

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2012–2014

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Martin Pejša

**Public Relations ve státní správě z pohledu
státního rozpočtu ČR**

Praha 2014

Vedoucí diplomové práce:
Mgr. et Mgr. Martin Nezval

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER COMBINED STUDIES

2012–2014

DIPLOMA THESIS

Martin Pejša

**Public Relations in Civil Service from the perspective of the
state budget of the Czech Republic**

Prague 2014

The Diploma Thesis Work Supervisor:
Mgr. et Mgr. Martin Nezval

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a uvádím v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne: 28. 2. 2014

Martin Pejša

Poděkování

Na tomto místě bych chtěl poděkovat vedoucímu práce Mgr. Martinu Nezvalovi za cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěl k vypracování této diplomové práce. Dále děkuji pracovníkům Ministerstva vnitra ČR a Ministerstva financí ČR za velmi vstřícný přístup a poskytnuté informace. V neposlední řadě také děkuji všem svým blízkým za velkou podporu.

Anotace

Cílem diplomové práce je vyhodnocení komunikace státní správy a mocenských elit (reprezentovaných zejména představiteli politické a hospodářské moci) s veřejností o významu a smyslu výdajů a tvorbě příjmů ve státním rozpočtu.

Diplomová práce je rozdělena do dvou hlavních částí – teoretické a praktické. V teoretické části práce se pojednává a vysvětluje problematika sestavení a schválení státního rozpočtu a dále jsou zde popisovány metody Public Relations a jejich využití ve státní správě. Druhá část práce je věnována analýze, zda se státní správa a mocenské elity zabývají ovlivňováním veřejného mínění ve věci státního rozpočtu. V analytické části je využita kombinace komparativní metody vybraných WWW portálů státní správy (včetně popisu nejčastějších chyb) a dotazníkového šetření. V závěru jsou zpracována doporučení k možnému zlepšení v oblasti Public Relations ve státní správě, a to vzhledem ke státnímu rozpočtu ČR.

Klíčové pojmy

Dotazníková šetření, Internet, komunikace, komparace, média, Public Relations, rozklikávací rozpočet, státní správa, státní rozpočet, weby státní správy.

Annotation

The objective of the thesis is to assess how the Civil Service and the power elite (defined as the representation of political and economic power) communicate with the public about the importance and purpose of the spending and income generation in the state budget.

The thesis is divided into two main parts - theoretical and practical. The theoretical part of the thesis covers and explains the process of buildup and approval of the state budget. It also covers methods of Public Relations and how these are used by the Civil Service. The practical part of the thesis contains an analysis that combines comparison of selected governmental web portals (including a description of the most common errors) with the outcome of a questionnaire survey which was gathering feedback whether the Civil Service and the power elites aim to influence public opinion in relation to the state budget. The final part of the thesis contains recommendations how to improve communication towards the public in the area of state budget.

Key words

Questionnaire survey, internet, communication, media, public relations, electronic budget with the option to drilldown into details, civil service, governmental website.

OBSAH

ÚVOD.....	9
TEORETICKÁ ČÁST.....	11
1 ZMĚNA SPOLEČNOSTI PO ROCE 1989.....	11
2 PUBLIC RELATIONS	14
2.1 Historie Public Relations.....	15
2.2 Současnost v oblasti Public Relations.....	18
2.3 Obsah pojmu Public Relations	21
2.4 Nástroje propagace.....	24
2.5 Public Relations na Internetu	26
2.6 Public Relations versus ostatní nástroje propagace.....	29
3 STÁTNÍ SPRÁVA A SVOBODNÝ PŘÍSTUP K INFORMACÍM	32
3.1 Možnosti státní správy z hlediska komunikace o státním rozpočtu	34
4 ŘÍZENÍ VEŘEJNÝCH FINANČÍ.....	37
4.1 Rozpočtová soustava v ČR.....	38
4.2 Legislativní rámec státního rozpočtu	41
PRAKTICKÁ ČÁST.....	44
5 PUBLIC RELATIONS ČLÁNKY NA INTERNETU	44
5.1 Hodnocení komunikační strategie.....	46
5.2 Stanovení základních hodnoticích kritérií komunikace státní správy	47
6 ANALÝZA METOD PUBLIC RELATIONS	49
6.1 Komparativní metoda šetření	49
6.2 Dotazníkové šetření.....	51
7 ANALÝZA JEDNOTLIVÝCH WEBŮ.....	52
7.1 Vláda České republiky	53
7.2 Ministerstvo financí ČR	56
7.3 Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR	59
7.4 Ministerstvo vnitra ČR.....	61
7.5 Senát Parlamentu ČR	63
7.6 Ministerstvo spravedlnosti ČR	65
7.7 Český úřad zeměměřičský a katastrální	67
7.8 Ministerstvo obrany ČR	69
8 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	72
8.1 Slyšel(a) jste někdy v životě pojem státní rozpočet?	72
8.2 Máte pocit, že jste z médií pravidelně informován(a) informacemi o státním rozpočtu?	73

8.3	Máte pocit, že víte, z jakých částek příjmů a výdajů se státní rozpočet skládá?	74
8.4	Považujete státní rozpočet za věc, která (i když nepřímo) ovlivňuje i váš život?	75
8.5	Zajímáte se o státní rozpočet?	76
8.6	Jaký důvod vás k tomu vede?	77
8.7	Jaké používáte informační zdroje o státním rozpočtu?	78
8.8	Dáváte přednost primárním informacím, nebo zpracovaným komentářům?	79
8.9	Jak často se zajímáte o informace o státním rozpočtu?	80
8.10	Máte pocit, že orgány státní správy potřebují komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve státním rozpočtu?	81
9	ZÁVĚREČNÁ ČÁST	83
9.1	Hodnocení dotazníkového šetření	83
9.2	Hodnocení jednotlivých webů	84
9.3	Ukázky některých nalezených chyb a možnosti řešení	86
	ZÁVĚR	88
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	90
	SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK	95
	SEZNAM PŘÍLOH	97

