta a občana. Jednoduché slovo, ktoré však zahŕňa tak veľa. V dnešnej dobe si štátne inštitúcie čoraz viac uvedomujú, ako veľmi závisí ich činnosť od obyvateľov. Človek ako jednotlivec už nie je „len“ meno a číslo v úradnom zázname, ale dôležitá jednotka, ktorá vyjadruje svoj názor a má právo rozhodovať a čo je najdôležitejšie - svoje právo aj náležite využíva. Časy komunizmu, keď mojich rodičov učili byť ticho a poslúchať sú dávno preč. Nastúpila nová generácia, ktorá je smelá, riadi svoj život a chce sa mať dobre. Miestne samosprávy pochopili, že je v ich prospech informovať občanov, zaujímať sa o nich a vychádzať im v ústrety. Netransparentnosť znamená krátkozrakosť, lebo človek ktorý nevie, čo pre neho magistrát robí, je kritický a nedôverčivý.

Nápad napísať bakalársku prácu na tému „Projekt podpory vzdelanosti študentov SŠ v oblasti samospráv miest“ vznikol zároveň s konkrétnym projektom prebiehajúcim minulý rok v meste Piešťany. Problematika nás natoľko zaujala, že sme sa projektu aj osobne zúčastnili. Môžem tvrdiť, že mesto má výborne spracovanú stratégiu mesta, ktorú plní. Piešťany napredujú svojou modernizáciou nielen navonok, ale pýchu a patriotizmus cítiť z ľudí - obyvateľov mesta. Zamerať sa s osvetou a upriamiť komunikačnú stratégiu hlavne na mládež, sa mi zdá viac než šťastné.

V našej práci sme spracovali zaujímavé informácie, ktorými chceme obohatiť znalosti čitateľa. Porovnáваме Slovensko a Českú Republiku, čo sa týka vzťahu radnica - občan, teoreticky podávame návod ako správne prezentovať svoje názory. Právom vyzdvihujeme stratégiu mesta Piešťany, o ktorú sa zaslúžili mladí, vzdelaní a uvedomelí pracovníci samosprávy mesta, ale aj podnikatelia a samotní obyvatelia mesta. Ruka v ruke spolupracujú a naplňajú svoje vízie. A nakoniec predstavíme projekt „Naše Piešťany“, zameraný na osvetu mládeže.

Mohlo by sa stať, že by mal niekto výhrady k názvu našej bakalárskej práce, pretože na prvý pohľad sa môže zdať, že sa názov týka len konkrétneho projektu.

Nie je to však tak. Projekt znamená návrh, ktorý je jedinečný, neopakovateľný a inovačný. Pod týmto pojmom si predstavujeme celú snahu rozvoja vzťahu mesto - obyvateľ, jednoducho celú premyslenú a kontinuálnu stratégiu komunikácie. To, že zdôrazňujeme podporu vzdelanosti študentov stredných škôl znamená, že súhlasíme aby sa mesto zameralo hlavne na mladých, na študentov, ktorí nepracujú, totiž neriešia existenčné problémy a môžu vnímať svoje postavenie v spoločnosti hneď od začiatku pozitívnejšie.

Čo dodať? Prajeme si, aby vás naša práca obohatila aspoň tak, ako nás. Aby ste si aj vy možno trochu viac uvedomili, aký ste ako jednotlivci pre spoločnosť dôležití a náležite podľa toho konali.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 KOMUNIKÁCIA SAMOSPRÁVY MESTA

Mesto, či obec je zložitý, bohato štruktúrovaný celok, ktorý plní najrôznejšie funkcie a je využívaný rôznymi sociálnymi, profesijnými i záujmovými skupinami. Aby súčasné mestá mohli fungovať, je pre ne životne dôležité, aby sa ich obyvatelia dokázali navzájom dohovoriť, tolerovať, rešpektovať a tiež spolupracovať. Aby sa mestá úspešne rozvíjali, musia ich predstavitelia plánovať, koordinovať a usmerňovať aktivity, ktoré na území mesta prebiehajú. Musia tiež občanov zoznamovať so svojimi závermi a vysvetľovať im význam a dôsledky svojich rozhodnutí pre ďalší dlhodobý rozvoj mesta i pre konkrétny každodenný život jeho obyvateľov.

Komunikáciu radníc by sa dalo posudzovať z viacerých uhľov pohľadu. Ten prvý je kultúrno – demografický, ktorý vyjadruje, že tradične používané spôsoby, ktoré sú závislé od kultúry sú viac či menej emocionálne, agresívne, konzervatívne či „pozitívne posilňujúce“. Významným diferenciačným prvkom je tiež vzdelanie.

Druhý pohľad je technický (organizačný). Jeho význam je tým väčší, čím viac radniciam záleží na tom, aby sa určitá informácia naozaj dostala k svojmu adresátovi. V tomto prípade úspešnosť spočíva predovšetkým v znalosti adresáta, vhodnom výbere komunikačnej stratégie, komunikačných kanálov a spôsoboch overovania spätnej väzby.

Tretí pohľad je strategický (konceptný). Tu by sa mali radnice zamyslieť nad tým „prečo“ komunikovať. Mala by ich zaujímať problematika sociálnej starostlivosti a jej ďalší rozvoj, či chcú prispieť k rozvoju súkromného podnikania vo svojom meste atď.

Posledný a veľmi dôležitý uhol pohľadu je morálny. Chcú radnice skutočne prispievať k rozvoju mesta, snažiť sa o to, aby v ňom ľudom dobre bývalo a pracovalo? Alebo je pre nich viac podstatné udržať si pohodlné a slušne platené miesto, je pre nich viac dôležitá moc?

1.1 Situácia na Slovensku

Ako možno charakterizovať dobrú komunikáciu samosprávy s verejnosťou? Účastníci česko-slovenského seminára Komunikujúce mesto v Kopřivnici v roku 1997 odpovedali takto :

„Preventívne pôsobenie, aby nedochádzalo ku konfliktom.“

„Je tvorivá na asertívnych základoch.“

„Je to partnersky rovnocenný dialóg.“

„Znamená pochopenie oboch strán.“

„Je to zjednocujúca komunikácia, keď samospráva je časťou verejnosti.“

Keďže komunikácia je dvojsmerný proces, hodnotenie, či je komunikácia dobrá alebo nie, podávajú práve účastníci komunikačného procesu. Ich spokojnosť závisí od toho, čo obidve strany od komunikácie očakávajú a čo od nej napokon dostanú. (Bernátová, 2001, s. 6)

Cieľom projektov, kedy mesto komunikuje s okolím by mala byť vo všeobecnosti rozvoj a podpora miestnej demokracie prostredníctvom zvýšenia povedomia o význame komunikácie miestnej samosprávy s verejnosťou. Ďalej monitorovanie súčasného stavu verejnej mienky o práci orgánov miestnej samosprávy, definovanie základných problémov vo vzťahu občana kontra zástupcovia orgánov miestnej samosprávy a zdokonaľovanie komunikácie medzi miestnou samosprávou a verejnosťou. Na jednej strane je treba naučiť pracovníkov samosprávy hľadať efektívne komunikačné kanály k občanom a počúvať ich názor, poznať ich potreby a očakávania. Na druhej strane je nutné postaviť aj občanov do pozície rovnocenného partnera samosprávy, ktorý pozná svoje práva a povinnosti a využíva svoju „moc“. Dôležité však je, aby zo strany samosprávy, ako aj zo strany občanov existovala snaha o dohovor a rešpektovanie sa.

Pri jednotlivých prebiehajúcich výskumoch v slovenských mestách bola potvrdená skutočnosť, že čím menej sú ľudia o práci mestského úradu informovaní, tým menej sú s jeho prácou spokojní. Rovnakú skutočnosť potvrdzujú aj výskumy v ČR. (Vaňová, Kološťová, 2001, str. 10)

1.1.1 Informovanost' kontra spokojnost'

Napriek tomu skutočnosti, že samospráva je najbližšie k občanovi, ani jeden z uskutočnených výskumov nepotvrdil nadpriemernú informovanosť občanov. Väčšinou sú ľudia informovaní priemerne (49 % respondentov) a 21 % občanov sa o činnosť mestského úradu nezaujíma. Za zamyslenie však stojí skutočnosť, že asi 32 % občanov sa považuje za informovaných len podpriemerne.

Pokiaľ ide o spokojnosť obyvateľov, najviac sú ľudia spokojní s činnosťou primátora vo svojom meste (53,6 % respondentov). Zrejme to súvisí s tým, že pre obyvateľov je primátor najznámejšou osobnosťou reprezentujúcou mestský úrad i samosprávu v meste a podľa neho, jeho aktivít a prezentácie na verejnosti do značnej miery hodnotia i dianie v meste. Len 25,3 % respondentov je s prácou primátora nespokojných a 21 % sa nevie k jeho práci vyjadriť.

Spokojnosť s mestským zastupiteľstvom prejavilo 35,4 % respondentov, 25,1 % respondentov je nespokojných a až 39,2 % respondentov sa nevie k práci mestského zastupiteľstva vyjadriť. Súvisí to s tým, že obyvatelia veľmi často neovládajú organizáciu samosprávy a ani proces rozhodovania v samospráve, čo často vedie k nesprávnemu posudzovaniu kompetencií v samospráve.

Z tých respondentov, ktorí niečo na mestskom úrade vybavujú ojedinele alebo často, bolo s prístupom zamestnancov 36,8 % spokojných a 15,1 % nespokojných.

Vzhľadom na to, že obyvatelia prichádzajú do styku s mestským úradom zriedkavo, až 88,7 % respondentov sa nedokázalo ku kvalite práce zamestnancov vyjadriť. Výskumy totiž ukázali, že len 8,2 % respondentov navštívi mestský úrad počas roka dosť často, 38 % respondentov prichádza do styku s mestským úradom ojedinele až 53,7 % respondentov nenavštívi mestský úrad vôbec. (Výskumy prebiehali v deviatich slovenských mestách, bolo spracovaných 3 435 dotazníkov. Vaňová, Kološťová, 2001, str. 10)

Informovanosť a komunikácia zo strany samosprávy vo vzťahu k obyvateľom sa javia ako nosné prvky budovania vzájomnej dôvery – potvrdili to aj všetky výskumy. Z odpovedí respondentov z roku 2000 je zrejme, že obyvatelia

považujú za najefektívnejšie zdroje informácií letáky alebo plagáty, ktoré by dostávali priamo do schránky, a rôzne formy medializácie potrebných informácií.