ÚVOD

„*Vox populi, vox dei.*“

„*Hlas lidu, hlas boží.*“¹

Problematika komunikace je v dnešní době jedním z velkých a aktuálních témat, jelikož většina z nás denně vstupuje do nějakého komunikačního procesu, ať už se záměrem domluvit se na spolupráci, potřebou řešit nějaký problém nebo komunikovat z nějakého jiného důvodu. To, zda se podaří zamýšleného cíle dosáhnout, záleží většinou na úspěšnosti komunikace. Pro komunikaci veřejnosti se státní správou platí toto tvrzení určitě dvojnásobně.

Státní správa je velmi pozorně sledovanou oblastí. O to pečlivěji musí tento sektor komunikovat se svým okolím, ať už se jedná o občany, orgány veřejné moci, firmy, domácí nebo zahraniční subjekty. Zvláště když je nutné veřejnosti představit a zdůvodnit často nepopulární řešení různých situací. Mezi ně patří i schvalování státního rozpočtu. Význam komunikace ve státním a veřejném sektoru lze také hodnotit na základě faktu, že komunikace je důležitým nástrojem státní správy ve vztahu k veřejnosti a že veřejnost podle úrovně této komunikace posuzuje kvalitu fungování orgánů státní moci. V současné době velká část veřejnosti komunikaci se státní správou, institucemi a úřady této země nehodnotí příliš kladně a spíše ji přirovnává ke komunikaci dvou navzájem se nechápajících světů.

Už samotná zkušenost s komunikací státní správy a veřejnosti o pojmu státní rozpočet je trochu úsměvná. Většina občanů potvrdí, že pojem státní rozpočet ve svém životě slyšela a že z médií je pravidelně zásobena informacemi o státním rozpočtu (např. že je projednáván, že byl schválen, že je deficitní nebo vyrovnaný atd.). Problém většinou nastane, pokud se vzápětí téže osoby zeptáte: „A jak ten státní rozpočet vlastně vypadá, z čeho se skládá?“ Pokud rovnou nezavládne ticho, respondent většinou odpoví jen stroze a bez hlubší znalosti dalších podrobností (výjimku samozřejmě tvoří odborná veřejnost se zaměřením na ekonomiku). Tato situace je o to víc zarážející, když položíte

¹ Myšlenku poprvé zformuloval v 8. století př. n. l. antický řecký básník Hésiodos. Latinsky je fráze poprvé zaznamenána v podání mnicha Alcuina, rádce Karla Velikého, v jeho dopise Karlovi z 8. století n. l. – Zdroj: NOVOTNÝ, M. *Vox populi* [online]. Český rozhlas Region, 2006-01-16 [cit. 2013-11-08]. Dostupné z WWW: http://m.rozhlas.cz/strednicechy/slova/_zprava/vox-populi--205890.

poslední, třetí otázku: „Považujete státní rozpočet za věc, která – i když nepřímo – ovlivňuje váš život (formou daní, dotací, atd.)?“ Následuje většinou odpověď: „Ano – považuji.“

Tato práce se zabývá právě jedním z typických procesů komunikace orgánů státní správy s veřejností. Budu v ní zkoumat, jak jsou užity metody Public Relations při zdůvodňování smyslu výdajů a tvorby příjmů státního rozpočtu.

Proto bude nutno v úvodu práce teoreticky osvětlit nejen problematiku komunikace a v rámci ní i Public Relations, ale také postup při tvorbě a schvalování státního rozpočtu. Poté bude možno přistoupit k vlastní analýze metod komunikace příslušných orgánů státní správy s veřejností.

Cílem práce bude tedy analýza metod Public Relations ve státní správě v oblasti tvorby státního rozpočtu. V práci budou zodpovězeny i dvě výzkumné otázky. Zaprvé, jaká je kvalita jednotlivých www portálů státní správy, kde je možno najít informace k problematice státního rozpočtu. Zadruhé, zda se státní správa dopouští při komunikaci s veřejností nějakých chyb. Pro účely této práce je také stanovena hypotéza, kterou bude nutno ověřit. Jedná se o tvrzení, že orgány státní správy potřebují komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky.

Při stanovení tématu diplomové práce jsem vyšel především ze svého více než patnáctiletého působení v oblasti komunikace s jednotlivými ministerstvy ČR při přípravě a realizaci evidencí státního rozpočtu. Praktické zkušenosti jsem také rozšířil pětiletým studiem mediální komunikace.

Čtenář této práce si tak udělá obrázek, jakým způsobem probíhá komunikace státní správy s veřejností na téma státní rozpočet. Seznámí se s jednotlivými metodami a nejčastějšími chybami při procesu komunikace. Získá také teoretické poznatky z oblasti Public Relations a z procesu tvorby státního rozpočtu. Nutno také dodat, že komunikaci s veřejností nelze v žádném případě podceňovat, ať už se jedná o státní rozpočet nebo jinou oblast. Proto se v závěru této práce pokusím vyhodnotit způsob komunikace státní správy s veřejností, včetně chyb, kterých se státní správa v tomto procesu dopouští, a to tak, aby bylo možné formulovat doporučení, která by případně pomohla se daných chyb vyvarovat a rovněž nastínila řešení dané situace.

TEORETICKÁ ČÁST

V úvodu bylo předznamenáno, že se práce zabývá především komunikací státní správy a mocenských elit s veřejností o významu a smyslu výdajů a tvorbě příjmů ve státním rozpočtu. Nejprve je ale třeba nahlédnout do historie, vymezit v komunikaci státní a veřejné správy základní pojmy, zhodnotit možnosti státní správy z hlediska svobodného přístupu k informacím a v neposlední řadě popsat postupy při tvorbě a schvalování státního rozpočtu.

1 ZMĚNA SPOLEČNOSTI PO ROCE 1989

Základním předpokladem pro fungující komunikaci státní správy s veřejností je politické klima. To bylo na našem území do roku 1989 po čtyři desetiletí trvání komunistické éry deformováno manipulací, která zdolávala sílu argumentů i vysvětlování. Ve státní správě se uplatňovala zásada důvěrnosti (diskrétnosti), jejíž podstatou byl úmysl, co nejméně informovat veřejnost o činnosti státu. Nelze se divit, že mezi veřejností zvyklou na přetvářku se zakořenil negativní vztah ke státním institucím.

Po uvolnění politických poměrů na konci roku 1989 dochází k diametrální změně. Česká a Slovenská republika se stávají demokratickými státy, kde je veřejnému mínění přikládána náležitá váha a ve kterých se začínají jasně vymezovat „pravidla komunikace“. Díky znovunabyté jistotě veřejnosti, která pravděpodobně vyplývá z ochrany občana před protizákonnými zásahy státu do jeho práv, a rovněž díky vymahatelnosti práva i rovným možnostem v přístupu k informacím dochází k obnovení angažovanosti občanů ve veřejném životě.

Hesse² označuje tuto společenskou proměnu jako první fázi reformních procesů státní správy na území bývalého východního bloku Evropy. Od konce roku 1989 jsme

² HESSE, J. J. *Administrative Transformation in Central and Eastern Europe*. Oxford: Blackwell Publ., 1993, s. 41.

svědky reformy státní a veřejné správy – uskutečňuje se v nich řada nevyhnutelných změn, které vedou k modernizaci a přizpůsobení se novým podmínkám. K velmi podstatným lze přiřadit změnu územně správního členění ČR v roce 1990, tj. znovuustanovení samosprávy obcí, zavedení kategorie pověřených obecních úřadů a statutárních měst³. A v neposlední řadě také vznik čtrnácti „krajů“⁴ v roce 2000, jehož důsledkem bylo vyvolání procesu zániku okresní úřadů, které byly nahrazeny správními obvody obcí s rozšířenou působností⁵ a obcemi s pověřeným obecním úřadem od roku 2002.

Vyčleněním samosprávy ze státní správy byl ukončen státní monopol na výkon veřejné moci a zahájen proces decentralizace státní správy s cílem přiblížit výkon veřejné moci k občanům. Obsahem reformy státní a veřejné správy však nebyl jen a pouze územní aspekt, ale podstata spočívala především v hledisku věcném. Jeho úkolem bylo vybudování nového efektivního systému veřejných orgánů a optimalizace jejich činnosti na vyšší kvalitativní úroveň.⁶

Změna politické situace si vyžádala zahájení rozsáhlé přestavby právního řádu. Tyto přeměny byly vedeny úsilím o zjednodušení právní reglementace státní a veřejné správy, která by měla zajistit u správních úřadů a orgánů větší flexibilitu, jasné vymezení kompetencí mezi ústředními orgány státní moci a vládou a mezi samosprávnými orgány a nižšími úřady. Tato správní reforma má dopady i na změnu Ústavy, kterou ovšem lze přičíst i rozsáhlým reorganizacím ve společnosti a státním zřízení. Od roku 1992 se nedílnou složkou ústavního pořádku ČR stává Listina základních práv a svobod („LZPS“). Za zásadní počín přispívající k naplňování principů otevřenosti a transparentnosti lze v neposlední řadě považovat i nový zákon o svobodném přístupu k informacím⁷. Z výše uvedeného vyplývá, že prostřednictvím demokratizace se zásadním způsobem změnil proces vládnutí.

³ Dle zákona č. 367/1990 Sb., o obcích, roku 2000 byl tento zákon nahrazen zákonem č. 128/2000 Sb.

⁴ De iure „Vyšších územně samosprávných celků“ (VÚSC). Byly zavedeny zákonem č. 129/2000 Sb., o krajích.

⁵ Dle vyhlášky č. 388/2002 Sb., o stanovení správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem a s rozšířenou působností.

⁶ HENDRYCH, D. *Správní věda – Teorie veřejné správy*. Praha: ASPI, 2009, s. 50. ISBN 978-80-7357-458-1.

⁷ Zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím.

Reforma státní a veřejné správy představovala podstatný zásah do vztahu „vláda – občan (veřejnost)“. Cílem těchto reforem je snaha o posílení procesů, které vyúsťují v uznání veřejnosti (občanů) jako partnera státní a veřejné správy a zrovnoprávňují postavení veřejnosti a správních institucí. Změnilo se také tradiční chápání státní správy jako vrchnostenské moci a došlo k výrazné redukci panovačného a povzneseného vystupování státní a veřejné správy vůči veřejnosti (občanům).

Tato změna se například odráží v §4 správního řádu⁸, který obsahuje *postulát služebnosti* správních institucí. Nový přístup k veřejnosti je základním předpokladem kvalitativních změn ve státní a veřejné správě. Proto je v organizacích státního a veřejného sektoru akcentována orientace na veřejnost. Tato myšlenka je vyjádřena heslem „občan na prvním místě“.