Výskumy ukázali že až 21 % sa o prácu samosprávy nezaujíma. Preto sa dotazníky respondentov pýtali, čo môže mestský úrad urobiť pre to, aby sa zvýšil záujem občanov o dianie v meste? Ako následne vyplývalo z názorov respondentov, občania si myslia, že ich záujem by mohli zvýšiť hlavne osobné stretnutia s primátorom alebo poslancami, príp. zástupcami mestského úradu. Alebo lepšia propagácia činnosti samosprávy cez vlastné noviny, miestnu tlač, miestny rozhlas, resp. televíziu. (Výskumy Komunikujúce mesto, 1996, 1998 a 2000. Vaňová, Kološťová, 2001, str. 13).

1.1.2 Hodnotenie životných podmienok v meste a korupcia

To, že s informovanosťou občanov v našich mestách to skutočne nie je najlepšie, potvrdzuje aj ďalší výsledok výskumu. Respondenti boli opýtaní, ako by zhodnotili zmeny v kvalite životných podmienok vo svojom meste za posledné volebné obdobie – či si myslia, že sa životné podmienky v ich meste zlepšili, zhoršili, alebo sú stále rovnaké. Napriek skutočnosti, že po roku 1990 sa výzor našich miest radikálne zmenil k lepšiemu, v mnohých mestách sa dobudovala a skvalitnila existujúca technická a sociálna infraštruktúra, ľudia túto skutočnosť nedoceňujú. Respektíve ju nevnímajú. Svedčia o tom výpovede respondentov. Vo všetkých mestách, v ktorých bol robený výskum, došlo k zmene kvality životných podmienok a predstavitelia týchto samospráv sa domnievajú, že k lepšiemu. Ani jedno z týchto miest (Bratislava, Košice, Kremnica, Nová Baňa, Pezinok, Prešov, Trenčín, Lučenec, Zvolen) nemá závažnejšie sociálne problémy a napriek tomu len 29,2 % respondentov sa domnieva, že za posledné volebné obdobie sa podmienky v ich meste zlepšili a 16,7 % respondentov sa naopak domnieva, že sa zhoršili. Zarážajúca je však skutočnosť, že viac ako polovica respondentov (54 %) sa domnieva, že podmienky v ich meste sú stále rovnaké. (Výskumy Komunikujúce mesto, 2000. Vaňová, Kološťová, 2001, str. 15).

Možno by sa mali predstavitelia týchto samospráv zamyslieť nad tým, či so svojimi obyvateľmi dostatočne efektívne komunikujú o tom, čo sa v meste deje –

do čoho sa investuje, čo sa buduje, čo sa už podarilo vybudovať, zrekonštruovať, koľko to stálo a pod. Možno by tiež stálo za úvahu, ako do procesu rozhodovania o rôznych kvalitatívnych zmenách v meste zapojiť i občanov, aby tieto zmeny prijali za svoje.

Jedným z aktuálnych problémov, ktorému bola venovaná pozornosť, bol aj problém korupcie zamestnancov mestských úradov a orgánov mesta. Respondenti boli opýtaní, či považujú korupciu zamestnancov mestských úradov a orgánov mesta za rozšírený jav. Výsledky boli zaujímavé a potvrdzujú všeobecne prezentovanú zlú mienku obyvateľstva Slovenska vo vzťahu k akejkoľvek forme byrokracie, či už na úrovni štátu alebo samosprávy.

Alarmujúca je skutočnosť, že až 46,5 % respondentov považuje tento problém za rozšírený jav a len 16,6 % respondentov je opačného názoru. 36,8 % sa nevedelo k problému vyjadriť. (Výskumy Komunikujúce mesto, 2000. Vaňová, Kološtová, 2001, str. 15)

Vyzerá to tak, ako by sa korupcia stala jedným z prvkov charakterizujúcich samosprávu. Preto by sa mali jej predstavitelia zamyslieť nad tým, čo v ľuďoch vyvoláva toto podozrenie. Je to nedostatočná priehľadnosť rozhodnutí, nedostatočná informovanosť o tom, ako rozhodnutia prebiehajú. A samozrejme aj výnimky, ktoré obyvateľov len utvrdzujú v ich presvedčení.

Samospráva musí svojich obyvateľov viac informovať a efektívnejšie s nimi komunikovať. Ako dokazujú predchádzajúce riadky, s úrovňou spokojnosti občanov s prácou samospráv, ako aj s ich informovanosťou o dianí v samospráve by naše samosprávy nemali byť spokojné. Je jasné, že v tomto smere je u nás ešte stále čo naprávať a zlepšovať. Výskumy potvrdzujú, že dôvera a spokojnosť občanov vo vzťahu k samospráve rastú s úrovňou vzájomnej komunikácie.

Skutočnosť, že viac ako 50 % obyvateľov nepríde počas roku na mestský úrad, stojí za zamyslenie predovšetkým vo vzťahu k tomu, kde a ako informovať obyvateľov o práci mestského úradu, kde zverejňovať všeobecne záväzné nariadenia, rôzne zoznamy, pokyny, nariadenia, ak na úrad neprichádza počas roka viac ako polovica dospelých obyvateľov mesta.

Treba zvážiť aj fakt, že z tých respondentov, ktorí mestský úrad navštívili, je 36 % respondentov spokojných s jeho prácou, ale tí, ktorí ho nenavštívili, prejavujú častejšie nespokojnosť. To znamená, že pokiaľ občan nepríde do styku s úradom, je pri hodnotení jeho práce viac kritický. Zrejme to súvisí s jeho nedostatočnou predstavou a informovanosťou, čo všetko úrad robí pre svojich občanov. Pokiaľ ide o kritickosť a prejavenie spokojnosti, je zaujímavé zistenie, že ľudia na Slovensku častejšie a vecnejšie kritizujú ako chvália.

1.2 Situácia v Českej Republike

V rámci projektu Komunikující město sa v roku 1997 zrealizovalo v Českej republike celkom pätnásť rozsiahlejších výskumov, ktoré sú porovnateľné s tými, ktoré boli organizované v Slovenskej republike. Zberu informácií sa zúčastnilo celkom desať miest s rôznou veľkosťou a celkovo viac než tritisícpäťsto štatisticky spracovateľných výpovedí.

1.2.1 Hodnotenie mestského úradu (magistrátu)

Celkovo prevažuje spokojnosť respondentov s činnosťou mestského úradu (47 %) nad nespokojnosťou (29 %). Necelá štvrtina (24 %) opýtaných sa k tejto otázke nevedela vyjadriť. Spokojnosť občanov súvisí nepriamo úmerne s veľkosťou mesta. Čím je mesto menšie, tým je spokojnosť častejšia. Konkrétne v malých mestách je s činnosťou mestského úradu spokojných 83 %, v stredných mestách 45 % a vo veľkých 41 % respondentov. (Foret, Foretová, 1997, s. 17)

Väčší podiel opýtaných (43 %) si myslí, že o činnosti mestského úradu je informovaný nedostatočne, dostatočne svoju mieru informovanosti vníma len 34 %. Informovanosť občanov o práci úradu výrazne súvisí s ich spokojnosťou s činnosťou mestského úradu. Čím lepšie sú občania informovaní, tým častejšie sú s činnosťou mestského úradu spokojní. Konkrétne z tých, ktorí sú dostatočne informovaní, je s činnosťou mestského úradu spokojných 69 %, zatiaľ čo z tých, čo sa nepokladajú za nedostatočne informovaných, je to len 40 %.

V priebehu jedného roka si vybavuje na mestskom úrade nejakú svoju záležitosť menej než polovica opýtaných – presne 43 %. Z nich iba 9 % navštevuje mestský úrad dosť často, kým prevažujúcich 34 % len ojedinele. (Foret, Foretová, 1997, s. 18)

Vlastná osobná skúsenosť súvisí s hodnotením činnosti mestského úradu podstatne menej než vyššie uvedená informovanosť. Pre hodnotenie mestského úradu je teda najdôležitejšie to, čo sa o ňom hovorí, než to, či s ním občania prichádzajú sami do styku.

Ak občania niečo vybavujú na mestskom úrade, sú s prístupom zamestnancov častejšie spokojní (33 %) než nespokojní (14 %). Častejšie sú spokojní tí, ktorí tam vybavujú svoje žiadosti ojedinele (73 %) než tí, ktorí tam chodia často (67 %). Spokojnosť s prístupom zamestnancov je častejšia v menších mestách (51 %) než v mestách stredných (36 %) či veľkých (28 %). (Foret, Foretová, 1997, s. 18)

Čo sa týka imidžu mestského úradu a celkových vlastností zamestnancov miest, občania hodnotia najčastejšie ako priemerné. V prípade odborných schopností sa priemerné hodnotenie objavuje u takmer polovice opýtaných. Pritom práve odborné predpoklady sú v určitom zmysle hodnotené najlepšie – prevažujú nadpriemerné hodnotenia nad podpriemernými. V prípade otvorenosti a ústretovosti voči občanom sú tieto dve polohy v rovnováhe. U dôveryhodnosti prevažujú podpriemerné hodnotenia. Posudzovanie imidžu zamestnancov mestského úradu je ovplyvnené veľkosťou mesta. Čím je mesto väčšie, tým je hodnotenie zamestnancov mestského úradu horšie. Konkrétne uvediem príklad ústretovosti a otvorenosti voči občanom, ktoré ako nadpriemerné pri zamestnancoch mesta v malých mestách 36 % opýtaných, v stredných mestách 14 % a iba 9 % vo veľkých.

Z hľadiska spokojnosti občanov je najdôležitejšia ich informovanosť. Je nielen dôležitejšia než osobná skúsenosť občanov s činnosťou mestského úradu, ale dokonca než imidž samotných zamestnancov. U tých sa ako dôležité vlastnosti vnímajú rešpektovanie prání a potrieb občanov a ústretivosť a otvorenosť voči

občanom. Prístup k občanom, schopnosť zamestnancov mestského úradu komunikovať s verejnosťou sa z hľadiska spokojnosti opýtaných vnímajú ako dôležitejšie než odborné schopnosti úradníkov, ktoré sa považujú za samozrejmosť, či ich dôveryhodnosť a hospodárne spravovanie mestského majetku.