Vztahy s veřejností (Public Relations) jsou základním předpokladem bezproblémového fungování státní správy v současné postmoderní demokracii. Vládní a správní instituce musí veřejně poskytovat aktuální a objektivní informace, ale komunikaci s veřejností je třeba zajistit obousměrně, přičemž je nutné respektovat potřeby, možnosti a zvyklosti občanů.

⁸ Zákon č. 500/2004 Sb., správní řád.

2 PUBLIC RELATIONS

Public Relations je často až nadužívaný pojem, jehož obsah veřejnosti z velké části uniká. Pravděpodobně tomu napomáhá i skutečnost, že termín Public Relations se mnohdy nepřekládá do češtiny a používá se v anglické podobě, případně se uvádí ve zkrácené formě „PR“. V některých případech se objevuje i český ekvivalent Public Relations, a to termín „vztahy s veřejností“. Bohužel ani tato terminologie oboru PR moc neposlouží, neboť vztahy s veřejností jsou jen jednou z náplní Public Relations.

Jozef Ftorek pojem Public Relations definuje jako *„obor činností, který představuje aktivní komunikační působení na veřejnost nebo jiné konkrétní cílové skupiny. Jeho smyslem je vytvoření předem definovaného vnímání prezentovaného subjektu. Do značné míry určuje to, jak je firma, úřad, instituce nebo veřejně činná a známá osoba vnímána veřejností nebo jinou zájmovou skupinou.“*⁹

Velmi obdobně se k nedostatečnosti pouhého překladu anglického termínu do jazyka českého vymezuje i Jaroslav Kohout. Otroický překlad *„veřejné vztahy“* navíc považuje za nepřesný, neboť veřejnými vztahy je možné označit libovolné vztahy mezi lidmi na veřejnosti. Techniky Public Relations definuje Kohout následovně *„sledují skutečně vytváření oboustranných a všestranných vztahů mezi podnikem (firmou, organizací, ale také městem, univerzitou, ano i celou zemí) a veřejností.“*¹⁰

Metody Public Relations jsou v České republice bohužel mnohdy chápány v negativním duchu¹¹. Pokud jsou techniky PR využívány v souvislosti s budováním značky (image), pak jsou spojovány s přesvědčováním příjemce informace o přednostech dané společnosti (zadavatele informační kampaně) a v těchto metodách jsou mnohdy používány i manipulativní techniky. Přesvědčování a manipulace patří v naší společnosti mezi neoblíbená slova, a to především kvůli „nedávné“ historické zkušenosti s minulým režimem. Je velmi pravděpodobné, že nikdo nechce být

⁹ FTOREK, J. *Public relations jako ovlivňování mínění*. 2. rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, s. 15. ISBN 978-80-247-2678-6.

¹⁰ KOHOUT, J. *Veřejné mínění, image a metody public relations*. Praha: Management Press, Ringier ČR, 1999, s. 33. ISBN 80-7261-006-6.

¹¹ Podobně jako slovo lobbying, které je kvůli absenci zákona upravujícího pravidla lobbyingu v České republice a kvůli mediálnímu obrazu několika velkých kauz vnímáno jako synonymum úplatkářství.

manipulován, aniž by tušil, že existují i manipulace pozitivní, nebo že jsme v běžném životě denně ovlivňováni a manipulováni okolním prostředím.

2.1 Historie Public Relations

Historické kořeny Public Relations pravděpodobně sahají až do dávné minulosti. Některé z metod Public Relations byly využívány již ve starověku, kdy si nejrůznější panovníci nechali pomoci různými prostředky zlepšovat svou image. Velkým a důležitým mezníkem a zásadním momentem ve vývoji PR se stal vynález knihtisku (Johannes Gutenberg, kolem roku 1448)¹².

První zmínka o Public Relations sahá do poloviny 19. století, kdy si mnoho významných osob této doby dobře uvědomovalo důležitost tisku jako média, které ovlivňovalo názory a postoje ostatních osob i veřejné mínění. Nástiny působení Public Relations byly zaznamenány již na výstavě v Londýně v roce 1851. V roce 1889 byly prvními profesionálně zpracovanými údaji pro veřejnost informace o podniku George Westinghouse, na což navazoval Krupp, který v Německu v roce 1893 zřídil pro celou síť svých podniků tiskovou kancelář.¹³

„Za otce public relations se však většinou považuje Američan Ivy Lee. Ten dospěl na přelomu 19. a 20. století k přesvědčení, že veřejné mínění musí mít vedle své ničivé síly i schopnost utvářet pozitivní názory a měnit mínění veřejnosti správným směrem. V roce 1906 vytvořil patrně jednu z prvních kampaní public relations, když dokázal informovat veřejnost o špatných pracovních poměrech amerických stávkujících horníků tak přesvědčivě, že se veřejnost po kampani postavila na jejich stranu.“¹⁴

Prvním významným mezníkem v historii Public Relations byla první světová válka, která vyžadovala podporu veřejnosti pro americkou armádu. PR zde bylo uplatněno především v americké státní správě, aby docházelo k nárůstu získávání

¹² Johannes Gutenberg (1397/1400–1468): vynálezce technologie mechanického knihtisku (kolem roku 1448) pomocí skládání liter.

¹³ Zdroj: Historie PR. [online]. PR agentura Focus ageci [cit. 2013-11-10]. Dostupné z WWW: <http://www.public-relations-pr.cz/cs/historie-pr/>.

¹⁴ SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, s. 216. ISBN 978-80-247-2866-7.

a upisování válečných půjček obyvatelstvu. Tehdejší státní správa využila odborníky z řady podniků, kteří přecházeli právě do služeb státní správy. Po válce tito odborníci naopak pomáhali se zapojením vojáků do poválečné ekonomiky prostřednictvím rozsáhlé informační kampaně, která měla za cíl podpořit v podnicích zaměstnanost vojáků na adekvátních pracovních místech.