1.2.2 Hodnotenie starostu (primátora)

Pri hodnotení činnosti starostu (primátora) výrazne prevažuje spokojnosť občanov (53 %) nad ich nespokojnosťou (25 %). Necelá štvrtina (22 %) sa k tejto otázke nevedela vyjadriť. Čím je mesto menšie, tým je spokojnosť častejšia. Konkrétne v malých mestách je s činnosťou starostu spokojných 85 %, v stredných mestách 54 % a vo veľkých 47 %.

O činnosti starostu je informovaná väčšia časť opýtaných (46 %) a nedostatočne než dostatočne (34 %). Čím lepšie sú občania informovaní, častejšie sú s činnosťou starostu spokojní. Konkrétne z tých, ktorí sa pokladajú za dostatočne informovaných, je s činnosťou starostu spokojných 80 %, zatiaľ čo z tých, čo sú nedostatočne informovaní, je to 45 %. (Foret, Foretová, 1997, s. 22)

Informovanosť tiež súvisí s veľkosťou mesta a s úrovňou dosiahnutého školského vzdelania občanov. Konkrétne v malom meste je o činnosti starostu dostatočne informovaných 57 %, v stredných mestách 33 % a vo veľkých 31 %. Podobne – dostatočne informovaných je 27 % občanov so základným alebo učňovským vzdelaním, 38 % občanov so stredoškolským vzdelaním a 44 % občanov s vysokoškolským vzdelaním. (Foret, Foretová, 1997, s. 22)

Imidž starostov (primátorov) je dobrý. Podstatne častejšie ich občania poznajú a dokážu sa o nich vyjadriť. Výrazne častejšie sú to nadpriemerné hodnotenia oproti podpriemerným (aj keď stále vedie hodnotenie priemerné). Ako najdôležitejšie sa objavujú jeho odborné schopnosti (profesionalita) a skoro rovnako dôležité je rešpektovanie prianí a potrieb občanov. Naopak, najmenej podstatná sa podobne ako u zastupiteľstva a rady objaví informovanosť občanov. Pre spokojnosť opýtaných je dôležité mať čo najviac informácií o práci úradu,

ústretové a otvorené zastupiteľstvo, ktoré je schopné načúvať ich problémom a starostu a autoritou odborníka.

Z výsledkov výskumov vidíme, že podstatne lepšia situácia (častejšia spokojnosť s činnosťou mestských inštitúcií a dostatočná miera informovanosti) je v malých mestách. Rozdiely medzi strednými a veľkými mestami už nie sú také výrazné. Potvrďuje sa, že problematika malých miest je v komunikácii s verejnosťou priaznivejšia, väčšiu pozornosť je preto potrebné venovať komunikácii v stredných a veľkých mestách.

2 PRÍPRAVA PREZENTÁCIE

2.1 Ciele prípravy prezentácie

- Uvedomiť si kľúčový význam prípravy pre celkový efekt prezentácie a pre zvládnutie trémy a napätia
- Naučiť sa systematicky plánovať a pripravovať prezentáciu, začínajúc stanovením cieľu a analýzami poslucháčov a situácie
- Zoznámiť sa s princípmi a zásadami spracovania obsahu a formy prezentácie
- Uvedomiť si ako poslucháč vníma a spracováva informácie, čo si pamätá
- Pochopiť, akými prostriedkami možno zaujať, presvedčiť poslucháča a udržať jeho pozornosť
- Zoznámiť sa s argumentačnými prostriedkami a pravidlami účinnej argumentácie
- Zoznámiť sa so zásadami pre prípravu pomôcok a formami doladenia prezentácie [2]

2.1.1 Sedem zlatých príkazí na prípravu prezentácie

- Orientácia cieľovej skupiny: oslovte jej ekonomické a osobné záujmy, stanovte si REALISTICKÉ ciele prezentácie
- Najprv určite a zakotvite svoje sdelenia, tie potom zorad'te presvedčivo (argustrukt) alebo informatívne (infostrukt)
- Svoje tvrdenia, výroky doložte faktami a zaujímavými detailmi – menej býva viac

- Pomocou obrázkov vytvárajte základný náhľad na vec, vizualizujte iba tie najdôležitejšie výpovede, vyberte si digitálne a analógové riešenia
- Vizualne pomôcky vytvárajte atraktívne, ale jasnosť a pravdivosť má prednosť pred krásou a show
- Ponechajte si priestor pre vysvetľovanie
- Čím je prezentácia kratšia, tým je dôležitejšie ju vyskúšať na nečisto [3]

2.2 Stanovenie cieľa

- informovať
- presvedčiť (motivovať k jednaniu)
- pobaviť

Ak je cieľom prezentácie informovať, musíme si položiť otázku, ktoré informácie konkrétne chceme aby sa moji poslucháči dozvedeli. V prípade ak chceme o niečom svojich poslucháčov presvedčiť, potom je treba si stanoviť, čo chceme, aby urobili. Súčasťou by mala byť aj odpoveď na otázku, ako chceme, aby sa moji poslucháči cítili.

2.3 Analýza poslucháčov a situácie

Druhým krokom, ktorý predchádza úvahám o obsahu našej prezentácie je analýza. Analýza poslucháčov a situácie, vyhodnotenie podmienok, v ktorých bude prezentácia prebiehať.

Analýza poslucháčov

Aby sme mohli zodpovedne začať s prípravou musíme si položiť otázku, kto sú tí, ktorí ma budú počúvať? Musíme poznať aspoň základnú charakteristiku tých, ku ktorým hovoríme. Sú to odborníci alebo laici, sú to riadiaci pracovníci alebo

špecialisti, sú to začiatovníci alebo sú skúsení v obore, sú mladí alebo starší, iba ženy alebo iba muži?

Okrem sociálneho zloženia svojho publika zvažujeme tiež ich „psychologické nastavenie“ k danej téme a kultúrnemu zázemiu. Psychologické nastavenie znamená mieru ochoty poslucháčov naslúchať vám a vašej téme, mieru, v akej sú ochotní tému prijať alebo ju odmietnuť.

Pri analýze kultúrneho zázemia zvažujeme postoje a hodnoty kultúrne odlišného publika, čo je stále viac a viac realita, s ktorou musíme pracovať.

Analýza situácie a okolností

Musíme sa zaoberať okolnosťami, ktoré vytvárajú základný rámec a podmienky pre našu prezentáciu. Koľko máme na prezentáciu času, v akých podmienkach a prostredí bude prebiehať, čo je k dispozícii a aké technické pomôcky môžeme využívať a v akom rozsahu ich vzhľadom na čas a okolnosti použijeme.

2.4 Spracovanie prezentácie

Jednou z metód, ktorá je do značnej miery zárukou, že nezabudneme na nič dôležitého, je brainstorming. Musíme sa však držať určitých pravidiel:

- uvoľniť sa a rýchlo zaznamenať všetky nápady napr. formou skratiek a hesiel
- zaznamenať každý nápad a súvislosť vrátane nezmyselných
- nehodnotiť nápady a nekritizovať
- nesnažiť sa ich usporadúvať vo fáze nápadov
- ignorovať gramatiku

Základným kritériom a sitom je náš cieľ a výsledky našej analýzy. [4]

2.4.1 Zber podkladov

Keď chceme predniesť nejakú prednášku, musíme k tomuto účelu získať čo najviac adekvátnych prameňov. Získané materiály je treba nielen zhromažďovať, ale tiež tematicky triediť, dôležité je zhromažďovať najmä najnovšie, aktuálne materiály. Najvhodnejšie zdroje sú :

- vlastné skúsenosti a pozorovanie
- rozhovory
- knihy, časopisy a noviny
- internet

Ten, kto nemá žiadne skúsenosti z oboru, o ktorom prednáša, sa môže síce všetko naučiť z knížiek, ale v jeho prejave sa pozná, že je nezasvätený. Na začiatku pozornosť získa, ale postupne ju začne strácať.

Kto už nejaké skúsenosti má, nemusí ich byť veľa, vyvolá záujem, pretože vďaka vlastnej skúsenosti prednáška pôsobí skutočne, kompletne a hlavne dôveryhodne. Vlastná skúsenosť je jedným z najhodnotnejších materiálov, ktoré sa premietajú do prejavu v podobe dokladovania a konkretizovania. Čím viac skúseností, tým viac alternatívnych možností prednášajúci má, jeho záber je širší a kedykoľvek môže reagovať na dotazy poslucháčov. Je treba vedieť o mnoho viac ako povieme v prejave.

Rozhovory môžu byť dobrým zdrojom pre koncipovanie prednášky. Vzhľadom k tomu, že osobne hovoríme s korešpondentmi, získavame informácie. Môžeme získavať aktuálne informácie od ľudí, ktorí sa nejakej akcie osobne zúčastnili alebo sa môžeme pýtať tiež ľudí, ktorí sa akcie osobne nezúčastnili, ale poskytnú nám osobné výpovede, názorovú hladinu, postoje k určitej akcii.

Knižnice sú jedným z najbohatších zdrojov. Avšak niekedy nás môžu frustrovať, keď zistíme, že prameňov je toľko, že nevieme po ktorých siahnuť, ktorým dať prednosť. Nevýhodou kníh je, že sú príliš rozsiahle. Je nutné vyhľadávať selektívne, čítať vyhľadávacím spôsobom a robiť si poznámky.

Zapisovať si nielen informácie v podobe obsahu, strany, z ktorých informácie vypisujeme, ale aj autora, kedy a kým bola kniha vydaná, názov knihy, ISBN.

Internet ponúka o mnoho viac možností získavania informácií. Je treba však povedať, že nie všetky informácie sa dajú získať zadarmo a nie všetky sú dôveryhodné a majú nejakú hodnotu.

2.4.2 Posúdenie psychologickej stránky prezentácie

Kto sa prezentuje pred poslucháčmi by mal pamätať na to, aby ho počúvali aktívne. Mal by dávať pozor na vlastné neverbálne signály, ale aj na verbálne a neverbálne signály poslucháčov. Ďalšou dôležitou vecou je prinútiť poslucháča, aby si to, o čom je reč, zapamätal. K tomu je dobré využiť názorné prezentačné pomôcky – fólie, grafy, obrázky, filmy.

Dôležité je pamätať na to, že prvý dojem ovplyvní výrazným spôsobom to, ako nás budú poslucháči vnímať ďalej.

Posúdenie poslucháčov je neodmysliteľným východiskom pre úpravu prezentácie, aby bola prijateľná a spracovateľná poslucháčmi. Berieme do úvahy ich vzdelanie, vek, pohlavie, zamestnanie, etnický pôvod, rasu, národnosť, geografickú lokalizáciu, ale tiež zaujatie pre vec a zasvätenie do problematiky, či ide o profesionálov alebo laikov.

Všetok materiál, ktorý nazhromaždíme, je nutné upraviť tak, aby rešpektoval publikum a prispôbiť ho k jeho úrovni. Materiál by mal byť, čo najrozmanitejší, aby sme mohli v situáciách, kedy pozornosť začne viaznuť, znovu poslucháčov zaujali niečím novým, zaujímavým.

2.4.3 Nácviik prezentácie

Nácviik prezentácie je vhodný jednak pre zvýšenie pravdepodobnosti úspechu, ale taktiež pre zvýšenie sebavedomia a pre kontrolu toho, či tému nielen poznáme ale dokážeme ju aj prezentovať. Zdelenie je treba pripravovať tak, aby dávalo zmysel nielen nám samým, ale aj poslucháčom.

Pri príprave predslovu je veľmi dôležité rozlišovať hlavné myšlienky a to, čo ich rozvíja. Ak na to budeme dbať, náš prejav bude plynulý a poslucháčom bude pripadať logický. Pri premýšľaní je možné použiť brainstormingové metódy.

Hlavné myšlienky vytvárajú osnovu. Ak máme problém s rozlišovaním ústrednej myšlienky, hlavných myšlienok a myšlienok rozvíjajúcich, napíšeme si všetky myšlienky na kartičky. Tieto kartičky si rozložíme a usporiadame podľa návaznosti myšlienok vyplývajúcich z myšlienky generálnej.

Je niekoľko možností, ako vytvoriť hlavné body prejavu, prednášky. Možno vychádzať z časového usporiadania, z priestorového usporiadania, z riešenia problému, procesu, príčiny, účinku, z motivačnej následnosti a podobne.

Časové usporiadanie

Chronologické usporiadanie je vhodné použiť, ak kladieme dôraz na vývoj nejakého javu v časovej postupnosti. Je vhodné pre použitie v historickom prístupe.

Priestorové usporiadanie

Požívame ho ak chceme, aby publikum vedelo, ako jednotlivé časti tvoria súdržný celok. Keď chceme, aby si poslucháči predstavili náš predmet, vysvetľujeme priestorovo zľava doprava alebo zhora dolu, tak ako to vyhovuje objektu a chápaniu poslucháčov.

Príčina, proces, účinok

V prvej fáze uvádzame, čo je príčinou nejakého procesu, neskôr ako proces prebieha, a nakoniec aké sú dôsledky celého procesu. Nemusíme vždy začínať príčinou a končiť účinkom, môžeme začať procesom alebo celý postup obrátiť a začať s účinkom alebo dôsledkom a postupovať smerom k príčinám, čo môže byť niekedy atraktívnejšie, pretože taký prejav nemá podobu detektívneho scenáru.

Problém a riešenie

Tento postup je podobný predchádzajúcemu. Môžeme načrtnúť nejaký problém a následne hľadať riešenie. V tomto postupe sa však nedoporučuje obracať situáciu ako v predchádzajúcom bode.

Motivačná následnosť

Je to variant usporiadanie problému a riešenia vyvinutý A.H. Monrom. Následnosť je usporiadaná tak, aby presvedčila poslucháčov o danom pohľade na vec a motivovala ich k akcií.

Model má päť fáz:

- Pozornosť – hovoriaci získava pozornosť poslucháčov k téme
- Potreba – hovoriaci vyvolá atmosféru potreby zmeny
- Uspokojenie – hovoriaci prezentuje vlastné riešenie a ukazuje, ako toto riešenie môže uspokojiť potrebu zmeny
- Predstava – na príklade hovoriaci ukazuje, čo sa stane, keď sa aplikuje dané riešenie
- Akcia – hovoriaci naznačuje, aký druh akcie je nutný k dosiahnutiu cieľa, ktorý vznikol v súvislosti s potrebou

Usporiadanie podľa tematických celkov

Pokiaľ nemožno použiť žiadny z predchádzajúcich modelov, doporučuje sa postupovať podľa logických tematických celkov.

2.5 Vlastné prevedenie prejavu

Pre hovoriaceho je dobrý prejav skúsenosť, ktorá sa dá ťažko porovnávať s čímkoľvek iným. Samotný hovoriaci musí niekedy vyvinúť určité úsilie, aby udržal vlastnú pozornosť k svojmu prejavu. Takisto ak má k prejavu rečník vzťah, nikdy necíti také obavy z výsledku.

Je vhodné personifikovať si anonymné auditórium, myslieť na poslucháčov ako na jedincov, nie ako skupinu.

Nezameriavajte sa na seba, nezačínajte slovom ja, zamerajte sa na poslucháčov a na ich potreby. Nesústredte sa na slová, ale skôr na myšlienky, myšlienky vás musia viesť.

2.5.1 Organizácia prejavu

Celý prejav by mal začať predstavením. Predstavenie samého seba vytvára prvý dojem o rečníkovi. Poslucháči ho môžu vnímať buď ako sebavedomého a zrozumiteľného hovoriaceho, alebo v opačnom prípade ako niekoho, kto ani nevie, čo hovorí a na prednáške nemá, čo robiť. V tejto dobe ešte väčšina alebo všetci účastníci počúvajú. V úvode rečník spravidla uvádza o čom bude hovoriť. Nie je nutné, aby základnú tému povedal hneď v prvej vete, môže začať neformálne, nejakou príhodou, vtipom, ktorý sa určitým spôsobom vzťahuje k téme.

Hovoriaci musí vedieť nielen získať, ale tiež udržať pozornosť auditória. To nie je záležitosťou iba prvých slov, ale ide o vyvolanie záujmu z obsahu témy. Poslucháči by mali mať dojem, že téma je zaujímavá, že ich to bude baviť, a že je to pre nich potrebné. Možnosti ako upútať pozornosť:

- v úvode uviesť vtip alebo niečo humorného, začať príbehom, zaujímavou myšlienkou, citátom, názorom iných fundovaných osôb, osobnými skúsenosťami
- poukázať na zvláštnu príležitosť, ku ktorej sa daný deň, prejav alebo udalosť vzťahuje

- vyzdvihnúť význam tematiky pre poslucháčov, pre ich určité možnosti, príležitosti, pre život
- použiť prekvapivé informácie, ktoré poslucháča zaujmú
- položiť otázky smerom k publiku, zaujatosť sa zvýši, pretože poslucháči začnú premýšľať nad odpoveďou

Pri príprave úvodnej časti prejavu rešpektujeme to, že úvod netvorí hlavnú časť prejavu, a nevenujeme mu až príliš veľa času.

Nepretáhujeme zvedavosť poslucháčov tým, že nechávame príliš dlho nezodpovedané otázky. Keď položíme otázku, alebo ju položí poslucháč, snažíme sa na ňu, čo najskôr odpovedať.

Záver prejavu by mali poslucháči pochopiť z toho, ako hovoríme. Už nie je vhodné hovoriť nové myšlienky, skôr je treba vyzdvihnúť podstatu, zhrnúť a spojiť myšlienky, ktoré tvorili jadro celého prejavu, zrekapitulovať, zhodnotiť.

Doporučuje sa tiež inšpirovať poslucháčov k nejakej činnosti, aktivite, ktorá vyplýva ako potreba z novo získaných informácií.

Nedoporučuje sa do záveru vkladať poďakovanie. Povieme záver a posadíme sa, pokiaľ to neurobíme, pokazíme celkový dojem.

Je treba vedieť vnímať poslucháčov, poznať, či pozorne počúvajú, čo sa prejavuje:

- koncentrovanou pozornosťou a očným kontaktom
- reagovaním v podobe neverbálnej podpory
- záujmom o informácie, o ich ďalšie dopĺňovanie tak, že majú dotazy buď v priebehu prednášky alebo po jej skončení

Dodržíme pravidelné pauzy, aby si poslucháči mohli odpočinúť a opäť koncentrovať svoju pozornosť. Pauzy majú svoj zmysel ako znamenia oddeľovania jednej myšlienky od druhej, zosilnenie dôrazu, nútenie k premýšľaniu, ale tiež môžu mať zmysel v tom, aby rečník mohol nabrat' dych a nechal odpočinúť zmysly. Je vhodné ich robiť po každej hlavnej časti, po zvlášť komplikovaných

pasážach, po významných myšlienkach, po pojmoch a po dôležitých prehláseniach.

Používajme slová, ktorým poslucháči rozumejú, ak použijeme cudzie slovo, náležite ho vysvetlíme. Poslucháčom by mal byť jasný zmysel našich slov, mal by ich motivovať k ďalšiemu premýšľaniu o téme. Prejav by mal byť stručný a presný, pokiaľ možno aj názorný.

Dôležité je udržiavať očný kontakt, dbať na hlasovú kvalitu, výslovnosť, artikulovanie, výšku a intenzitu hlasu, rýchlosť reči.

2.5.2 Prednes

Prednes môže mať rôznu podobu.

Prednes bez prípravy

Rečník musí reagovať okamžite, bez prípravy. Napríklad môže byť požiadaný o pripomienky na porade. Ak sme požiadaný o taký prejav, stačí sa len na danou témou zamyslieť, rýchlo si ju usporiadať v myšlienkach, hľadať záchytné body, asociácie, prostredie.

Prednes z písaného textu

Prednes písaného textu znamená takmer sto percentné čítanie. Je samozrejmé, že v rámci prípravy si rečník reč prečíta, aby získal prehľad o načasovaní. Prednes písaného textu umožňuje lepšie pochopenie zo strany poslucháčov a tiež možnosti prípravy kópií pre ľudí, ktorí si chcú prejav prečítať pozorne a v klúde. Skúsený rečník dokáže písaný prejav prezentovať tak, že poslucháči vôbec nemusia poznať, že je reč čítaná.

Prednes z pamäti

Prednes z pamäti predpokladá, že si celý text najprv napíšeme a potom sa ho naučíme. Pre rečníka to má výhody, že si môže naplánovať presnú štylizáciu, frázy, jednotlivé vety, časové dimenzie. Môžu tak byť a priori odstránené niektoré potencionálne chyby. Nevýhodou tohto druhu prejavu môže byť skutočnosť, že sa rečník len ťažko môže odpútať od naučeného textu. To na neho vytvára určitý tlak,

má určité obavy, aby daný text nezabudol, aby myšlienky na seba nadväzovali tak, ako si to pripravil. Dôležité je zapôsobiť prejavom na poslucháča tak, aby nemal pocit, že je to nabíľované, aby prejav znel spontánne a prirodzene.