Ve 20. letech 19. století se začaly objevovat první poznatky a zkušenosti, z nichž posléze vyplynula teorie a podstata Public Relations. Za první teoretiky PR jsou považováni Ivy Ledbetter Lee a Edward Louis Bernays. I. L. Lee vstoupil do světa PR v roce 1903, kdy přijal práci na pozici manažera propagace. Poté se svým kolegou Georgem Parkerem založili historicky třetí Public Relations agenturu Parker & Lee. Lee dlouhodobě spolupracoval i se společností Pennsylvania Railroad, kde vedl oddělení propagace. Během roku 1916 I. L. Lee se svými spolupracovníky založil firmu s názvem Lee, Harris & Lee, kterou později přejmenovali na Ivy Lee & Associates. Tato firma mimo jiné pracovala pro rodinu Rockefellerů. Kvůli svým obchodním vazbám na Sovětský svaz byl I. L. Lee označován za „ruského propagandistu“. Z dnešního hlediska je kontroverzní i jeho práce pro německou firmu I. G. Farben, kvůli níž si vysloužil přezdívku „Advokát nacistů“.¹⁵

Druhým významným obdobím ve formování principů a zásad Public Relations byla druhá světová válka. V praxi se v této době Public Relations nejvíce uplatňovalo v oblasti státní správy americké a britské.

Toto období bývá úzce spojováno s pojmem propaganda, a to ve spojitosti s německým fašistickým hnutím. Schopnost A. Hitlera, kdy vášnivým projevem dokázal ovlivnit tisíce lidí, a tedy i veřejné mínění jako takové, měla nedozírné následky. Z hlediska propagandy a manipulace nelze opomenout tuto jeho do té doby takřka nevídanou schopnost působit na masu lidí, získat si je na svoji stranu a využít ve svůj prospěch. Po této trpké historické zkušenosti můžeme říci, že obor Public Relations neskrývá jenom pozitiva, ale může být zneužit i ve prospěch zla.

V českých podmínkách byly aktivity z oblasti Public Relations poměrně na okraji zájmů a téměř se nevyvíjely a nepracovalo se na nich. Naopak po roce 1989 došlo

¹⁵ FTOREK, J. *Public relations jako ovlivňování mínění*. 2. rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, Praha, 2009, s. 21–23. ISBN 978-80-247-2678-6.

ke značnému rozmachu PR především v oblastech zahraničního obchodu, který se v té době začal rozvíjet. Dále pak ve státní správě a také ve významných hospodářských jednotkách. V České republice je průkopníkem Public Relations Alfons Kachlík „absolvent Vysoké školy obchodní v Praze, působil v letech 1956–1968 jako vedoucí propagačního oddělení podniku zahraničního obchodu Omnipol. Obdobně jako pracovníci jiných vývozních organizací začal ve druhé polovině padesátých let uplatňovat PR v praxi, a to při vývozu sportovních letadel a zbraní. Přitom intenzivně studoval teorii a praxi PR konkurence v zahraničí. [...] Kromě využívání PR v praxi přednášel A. Kachlík tuto disciplínu od roku 1968 do konce osmdesátých let, a to zejména na Univerzitě Karlově jako předmět Práce s veřejností. Dále zpracoval řadu učebních textů, článků, či příspěvků o PR, do různých odborných publikací včetně encyklopedií.“¹⁶

V období šedesátých let docházelo v našich uvolňujících se poměrech k rozvoji různých druhů výuk, seminářů, vydávaly se texty s Public Relations tematikou i další publikace. Především v období tzv. normalizace ale docházelo k ideologické deformaci oboru. Přesto řada pracovníků získala velké zkušenosti a dobrou profesní úroveň. Zejména v osmdesátých letech se PR dokonce přednášelo na Fakultě žurnalistiky Univerzity Karlovy.¹⁷

V roce 1983 byla založena i první profesní organizace zaměřená na Public Relations – Klub práce s veřejností, zřízený v Brně jako součást Československé vědeckotechnické společnosti podniku BVV.¹⁸

Historie spolkových aktivit v oblasti Public Relations sahá až do osmdesátých let minulého století. Odborníci věděli, že některé hospodářské společnosti již v této době používaly nástroje Public Relations pro svou práci a že tyto nástroje jsou stále důležitější pro fungování společností především v rámci mezinárodního obchodu. Proto bylo domluveno, že bude založena organizace věnující se podstatě PR. Na setkání zástupců z oblasti PR bylo v roce 1982 sestaveno prohlášení, které konstatovalo, že:

¹⁶ SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*. 2. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, s. 220. ISBN 978-80-247-2866-7.

¹⁷ PAVLŮ, D. *Marketingové komunikace a firemní strategie*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2004, s. 70–71. ISBN 80-7318-178-9.

¹⁸ Kolektiv autorů. *Malý slovník propagace*. ed. KOVAŘ, A. Brno: MOSPRA, 1995, s. 15.