Improvizovaný prednes

Pri improvizovanom prednese ide o techniku, ktorá vychádza z nejakej písanej osnovy ako oporného bodu. Rečník jednotlivé body spontánne rozvíja. Písaný text je veľmi stručný, je iba základom toho na čom rečník improvizuje. Tento spôsob prednesu má najbližšie ku konverzačnému komunikovaniu práve pre flexibilitu rečníka, ktorý dokáže reagovať na poslucháčov. Nevýhodou je, že rečník sa môže občas zarazit' pri výbere slov, vybavovaní si niektorých detailov. Pokiaľ chce prednášajúci použiť niektoré presné citácie, doklady, čísla, štatistiky, mal by ich mať napísané v podobe poznámok

2.5.3 Neverbálne a paralingvistické zložky

Keď máme niečo prednášať pred publikom, snažíme sa vyzerať, čo najlepšie. To psychicky posilňuje samotného rečníka a zároveň to pôsobí dobrým dojmom na poslucháčov. Oblečenie by malo byť primerané spoločnosti poslucháčov. Byť oblečený dobre znamená byť oblečený v rovnakom štýle ako poslucháči, ale o trošku lepšie ako oni.

Pohyb tela priťahuje pozornosť, keď sa pohybujeme upútame pozornosť skôr ako keď sa nepohybujeme vôbec. Pohyby môžu zdôrazniť dôležité miesta v našom prejave. Na druhej strane môžu tiež odlákať pozornosť od toho, čo hovoríme – najmä pohyby, ktoré sa stále opakujú, pohyby asynchrónne, ale prehnané. Všeobecne platí, že pohyby majú byť v súlade so slovami. Keď rečník plánuje svoj prejav, mal by premýšľať aj o tom, ako to bude s pohybom. Ako bude jeho pohyb pôsobiť na auditórium.

Očný kontakt sa v našich podmienkach považuje za dôležitú zložku komunikácie. Bez udržiavania očného kontaktu riskujeme, že budeme považovaný za nečestných, nervózných a slabochov. Ideálne je ak je rečník v očnom kontakte

s poslucháči 80 - 90% doby prejavu. Keď poslucháči vedia, že sa na nich rečník pozerá, sú o mnoho koncentrovanejší.

Mimika je najhoršie ovládaná vedomou cestou. Máme málo šancí vidieť vlastnú tvár pri prezentácii, preto je ťažké dozvedieť sa ako svojou mimikou pôsobíme.

Gestika je dosť často potláčaná, väčšina rečníkov gestá nepoužíva a keď áno, tak sú stereotypne sa opakujúce a k vyjadreným myšlienkam nepriliehavé. Signály poslucháčom sú tiež to ako sedíme, stojíme alebo chodíme. Treba si tiež uvedomovať aj svoju pózu a nechať si od druhých povedať ako na nich pôsobíme.

Paralingvistické aspekty si musí rečník tiež kontrolovať, všímať si, aká je jeho modelácia hlasu. Nesebavedomý prejav je charakteristický zníženou hlasitosťou. Ak hovoríme príliš rýchlo nie je nám rozumieť, najmä ak je prejav obsahovo náročný. Ak však hovoríme veľmi pomaly, riskujeme, že stratíme pozornosť publika. Artikulácia a výslovnosť nie je dôležitá iba preto, aby nám ľudia rozumeli, ale vypovedá aj o našej kultivovanosti.

Po skončení prezentácie by sme nemali zabúdať na hodnotenie svojho prejavu a učenie sa z chýb. Najdôležitejšiu spätnú väzbu dostaneme v priebehu diskusie a prostredníctvom otázok po prejave. Otázky naznačia, či publikum sledovalo prejav a ako mu rozumelo.[5]

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

3 STRATÉGIA MESTA PIEŠŤANY

Jedinečné liečivé prírodné pramene určovali charakter sídla, neskôr mesta, prakticky od praveku a určujú ho aj dnes. Centrom liečby sa stal v pravom zmysle slova kúpeľný ostrov. Stred mesta, v minulosti tiež mestská časť kúpeľov, na pravej strane rieky Váh, je prepojený s kúpeľným ostrovom viacerými mostmi. Aj tu cítiť príjemnú atmosféru, s dominanciou klubov, kaviarní, kaviarničiek, reštaurácií a ubytovacích zariadení vysokého štandardu. Ďalšou zónou Piešťan je jazero Sĺňava. Patrí medzi lokality s najvyšším počtom slnečných dní na celom území Slovenska. Mesto je známe aj ako „mesto bicyklov“. Existuje tu kvalitná sieť cyklistických trás vo vnútri ako aj mimo mesta. Motto „mesto zdravia“ si Piešťany zaslúžili aj preto, že tu existuje široká paleta športovísk rôzneho druhu a na vysokej úrovni. Oblasť služieb absorbuje významnú časť zamestnanosti mesta. Nedá sa povedať, že by tu neexistoval priemysel. Avšak podporované sú len tie druhy, ktoré neznižujú celkovú atraktivitu mesta vrátane životného prostredia. Čo sa týka školstva, mesto prešlo v minulosti zásadnými zmenami a v súčasnosti sú tu školy s orientáciou na cudzie jazyky a špecializované školy v oblasti cestovného ruchu. Z hľadiska rozvoja sociálnych služieb by mohlo mesto Piešťany ísť taktiež príkladom. Existujúce sociálne zariadenia tvoria malé, samostatné jednotky rodinného typu. Mesto myslí aj na handicapovaných občanov, pre ktorých vybudovalo celý rad bezbariérových služieb. Aj napriek vysokému zastúpeniu turistického ruchu v meste, ostali Piešťany príjemným miestom na bývanie. Naplnením hlavných myšlienok stratégie mesto chce podporovať u obyvateľov zdravý patriotizmus a vzdelanie.

3.1 Návrh strategických plánov

Zvyšovanie atraktivity mesta

Globálnymi cieľmi sú ponechanie a utváranie charakteristického vizuálneho výrazu Piešťan. Zachovanie, hodnôt urbanistickej štruktúry a začlenenia mesta do krajiny, skvalitnenie a doplnenie tejto štruktúry a odstránenie jej závad. Ďalej

udržat' a zachovať historické kultúrne pamiatky mesta. A vypracovanie symbolov mesta – design manuál.

Zvyšovanie kvality životného prostredia

Medzi zámery patrí aj posilňovanie účasti verejnosti v rozhodovacom procese o životnom prostredí a podpora občianskej angažovanosti. Ďalej zvyšovať environmentálne vedomie verejnosti, teda podporovať vzdelávanie a výchovu verejnosti v oblasti environmentálnej výchovy.

Hospodársky rozvoj

Ide o kritickú oblasť podpory a rozvoja výroby. Mesto chce zvýšiť a zlepšiť svoju komunikáciu s podnikateľmi, do čoho patrí organizovanie pravidelných stretnutí podnikateľov a zástupcov mesta. Chce podporiť a uľahčiť začínajúcim podnikateľom vstup na trh tzv. vytvorením podnikateľského inkubátora. Ale aj uľahčiť vstup potenciálnym investorom a pripraviť priestory na podnikanie.

Rozvoj technickej infraštruktúry

Cieľmi mesta je zlepšenie celkovej informatizácie, obnova a rozvoj cestnej siete, otázka vodohospodárskej a energetickej politiky mesta a okolia.

Zvyšovanie kvality riadenia a verejných služieb

Pod tento strategický plán spadá: organizácia mestskej správy, školstvo, sociálne veci a zdravotne postihnutí v meste, kultúra, zdravotníctvo, šport, bývanie. Ďalej daňová a poplatková politika, pozemková politika, bezpečnosť a prevencia kriminality a komunikácia s občanmi. Do cieľov komunikácie s občanmi patrí napríklad zavádzanie nových foriem komunikácie volených orgánov mesta s občanmi ako organizovanie „okrúhlych stolov“ – piešťanské diskusné fórum.

Zvyšovanie imidžu

Ide o systematické budovanie imidžu Piešťan, ako príjemného kúpeľného mesta slnka, vody a zdravia. Do toho reálne spadá napríklad vytvorenie loga mesta (nie heraldický symbol), slogan mesta, vypracovanie etického kódexu Mesta Piešťany. Ďalej príprava informačných materiálov, brožúr, časopisov a tabúl.

Organizovanie kultúrnych podujatí a akcií ako napríklad uskutočnenie filmového festivalu so zameraním na špecifickú tému (napr. zdravie). [6]

3.2 Realizácia strategických plánov

Príprava stratégie bola dielom angažovaných občanov s nápadmi, so znalosťami a skúsenosťami. Realizačná časť projektu si vyžaduje skôr manažérsky prístup. Je logické, že významnú úlohu pri manažmente realizácie projektu zohrá manažment mesta. Na periodickom vyhodnocovaní úspešnosti prijatého programu by sa opäť mali zúčastniť aj členovia Partnerskej komisie (komisia zložená z predstaviteľov podnikateľských subjektov, verejného sektora a mimovládnych organizácií) a najmä občania mesta.