„Současná práce s veřejností je u nás rozšířenou propagační aktivitou. Pro její další zkvalitnění a rozvoj se jeví nezbytné:

- 1. Umožnit výměnu poznatků a zkušeností mezi pracovníky této propagační činnosti*
- 2. Rozšířit vzájemnou spolupráci formou koordinace či kooperace, zejména na veletrzích a výstavách v Brně, kde práce s veřejností často vrcholí*
- 3. Umožnit teoretické zevšeobecnění praktických zkušeností a výsledků“*

Až do roku 1989 se ovšem v českých podmínkách nepoužívá výraz Public Relations, ale práce s veřejností. Klub práce s veřejností se vytvořil při závodní pobočce ČSVTS podniku Brněnské veletrhy a výstavy. Členové se scházeli jednou až dvakrát do roka, připravovali jednotlivé akce. Klub mezi své členy soustředil postupně až padesát pracovníků z celé republiky z oblasti vztahů s veřejností.¹⁹

2.2 Současnost v oblasti Public Relations

V dnešní době jsou ve společnostech vynakládány nemalé finanční prostředky na provoz specializovaných PR oddělení, stejně tak dochází k velkému rozmachu PR agentur. *„Současný rozvoj public relations je v českých poměrech jednoznačně pozitivní. Uskutečňování PR aktivit a trh služeb PR se segmentují podobně jako v hospodářsky vyspělých zemích. Kromě tradičního působení PR v marketingových komunikacích se mohutně rozvinuly public relations nepodnikatelského sektoru. PR agentury poskytují více odborného a komunikačního poradenství. Jejich ekonomické výsledky svědčí o tom, že obor PR zakotvil dobře také v českém agenturním hospodářství PR.“*²⁰

Současná práce Public Relations spočívá v zapojení psychologických a sociologických teorií, využívaných ve styku s veřejností. Public Relations pečuje o získání a udržení dobrého jména, image, věrohodnosti a reputace. Stará se o vztah s veřejností a vytváření činnosti tak, aby se předešlo případným konfliktům s ní.

¹⁹ PAVLŮ, D. *Marketingové komunikace a firemní strategie*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2004, s. 70–71. ISBN 80-7318-178-9.

²⁰ SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*. 2. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, s. 222. ISBN 978-80-247-2866-7.

Konkrétní definice pro PR není postižitelná stručnou formulací. Pojem nebyl jednoznačně dán a z tohoto důvodu jej zkoumal výbor pro terminologické otázky americké společnosti PR. Výbor vymezil obsah pojmu rozsáhlou zprávou. Ze zprávy vyplývá, že oblasti PR jsou natolik obšírné, že vydat zjednodušenou definici ve své podstatě nelze. Některé prameny dokonce uvádí, že existuje několik tisíc definicí.

Pro naši potřebu pro ilustraci vybíráme souhrnnou Foretovu definici: „*PR je význačná řídicí funkce, která pomáhá vytvořit a udržovat vzájemné komunikační, dorozumívací, přijímací a kooperativní vztahy mezi organizací a její veřejností, zahrnuje zvládání problémů, pomáhá managementu udržovat informovanost a odpovědnost vůči veřejnému mínění, definuje a zdůrazňuje odpovědnost řízení sloužit veřejnému zájmu, umožňuje řízení držet krok s vývojem a efektivně využívat změn, sloužit jako včasný alarmující systém pomáhající předvídat trendy, a jako základních nástrojů využívá výzkumu a šetření a etické komunikace.*“²¹

Dle studie M. Foreta prošlo PR od konce 19. století pěti vývojovými fázemi. Pro organizace státní správy je pravděpodobně relevantní poslední, tzn. pátá fáze, kdy „*celá organizace je orientována na veřejnost. PR již nevytváří jen ‚pěkná slova‘, nýbrž musí dělat dobré skutky, za nimiž následují pěkná slova*“²².

Některé další výzkumy změn v metodách PR popisují dané změny v průběhu času a postupně rozlišují až čtyři přístupy v komunikaci s veřejností. První dva přístupy byly formou jednosměrného informování, kdy zprávy předávali tiskoví agenti a posléze novináři, kteří měli šířit pozitivní sdělení a k tomuto účelu byli najímáni vládními institucemi. Další vývoj pokračoval k modelu oboustranné, ale asymetrické komunikace. Což znamenalo, že i když pravděpodobně „s nejlepšími úmysly“, přesto bylo s veřejností manipulováno. Poslední metody PR dospěly k modelu symetrické komunikace. V tomto modelu je veřejnosti přiznána role rovnocenného partnera, k jehož názorům je nutné přistupovat s plným respektem. Státní instituce se zajímají o názory a postoje veřejnosti a výsledky veřejných průzkumů jsou mnohdy využity

²¹ FORET, M. *Komunikace s veřejností*. Brno: Masarykova univerzita, 1994, s. 83. ISBN 80-210-1034-7.

²² FORET, M. *Komunikace s veřejností*. Brno: Masarykova univerzita, 1994, s. 79. ISBN 80-210-1034-7.

k úpravě vlastního jednání. Tím dochází k dlouhodobému vyrovnanému vztahu, což může být jeden z cílů Public Relations.²³

Určitě není v silách tiskových oddělení (nebo pověřených tiskových mluvčích) jednotlivých státních organizací komunikovat v rámci PR s celou veřejností najednou. Proto tato oddělení (případně pověřené osoby) zaměřují své úsilí na navázání dialogu jen s některými tzv. relevantními částmi veřejnosti. Prvotním impulzem k zahájení oboustranné komunikace bývá snaha o zprostředkování informací, o nichž se předpokládá, že by mohly vyvolat u dané části veřejnosti zájem. S těmito metodami souvisí i volba komunikačních kanálů, tj. rozhodnutí o využití nástrojů externí nebo interní komunikace. Pro pracovníky PR je také velmi důležité znát názory a postoje lidí uvnitř i vně organizace. Na základě těchto znalostí si mohou vytvořit představu o aktuální situaci, což jim pomůže se kvalitně připravit na případné vyjednávání. Argumenty profesionálních PR manažerů by měly být formulovány obezřetně, aby nedošlo v komunikaci s veřejností k ukončení dialogu.²⁴