Implementácia jednotlivých projektov si vyžaduje konkrétnych ľudí, ktorí budú viesť projekt od počiatku do konca. Projekty je možné uskutočňovať vlastnými silami mesta, alebo za pomoci externistov. Práve prepojenie interných a externých nositeľov projektov sa urýchli proces realizácie stratégie, resp. môže prebiehať paralelne realizácia viacerých projektov naraz. Je však potrebné, aby existovala koordinačná skupina, ktorá bude dostatočne operatívna a zložená z ľudí verejného a súkromného sektora. Preto bude založená Koordinačná komisia, zložená z primátora mesta, vedúcich komisií pre prípravu strategických plánov a najaktívnejších členov Partnerskej komisie. Úlohou tejto komisie bude monitorovať celkový proces implementácie stratégie a navrhovať zmeny v realizácii strategických plánov, ich doplnenie, prípadne prípravu nových dokumentov potrebných pre napĺňanie vízie mesta. (Stratégia rozvoja mesta Piešťany, Partnerská komisia pre rozvoj mesta, 2004, s. 169)

Po odovzdaní členmi Partnerskej komisie vypracovanej stratégie rozvoja mesta odporúča Partnerská komisia nasledovný postup:

- Primátor mesta predloží strategický plán na rokovanie komisiám pri Mestskom zastupiteľstve, Mestskej rade a Mestskému zastupiteľstvu, ktoré zoberie dokument na vedomie ako východisko pre rozvoj mesta

- Mestské zastupitelstvo schválí zloženie koordinačnej komisie pre realizáciu stratégie a a jej kompetencie (dohľad nad realizáciou strategických plánov a návrh opatrení)
- Jednotlivé opatrenia a úlohy budú zadané príslušným správam mesta a v súlade s organizačným poriadkom mesta, Vedúci správ zadajú úlohy odborom Mestského úradu a budú monitorovať a vyhodnocovať ich plnenie. Monitoring odovzdajú koordinačnej komisii raz za mesiac
- Koordinačná komisia sa bude schádzať prvé dva roky 1x mesačne, neskôr 1x štvrťročne. Dvakrát ročne podá vedúci komisie správu Mestskému zastupiteľstvu
- Jedenkrát ročne sa zíše pôvodná Partnerská komisia, aby zhodnotila priebeh realizácie a schválila zmeny a doplnky
- So stratégiou rozvoja mesta (sumár akčných plánov) bude oboznámená verejnosť cestou internetu, miestnych médií, ale aj vytlačením 1 exemplára skrátenej verzie (celá bude prístupná na www.piestany.sk) pre každú rodinu v Piešťanoch, pre každý podnik, spoločenskú organizáciu
- Navrhované opatrenia budú, spolu s ich priebežným hodnotením stavu ich realizácie, prístupné na www.piestany.sk [6]

III. PROJEKTOVÁ ČASŤ

4 PREDSTAVENIE PROJEKTU „NAŠE PIEŠŤANY“

Predstavenie projektu „Naše Piešťany“, týkajúceho sa oblasti školstva a vzdelávania, ktorého súčasťou je realizácia netradičnej aktivity. Celý projekt sa uskutočňuje pod záštitou neziskovej organizácie ProPolis, ktorá bola založená v apríli roku 2000.

Nezisková organizácia ProPolis sa zameriava na nasledovné aktivity:

- presadzuje a podporuje zásady trvalo udržateľného rozvoja
- v spolupráci s inými partnermi organizuje aktivity pre rozvoj a ochranu kultúrnych hodnôt, vzdelávacie podujatia a prednášky v oblasti svojho záujmu, angažuje sa na úseku prehľbovania občianskej demokracie a riešenia problémov životného prostredia
- spolupracuje s ďalšími, záujmovo príbuznými organizáciami, občianskymi združeniami a so zahraničnými subjektmi v záujme vytvorenia lepších podmienok pre dosahovanie svojich zámerov
- organizuje vzdelávacie podujatia pre študentov základných a stredných škôl mesta Piešťany v oblasti ochrany životného prostredia

4.1 Stručná charakteristika projektu „Naše Piešťany“

Rok 2005 bol Európskym rokom občianstva prostredníctvom vzdelávania. V moderných dejinách demokratické spoločnosti vytvárajú mechanizmy, pomocou ktorých umožňujú občanom spravovať veci verejné aj priamo, pri riešení konkrétnych úloh, nielen prostredníctvom práva voliť raz za 4 roky. Mimovládne neziskové organizácie sú inštitúciami, ktoré občanovi sprostredkujú, uľahčujú či pripomínajú, že táto možnosť pre nich existuje. Jednou z takýchto organizácií je aj nezisková organizácia ProPolis, ktorá sa vo svojom projekte „Naše Piešťany“ zameriava na mladú generáciu s cieľom zvýšiť ich aktivitu a participáciu pri správe a rozvoji mesta. Obsahom projektu sú prednášky s diskusiou pre čo najširšie

spektrum mladých na témy týkajúce sa života a rozvoja mesta i regiónu. Aktivity projektu budú zaujímavým doplnkom vzdelávacieho procesu na stredných školách.

V súčasnom období pozorujeme nedostatočnú občiansku angažovanosť mladých ľudí na dianie v komunite i v oblasti verejných politík, ktoré sa ich priamo dotýkajú – školstvo, kultúra, šport, bývanie. Chýba otvorená platforma na vyjadrenie svojich názorov, príležitostí k vyjadreniu svojich potrieb a pocitov, získania zručností, komunikácie medzi mladými ľuďmi a orgánmi mesta.

Projekt nadväzuje na iniciatívy uskutočnené v rámci projektu Piešťanské fórum (Komunikácia miestnej a regionálnej samosprávy s verejnosťou) a vzdelávacie aktivity projektu Podpory vzniku a pôsobenia siete dlhodobej partnerskej spolupráce na povznesenie regiónu a miestnej komunity prostredníctvom informačnej siete.

Projektom sa sleduje vytvorenie podmienok pre participáciu mladých ľudí v procese plnenia strategických plánov rozvoja mesta a blízkeho regiónu hlavne v týchto oblastiach:

- atraktivita mesta
- kvalita životného prostredia
- kvalita manažmentu mesta (školstvo, kultúra, šport, zdravotníctvo, bývanie)

4.2 Hlavné ciele projektu

- rozšíriť poznatky mladých ľudí o samospráve a o možnostiach participácie pri správe a rozvoji mesta
- vtiahnutie mladých občanov mesta do procesu rozvoja a riadenia mesta za účelom vytvorenia priestoru pre dialóg udržateľný z dlhodobého hľadiska medzi mladými ľuďmi a orgánmi mesta

- zapojiť mladých ľudí do komunitného života a do procesu implementácie vybraných opatrení jednotlivých priorít Stratégie rozvoja mesta Piešťany a obcí Banka a Moravany nad Váhom
- vytvoriť podmienky pre aktívne informovanie mladých ľudí o dianí v meste, možnosť získania a rozvoja zručností v práci s partnermi pri získavaní informácií, pri organizácii aktivít projektu

4.3 Aktivity projektu

4.3.1 Teoreticko - praktická časť

Prednášky s diskusiou pre čo najširšie spektrum mladých na témy týkajúce sa participácie mladých na rozvoji a živote mesta Piešťany:

- Občan a miestna samospráva
- Zodpovednosť a právomoci samosprávy mesta Piešťany
- Staré a nové komunikačné metódy medzi orgánmi mesta a občanmi
- Územný plán mesta (príprava, prerokovanie, záväznosť)
- Trvalo udržateľný rozvoj mesta Piešťany
- Stratégia mesta Piešťany (príprava, prerokovanie, záväznosť)

Prednášať budú odborníci z Piešťan, s teoretickými aj praktickými skúsenosťami:

- Ing. Viktor Nižňanský, PhD.
- Ing. Eva Pobjecká
- Ing. Viliam Vavro
- Ing.arch. Bohuslav Pernecký

4.3.2 Praktická část

Vtiahnutie mladých občanov mesta do procesu rozvoja a riadenia mesta. Na základe prieskumu bude vytipovaná skupina mladých ľudí cca 30, ktorí sa aktívne zúčastnia procesu v rôznych polohách: prípravy, pripomienkovania, implementácie konkrétneho projektu spoločne vybraného zo Stratégie rozvoja mesta mladými ľuďmi. Cieľová skupina projektu sú mladí ľudia vo veku od 14-26 rokov.

V rámci realizácie projektu cieľová skupina získava skúsenosti s prácou v oblasti verejných záležitostí, samosprávy a štátnej správy. Získavajú nové osobné zručnosti a skúsenosti v oblasti získavanie informácií, práci v tíme a v komunikácií. [10]

4.4 Vyhlásenia jednotlivých prednášajúcich

Občan a miestna samospráva

Slovenská republika prešla za posledných 15 rokov nevídaným procesom transformácie spoločnosti. Zo štátu, ktorý bol súčasťou Československej federatívnej republiky, nedemokratického, centrálnie riadeného, s centrálnou plánovaným hospodárstvom sa stal štát demokratický, decentralizovaný, so štátom trhového hospodárstva. Štát, ktorý získal nielen svoju samostatnosť, ale je aj súčasťou OECD, NATO a EÚ.

Realizáciou stratégie decentralizácie sa podarilo do veľkej miery presunúť správu vecí verejných bližšie k občanovi. Časť zodpovednosti priamo na občana a časť na územnú samosprávu. O mnohých oblastiach každodenného života občana dnes už nerozhoduje štátny zamestnanec, ale občan sám, respektíve cestou svojich priamo volených zástupcov na miestnej úrovni a na úrovni vyšších územných celkov.

Na druhej strane realizáciou stratégie politickej a ekonomickej liberalizácie sa výrazne posilnilo postavenie a vplyv občianskej spoločnosti na Slovensku – či ziskového súkromného sektora, alebo neziskového mimovládneho sektora. Týmto spôsobom sa vytvorili na miestnej úrovni v našich obciach a mestách nové, podstatne lepšie podmienky pre spoluprácu a dopĺňanie oboch sektorov (verejného aj súkromného) pri realizácii ich zámerov. Vzájomná spolupráca sa musí prejavovať na kvalite života v meste, na vyššom štandarde služieb a celkovo na vyššej životnej úrovni občanov.

Občan má v decentralizovanom štáte čoraz významnejšiu úlohu. Má viac právomocí, ale aj viac zodpovednosti za kvalitu svojho života. Sám, alebo cestou svojich volených zástupcov, „samospravuje“ rozvoj obce, rozsah, kvalitu a dostupnosť verejných služieb, rozhoduje o výške miestnych daní, o tom, ako sa narába so spoločným obecným majetkom.

Rovnako sa zmenilo aj postavenie úlohy obce, ako inštitúcie. Jej orgány nielenže rozhodujú o mnohých veciach, ale sú aj zodpovedné za rozvoj obce, za jej bohatstvo, za kvalitu života v nej.

O novom postavení občana v miestnej samospráve, ale aj o tom prečo je potrebné mať dlhodobý strategický dokument rozvoja mesta, určujúci konkrétne projekty a priority, o tom, ako je potrebné nájsť dohodu v meste na jeho budúcom rozvoji a o realizácii strategických zámerov sú prvé dve prednášky v rámci cyklu „Naše Piešťany“. [6]

Úvod k prednáške

V samospráve mesta Piešťany pracujem tretí rok. Zaujímavou skutočnosťou bolo pre mňa poznanie, že najaktívnejšou vekovou skupinou v našom meste sú ľudia v dôchodkovom veku. Svoju aktivitu prejavujú predovšetkým v združovaní sa do rôznych spolkov, komunit, v zapájaní sa do diskusií o veciach verejných. Názory tejto skupiny obyvateľstva počuť omnoho častejšie a razantnejšie ako mladej generácie.