Účinná komunikace se nemůže uskutečňovat v atmosféře nedůvěry. K vytvoření ideální informační atmosféry je třeba správně využívat metod a nástrojů PR, jimiž příslušná specializovaná oddělení v organizacích ovlivňují stanoviska, vnímání a chování lidí stojících mimo tyto organizace. Jde především o myšlenku, aby lidé pozitivně přemýšleli o poslání organizace a utvořili si kladnou představu o profesionalitě a kvalitě odváděné práce. V této fázi komunikace se může také ukázat, že je to především samotná organizace, v níž musí dojít ke změnám. Tj. že v dané organizaci je nezbytné modifikovat postupy a jednání, poněvadž vyplyne, že jsou v protikladu s veřejným zájmem nebo se samou existencí organizace. Jestliže i tato etapa veřejné komunikace proběhla úspěšně, nadchází optimální situace srovnání informačních zájmů a vzájemného přizpůsobení se.²⁵

²³ Výsledky výzkumu dle Grunigových, blíže k tomu viz FORET, M. *Komunikace s veřejností*. Brno: Masarykova univerzita, 1994, s. 80. ISBN 80-210-1034-7.

²⁴ NĚMEC, P. – LITTOVÁ, J. *Komunikace korporací*. Praha: VŠE v Praze, 1999, s. 36. ISBN 80-7079-575-1.

²⁵ NĚMEC, P. – LITTOVÁ, J. *Komunikace korporací*. Praha: VŠE v Praze, 1999, s. 37. ISBN 80-7079-575-1.

2.3 Obsah pojmu Public Relations

Public Relations bezpochyby představuje mocný prostředek sloužící v marketingové komunikaci k dosažení záměrů. Tuto teorii prokazuje i Foret,²⁶ když se sponzorstvím stanovuje za nejpřínosnější součást komunikačního mixu Public Relations. Vychází totiž z jednoho hlavního a základního principu, jenž by se měl uplatňovat ve vztazích mezi státní správou a veřejností, a to, že instituce státní správy je službou veřejnosti a dalším subjektům. Vyjdeme-li z tohoto hlavního principu, pak je velmi pravděpodobné, že vztahy s veřejností jsou u státních a veřejných institucí prioritní a z tohoto důvodu by na nich měly cílevědomě pracovat a neustále se snažit o jejich zkvalitnění. Plyne to ze samotné charakteristiky těchto institucí a hlavně je to v jejich primárním zájmu. Důsledkem takového počínání je zvýšení hodnověrnosti institucí v očích veřejnosti.

PR v sobě zahrnuje činnosti *přímé komunikace* s veřejností, investory a vládou, *stanovení komunikační politiky*, *publicitu*, *vztahy s médii*, *sponzorství*, *firemní identitu*, *interní a externí materiály*, *pořádání akcí*, *spin doctoring*.²⁷

Přímou komunikaci – můžeme jednoznačně umístit mezi důležité prvky PR. Pokud se jedná o komunikaci přímou, pak do ní nevstupuje třetí element – média. Média mohou být velice obtížnou překážkou, a pokud jsou využívána v neprospěch organizace, velmi těžko a dlouho se pak musí napáchaná škoda napravovat. Přímá komunikace ovšem média obchází. Druhá strana má šanci utvořit si vlastní názor bez předkládání názoru, který si udělal někdo jiný. V přímém styku s veřejností, organizace využívají zejména zveřejňování výročních zpráv, různé materiály o své činnosti, společenské akce.

Stanovení komunikační politiky – určuje cíle a směr PR. Tímto prostředkem se zabývají více velké organizace. Malé organizace rovnou jednají a zaměřují se spíše na jiné prostředky PR, než je stanovení komunikační politiky. Naopak velké organizace musejí určit svou strategii, aby na sebe její jednotlivé činnosti navazovaly a působily

²⁶ FORET, M. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, a.s., 2006, s. 114. ISBN 80-251-1041-9.

²⁷ Zpracováno podle FORET, M. *Komunikace s veřejností*. Brno: Masarykova univerzita, 1994, s. 30–33. ISBN 80-210-1034-7.

efektivně. Velké organizace si rozmýšlejí své kroky dopředu a zkoumají možnosti, jak své jméno vyzdvihnout či udržet a jaké k tomu využít nástroje či prostředky. U těchto organizací představuje strategie dlouhodobý plán činností zaměřených na dosažení vytčeného cíle. Postoupíme-li tuto definici do úrovně komunikace státní správy, pak bude patrné, že se jedná především o souhrn opatření v čase, u nichž je cílem vytvořit nebo udržet žádoucí status komunikace mezi státní správou a občany, přičemž uskutečnění tohoto cíle se bude primárně odvíjet od fungujícího systému komunikace vnitřních složek úřadu a mezi jednotlivými institucemi státní a veřejné správy.²⁸

Publicita a vztahy s médii – mohou mít mnohdy ničující následky. Stačí se jen zaměřit na vrcholnou politiku a její představitele. Pokud se vláda rozhodne pro nepopulární kroky, média vyzdvihují vždy jejich negativní dopad. Je naprosto irelevantní, zda se jedná o vládu pravicovou či levicovou. Málokdy dochází k objektivnímu zhodnocení jednotlivých kroků. Média v tomto případě sehrávají velice významnou roli, neboť se stávají silným hráčem v předvolebním boji. Média také výrazně formují pohled lidí na určité osoby.²⁹ Vždy je důležitý úsudek diváka, tedy to, zda je schopen zachovat si objektivní a realistický postoj ve změní názorů a přetvářek samotných vrcholných představitelů politiky.