Privítala som možnosť zapojiť sa do aktivít, ktoré by mali viesť k nadviazaniu priamej komunikácie s mládežou o tom, čo sú povinnosti, ale i právomoci samosprávy, aké sú možnosti ovplyvňovať smerovanie a riešenie vecí verejných nimi samotnými.

Dúfam, že sa nám podarí zvýšiť aktivitu mládeže a vytvoriť tým názorovú rovnováhu pri riešení problémov verejného života v meste Piešťany. [9]

Trvalo udržateľný rozvoj v rámci projektu „Naše Piešťany“

História trvalo udržateľného rozvoja je krátka. Dôvody k tomu, aby sa touto otázkou a oblasťou života človek zaoberal, siahajú do prvej polovice 20.storočia. V našom meste sme však so zavádzaním princípov trvalej udržateľnosti úplne na počiatku. Jedným z príspevkov je aj prednáška TUR v našom meste v rámci projektu „Naše Piešťany“. Je to nepríjemná téma. Ak má byť myšlienka TUR dôsledne uskutočňovaná, pôjde nám to ťažko a pomaly. Dodržať jeho princípy je totiž nepohodlné, vyžaduje to uvedomelú skromnosť a takmer nepretržitú sebareflexiu. A pritom všetci máme tak málo času na život..., ale je etické iba sa nečinne prizerať, ako odumiera potom Dubová či Červená veža, a ako narastajú problémy s odpadom a dopravou. ProPolis si kladie za cieľ v prvom rade vysvetľovať o čo ide, ale tiež to, že prečo je tomu tak. Iba ak pochopíme súvislosti môžeme niest' aj potrebnú zodpovednosť. [7]

Územný plán

Územný plán je nástroj, pomocou ktorého sa dá pripraviť a ustrážiť perspektíva priestorovej, funkčnej, ale aj ekonomickej štruktúry územia. Dá sa ďalej riadiť jeho vývoj tak, aby boli jednotlivé zložky permanentne vyvážené a aby bol umožnený ich trvalo udržateľný rozvoj. Územný plán vytvára rámec, ktorý tento proces umožňuje a konkretizuje. Jeho úlohou je postrehnúť potenciál územia, ktorým sa zaoberá (región, obec, zóna), jednotlivé záujmy v tomto území a ich súlad so záujmami celého spoločenstva, prírodné či kultúrne hodnoty územia a ich ochranu, slabiny riešeného priestoru a ich odstránenie...

Je to silný nástroj, ktorý treba po všetkých stránkach stále náležite objektivizovať. Jednak je to čo najpresnejšie nastavenie legislatívneho rámca, v ktorom územný plán funguje – to je kompetencia legislatívnych orgánov. Dôležité je však práve dolad'ovanie územného plánu samotného. A to nielen v procese jeho vzniku, kedy územný plán prechádza niekoľkými krokmi, z ktorých každý je mnohostranne prerokovávaný, ale aj počas jeho ďalšej existencie. Územný plán je verejný dokument, je to živý dokument, ktorý netreba nechať zapadať prachom, ale naopak permanentne ho sledovať a podľa potreby aktualizovať. Vznik a vývoj územného plánu je proces dlhý, vlastne trvalý, ktorého úlohou je stále hľadať optimálnu podobu štruktúry územia s potenciálom jeho vyváženého rozvoja.

Neodmysliteľnou súčasťou tohto procesu je permanentná participácia verejnosti na územnom plánovaní vo všetkých jeho fázach. A práve účasť verejnosti na územnom plánovaní je ten uhol pohľadu, ktorý som si zvolil pre svoju prednášku.[5]

4.5 Financovanie projektu „Naše Piešťany“

Rozpočet projektu:

Mzdy, platy	suma
Organizačné zabezpečenie aktivít projektu 1 osoba po dobu 4 mesiace 4 x 5 000 Sk	20 000 Sk
Honoráre lektorom 6 lektorov na 6 prednášok 6 x 3 500 Sk	21 000 Sk
Kancelársky materiál	5 000 Sk
Propagácia	6 000 Sk
Kopírovanie	3 000 Sk
Tlačiarenské práce (pracovné a informačné materiály k prednáškam)	20 000 Sk
SPOLU	75 000 Sk

Výška príspevku od Mestského úradu v Piešťanoch bola 35 000 Sk.

4.6 Vyhodnotenie projektu „Naše Piešťany“

V rámci projektu sa uskutočnili tieto prednášky

Dátum: streda 26. oktobra, 10:00 hod

Názov: Zodpovednosť a právomoci samosprávy mesta Piešťany

Východiská prednášky: Staré a nové komunikačné metódy medzi orgánmi mesta a občanmi

Prednášajúci: Ing. Eva Pobjecká, viceprimátorka mesta Piešťany

Prednášky sa zúčastnilo: 70 študentov Stredného odborného učilišťa elektrotechnického a strojárskeho

Dátum: štvrtok 3. novembra, 10:00 hod

Názov: Trvalo udržateľný rozvoj mesta Piešťany

Prednášajúci: Ing. Viliam Vavro, zástupca n.o. ProPolis

Prednášky sa zúčastnilo: 72 študentov Strednej záhradníckej školy v Piešťanoch a Stredného odborného učilišťa elektrotechnického a strojárskeho

Dátum: utorok 8. novembra, 10:00 hod

Názov: Územný plán mesta

Prednášajúci: Ing. Arch. Bohuslav Pernecký, architektonický ateliér BP

Prednášky sa zúčastnilo: 60 študentov Strednej záhradníckej školy v Piešťanoch a verejnosť

Dátum: utorok 15. novembra, 10:00 hod

Názov: Občan a miestna samospráva

Východisko prednášky: Stratégia mesta Piešťany

Prednášajúci: Ing. Viktor Nižňanský, PhDr., splnomocnenec vlády pre reformu verejnej správy

Prednášky sa zúčastnilo: 73 študentov Gymnázia Pierra de Coubertina v Piešťanoch

Vyhodnotenie kvantitatívnych ukazovateľov

- Účasť mladých ľudí na aktivitách projektu 275 študentov stredných škôl
- Množstvo podporných aktivít a politických rozhodnutí v prospech vývoja komunity
- Množstvo zapojených mladých ľudí do procesu participácie 275 + skupina mladých ľudí
- Príprava, presadenie a realizácia konkrétneho projektu rok 2006

Propagácia aktivít projektu

Pozvánky na prednášky boli publikované v inzertnom týždenníku A.B. Piešťany a týždenníku Radnica, tiež na internetových stránkach www.piestany.sk, www.pic.piestany.sk, www.propolis.sk, www.changenet.sk. Plagáty boli umiestnené v priestoroch mestskej knižnice a mestského úradu.

Verejný dozor

Pôvodný zámer zostaviť skupinu mladých ľudí, ktorí by sa aktívne zaujímali a ovplyvňovali dianie v meste Piešťany. Zástupcovia projektu vytypovali skupiny mladých ľudí, ktorí sa zúčastnili prednášok a prejavili záujem, alebo inak aktívnych mladých ľudí.

Spôsob výberu prebiehal cez zástupcov jednotlivých škôl, prostredníctvom priameho oslovenia a v neposlednom rade komunikáciou s MsÚ.

Úlohou zvolenej skupiny bola príprava, pripomienkovanie, implementácia konkrétneho projektu. Projekt bol vybraný zo Stratégie rozvoja mesta touto

skupinou, podľa ich potrieb, záujmov, znalostí danej problematiky. Pri realizácii nimi vybraného projektu im vedenie mesta pomáhalo a dozeralo na chod projektu. Členovia skupiny boli: Tomáš Lipka, Katarína Pobjecká, Katarína Ludrovská, Ján Pernecký, Radka Nižňanská, Mgr. Petra Zámečnicková, Magdaléna Piršelová, Andrea Šebová, Daniela Dorocáková, zástupca SOU elektrotechnického a strojárskeho, Mário Glos a Matúš Nižňanský.

ZÁVER

Pri tvorbe bakalárskej práce je veľmi dôležitá časť zhromažďovania informácií pred samotným začiatkom. V tejto fáze nášho projektu sme sa ocitli v pomerne komplikovanej situácii, pretože literatúry o problematike ktorou sa zaoberáme, podľa nášho názoru, nie je dostatok. Už z tohto faktu môžeme usúdiť, že informovanosť o dianí a fungovaní politiky na mestskej úrovni nemôže byť vysoká.

Situácia komunikácie mesta a občanov sa v súčasnej dobe zlepšuje, avšak neustále sa stretáva s nedostatočným záujmom zo strany občana byť informovaný. Snaha miest o zlepšenie komunikácie sa stretáva s názorom občana, že je to zavádzajúce a snažia sa ho oklamať. Občan po zlých skúsenostiach z minulosti nejaví záujem dozvedieť sa o fungovaní a napredovaní mesta. Takže budovanie tohto vzťahu si vyžaduje presnosť, úprimnosť a množstvo pokusov zo strany miest.

Mesto Piešťany, ktoré sme si vybrali ako príklad sa rozhodlo venovať pozornosť komunikácií s mladými ľuďmi, ktorí zlé skúsenosti a predsudky z minulosti nemajú. Cyklus prednášok ľudí z praxe mal zabezpečiť prvý krok tejto komunikácie, ktorá sa bude ďalej rozvíjať. Prekvapila nás skutočnosť, že mladí ľudia na prednáškach javili záujem o danú problematiku, pýtali sa množstvo otázok a čo je najdôležitejšie všetko si nechali vysvetliť.

Prečo stále spomíname komunikáciu mesta a občanov? Mestá a obce sa neustále vyvíjajú, tento vývoj by mal byť do veľkej miery podľa predstáv a potrieb občana žijúceho v meste. Mestské zastupiteľstvo, primátor a všetci, ktorí sú zodpovední za fungovanie mesta, by mali mať presnú predstavu o záujmoch občana. Mesto potrebuje mať pravidelnú spätnú väzbu od občana.

Do budúca nám zostáva veriť, že sa viac miest na Slovensku postaví tejto problematike aspoň tak dobre ako mesto Piešťany a občan bude ten ktorého záujmy budú smerodajné.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

[1] BERNÁTOVÁ, Magdaléna a kol. *Komunikujúce mesto na prelome tisícročí*. Ekonomická fakulta UMB v BB, Inštitút rozvoja obcí, miest a regiónov, Banská Bystrica, 2001. ISBN 80-8055-609-1

[2] HOSPODÁŘOVÁ, Ivana. *Prezentační dovednosti*. Alfa Publishing, Praha, 2004. 27 s, ISBN 80-86851-08-7

[3] HIEROLD, Emil. *Rétorika a prezentácia*. Grada publishing a.s., Praha, 2005. 377 s, Príloha 1, ISBN 80-247-0782-9

[4] HOSPODÁŘOVÁ, Ivana. *Prezentační dovednosti*. Alfa Publishing, Praha, 2004. 28 – 32 s, ISBN 80-86851-08-7

[5] MIKULÁŠTÍK, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi*. Grada Publishing a.s., Praha, 2003. 148-173 s, ISBN 80-247-0650-4

[6] NIŽŇANSKÝ, Viktor. *Stratégia rozvoja mesta Piešťany*. Partnerská komisia pre rozvoj mesta, Piešťany, 2004.

[7] PERNECKÝ, Bohuslav. *Územný plán*.

[8] POBJECKÁ, Eva. *Úvod k prednáške*.

[9] VAVRO, Viliam. *Trvalo udržateľný rozvoj v rámci projektu „Naše Piešťany“*.

[10] ZELKOVÁ, Natália, riaditeľka ProPolis n.o.. *Žiadosť o poskytnutie finančného príspevku*.

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok 1, 2 - Fotodokumentácia z prednášky

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha I: Dotazník k projektu „Naše Piešťany“

Príloha II: Vyhodnotenie dotazníka

OBRÁZOK 1, 2 - FOTODOKUMENTÁCIA Z PREDNÁŠKY

Dátum: utorok 15. novembra, 10:00 hod

Názov: Občan a miestna samospráva

Východisko prednášky: Stratégia mesta Piešťany

Prednášajúci: Ing. Viktor Nižňanský, PhDr., splnomocnenec vlády pre reformu verejnej správy

Prednášky sa zúčastnilo: 73 študentov Gymnázia Pierra de Coubertina v Piešťanoch





PRÍLOHA I - DOTAZNÍK

Tento dotazník slúži na zistenie názorov pre výber projektu, ktorý by sa mal realizovať na území mesta Piešťany ako prioritná vec pre mladých (14-26 rokov), trvalo bývajúcich obyvateľov mesta. Je súčasťou projektu Naše Piešťany, ktorý realizuje n.o. Pro Polis, v spolupráci s Mestom Piešťany a Mestskou knižnicou. Projekt je realizovaný v rámci grantového programu Nadácie mládeže Slovenska a financovaný Ministerstvom školstva SR, Mestom Piešťany a nefinančným príspevkom n.o. Pro Polis, MsK a dobrovoľníkov.

1. Pohlavie

- a. Muž
- b. Žena

2. Veková kategória

- a. 14-18 rokov
- b. 19-26 rokov

3. Aká aktivita je Vám najbližšia

- a. Počítač
- b. Fitness
- c. Kolieskové korčule
- d. Skate bording
- e. Cyklistika
- f. Cyklotrial
- g. Plávanie
- h. Jachting, veslovanie, surfovanie, vodné lyžovanie
- i. Hokej
- j. Lyžovanie
- k. Tenis
- l. Futbal
- m. Hudba (aká)
- n. Tanec (aký)
- o. Literatúra (aká)
- p. Iné (vypíšte)

2. Aké priestory sú pre vami uprednostnené aktivity vhodnejšie

- a. Monofunkčné (pre každú aktivitu zvlášť), patriace združeniu, klubu,
- b. Viacúčelové, napr. jeden priestor ktorý môžu zadarmo používať viacerí (hudobné skupiny, určité druhy športu, tanec, kultúrne podujatia,...)

3. Prečo ste súčasťou určitej skupiny (kliky)

- a. Dobre spolu vychádzame
- b. Zažijeme spolu srandu

- c. Máme radi rovnakú hudbu
- d. Bývame v rovnakej štvrti
- e. Poznáme sa zo školy, z práce
- f. Stretávame sa v rovnakom podniku (kaviareň, čajovňa, pub....)
- g. Máme príbuzný životný štýl
- h. Väčšina z nás robí ten istý šport, sme v rovnakom klube
- i. Zasadujeme sa o rovnaké hodnoty
- j. Komunikujeme cez internet
- k. Sme v rovnakej organizácii
- l. Iné dôvody (vypíšte)

4. Komu dôverujete najviac

- a. Len samému sebe
- b. Priateľom
- c. Rodičom
- d. Médiam
- e. Znáмым osobnostiam
- f. Učiteľovi / šéfovi
- g. Reklame
- h. Politikom (miestnym)
- i. Niekomu inému (vypíšte)

5. Kde sa, podľa Vás, oplatí najviac angažovať, ak chcete presadiť určitú vec

- a. V práci
- b. V mimovládnej organizácii, združení, klube
- c. V rámci bydliska
- d. Na škole / na univerzite
- e. V mládežníckych organizáciách / centrách voľného času
- f. V samoorganizovanej skupine
- g. V politickej strane
- h. V cirkvi
- i. V odboroch
- j. V inom prostredí (vypíšte)

PROSÍM ZAKRÚŽKUJTE V KAŽDEJ OTÁZKE

PRÍLOHA II – VYHODNOTENIE DOTAZNÍKA V RÁMCI PROJEKTU „NAŠE PIEŠŤANY“

Nezisková organizácia ProPolis uskutočnila v rámci projektu Naše Piešťany prieskum medzi mladými ľuďmi žijúcimi na území mesta Piešťany vo veku od 14 - 26 rokov s cieľom zistiť **"Čo si mladí prajú, čo si myslia"**?

Prieskum sa uskutočnil v priestoroch mestskej knižnice, na školách na území mesta, boli oslovené aj neziskové organizácie, združenia, jednotlivci a pod. Z celkového počtu distribuovaných 600 kusov dotazníkov bolo zozbieraných 572, z toho platných a správne vyplnených bolo 569.

Z počtu 572 zúčastnených bolo 61,3 % mužského pohlavia (349) a 38,7 % ženského pohlavia (220). Čo sa týka veku respondentov - 69,2 % bolo vo veku 14 -18; v 30,8 % vo veku 18 -26 rokov.

Na otázku Aká aktivita je Vám najbližšia?; sme vyhodnotili tieto odpovede:

Počítač - 39,3 % (225 odpovedí)

Hudba - 37,1 % (212 odpovedí)

Futbal - 24,7 % (141 odpovedí)

Cyklistika - 20,6 % (118 odpovedí)

Plávanie -19,4 % (111 odpovedí)

Hokej - 15,7 % (90 odpovedí)

Kolieskové korčule - 15,6 % (89 odpovedí)

Fitnes - 15,0 % (86 odpovedí)

Lyžovanie - 13,5 % (77 odpovedí)

Tanec - 10,7 % (61 odpovedí)

Literatúra – 6,3 % (36 odpovedí)

Tenis – 5,9 % (34 odpovedí)

Skateboarding – 3,1 % (18 odpovedí)

Jachting, veslovanie, surfovanie, vodné lyžovanie – 3,1 % (18 odpovedí)

Cyklotrial – 1,7 % (10 odpovedí)

Iné – 11,7 %

(umenie, horolezectvo, skauting, kamaráti, biliard, šach, basketbal, sokoliarčenie, hokejbal, rybárstvo, motokros, grafity, hádzaná, vzťah k zvieratám, snowboarding, spev, kolky, stolný tenis, turistika)

Na otázku Aké priestory sú pre vami uprednostnené aktivity vhodnejšie?

z 562 odpovedí boli traja pre obe možnosti, 240 odpovedí čo je 36,4 % označili monofunkčné, polyfunkčné 63,5 % (355 odpovedí)

Mladí ľudia zdôvodnili svoju príslušnosť k určitej skupine takto:

Zažijeme spolu srandu – 55 % (315 odpovedí)

Dobre spolu vychádzame – 46 % (263 odpovedí)

Bývame v rovnakej štvrti – 23,6 % (135 odpovedí)

Poznáme sa zo školy, práce – 23,6 % (135 odpovedí)

Stretávame sa v rovnakom podniku – 23 % (134 odpovedí)

Máme príbuzný životný štýl – 20,3 % (116 odpovedí)

Máme rovnakú hudbu – 12,7 % (73 odpovedí)

Väčšina z nás robí ten istý šport, sme v rovnakom klube – 10,8 % (62 odpovedí)

Zasadzujeme sa o rovnaké hodnoty – 8,6 % (49 odpovedí)

Komunikujeme cez internet – 5,6 % (32 odpovedí)

Sme v rovnakej organizácii – 4 % (23 odpovedí)

Iné dôvody – 1,92 % (11 odpovedí)

Na otázku Komu dôverujete najviac, odpovedali takto:

Rodičom – 62,8 % (359 odpovedí)

Priateľom – 52,1 % (298 odpovedí)
Len samému sebe – 50 % (287 odpovedí)
Učiteľovi / šéfovi – 4 % (23 odpovedí)
Niekomu inému - 3,7 % (21 odpovedí)
Médiám – 1,6 % (9 odpovedí)
Politikom (miestnym) – 1,6 % (9 odpovedí)
Známym osobnostiam – 1,0 % (6 odpovedí)
Reklame - 0,7 % (4 odpovede)

Ak chcú presadiť určitú vec, angažovali by sa nasledovne:

V práci – 36 % (205 odpovedí)
Na škole / na univerzite – 33,0 % (189 odpovedí)
V mimovládnej organizácii, združení, klube – 21,9 % (125 odpovedí)
V rámci bydliska – 13,8 % (79 odpovedí)
V samoorganizovanej skupine – 12 % (71 odpovedí)
V politickej strane – 10,1 % (58 odpovedí)
V mládežníckych organizáciách / centrách voľného času – 9,4 % (54 odpovedí)
V cirkvi – 7,3 % (42 odpovedí)
V inom prostredí - 6,1 % (35 odpovedí)
V odboroch – 4,2 % (24 odpovedí)