Sponsoring – patří k variantám pozitivního zviditelnění organizace. De Pelsmacker definuje sponsoring jako „investování peněz nebo jiných vkladů do aktivit, jež otevírají přístup ke komerčně využitelnému potenciálu, spojenému s danou aktivitou.“³⁰ Sponsoring lze částečně zahrnout do formy přímé komunikace. Jedná se o to, že se organizace sama zviditelňuje prostřednictvím podpory dobročinných projektů, kulturních či sportovních akcí. Zároveň předkládá médiím návod, jak se o organizaci zmiňovat. Respektive vytváří podmínky pro pozitivní reklamu a získává tak příležitost dostat se do povědomí široké veřejnosti s dobrým jménem. Organizace musí nicméně průběžně sledovat dopad své angažovanosti a reagovat na případné změny společenského klimatu.

²⁸ Zpracováno podle BERKA M. *Informační systémy orgánů státní správy a samosprávy*. Valašské Meziříčí: Seminář den pro Internet, 31. březen 2000, s. 7.

²⁹ Zpracováno podle FORET, M. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, a.s., 2006. s. 19–23. ISBN 80-251-1041-9.

³⁰ PELSMACKER, P. De – GEUENS, M. – BERGH, J. Van den. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2003, s. 327. ISBN 80-247-0254-1.

Firemní identita – odlišuje organizaci od jiných. Tvoří ji název, který by měl být úderný a měl by jasně vyjadřovat činnost společnosti. Logo firmy, jež bude rovněž ilustrovat náplň a hlavní poslání organizace, musí být odlišné od jiných společností. Nemělo by se podobat jiným logům, neboť se dá snadno zaměnit a splést, což nepůsobí dobře. Z vnějšího pohledu se jedná o kompletní vizuální identifikaci, která napomůže rozeznat firmu od jiných společností a zároveň bude působit tak, aby se na společnost veřejnost obracela. V rámci firemní identity však nestačí popsat pouze vnější identitu, nýbrž i vnitřní. Do vnitřní identity zahrnujeme komunikaci telefonních operátorů, emailovou komunikaci či jednání obchodních zástupců společnosti.³¹

Interní a externí materiály – součástí firemní identity tvoří také tiskové materiály. I ony působí na veřejnost v různých formách, ať už jako firemní reklamní letáky, časopisy pro zákazníky či zaměstnance, tiskové zprávy novinářům či výroční zprávy. Na všem se uvádí název firmy, její logo. Interní a externí materiály jsou důležité pro oslovování veřejnosti, vstupování do povědomí. V případě státní a veřejné správy pak pro informování či vysvětlení jednotlivých kroků či změn ve správě atp. Na všech materiálech by mělo být jasně viditelné, jaké společnosti patří a jakou skupinu chtějí oslovit či co nabízejí. Hlavními úkoly těchto materiálů je prezentace a propagace instituce. Z výše uvedených důvodů musí být tyto dokumenty k dispozici i při slavnostních příležitostech, jakými jsou jednání s veřejností nebo veřejné akce.³²

Pořádání akcí – má svá negativa a pozitiva. V této oblasti by společnost měla vědět, čeho chce dosáhnout, aby vynaložené prostředky byly prostředky vynaloženými efektivně. Akce lze pořádat rozsáhlé pro širokou veřejnost nebo naopak komorní pro nižší počet zúčastněných. Formy volíme různé podle potřeby. Jedná se o pořádání přednášek, seminářů, konferencí nebo méně odborných a formálních plesů i jiných společenských akcí, jimiž lze oslovit veřejnost a dostat se do povědomí.³³

³¹ Podle Paula Waclawicka se komunikace skládá z minimálně dvou složek – složky *digitální*, která je do značné míry totožná s verbální komunikací, a složky *analogové*, kterou představují neverbální projevy. Blíže k tomu viz ŠKARABELOVÁ, S. *Marketing ve veřejném sektoru*. Brno: Masarykova univerzita, 2007, s. 69. ISBN 978-80-210-4292-6.

³² Zpracováno podle JANEČKOVÁ, L. – VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing měst a obcí*. Praha: Grada Publishing, 1999, s. 95–97. ISBN 80-7169-750-8.

³³ Zpracováno FORETOVÁ, V. – FORET, M. *Komunikující město*. Brno: Masarykova univerzita, 1996, s. 76–83. ISBN 80-210-1287-0.

Spin doctoring – se využívá ve styku s médii. Respektive mírní možný negativní dopad prezentace v médiích. Spin doctor má na starosti péči o dobré jméno organizace, hájí její zájmy a snaží se tvořit pozitivní obraz organizace skrze média. Naproti tomu, pokud se objeví nějaké negativní materiály či informace o společnosti, působí spin doctor na média tak, aby o organizaci již neprojevovala zájem a zaměřila svou pozornost na jinou oblast.³⁴

2.4 Nástroje propagace

Zaměříme-li se na nástroje propagace v oblasti PR, pak se jedná zejména o následující:³⁵

- vztahy s médii (spolupráce s novináři, redaktory rozhlasu a televize, řízené publikování článků o organizaci z nejrůznějších pohledů, firemní časopis),
- vztahy s veřejností (pravdivé, jasné a otevřené informování),
- interní firemní komunikace (vrcholový management a spoluzaměstnanci),
- krizová komunikace (včasná, správná, pravdivá reakce na nastalou situaci),
- on-line PR (průběžná a aktuální informovanost na webových stránkách),
- konferenční servis a veřejné akce (pořádání firemních akcí, oslav, seminářů, přednášek či kongresů, dny otevřených dveří, akce pro děti, seniory, kulturní a sportovní akce apod.),
- vztahy k zákazníkům (oboustranná komunikace, vyřizování stížností a reklamací, poradenství, podíl na vývoji nových výrobků apod.),
- sponzorství (v oblasti kultury, sportu, vzdělání, zdravotnictví atd.),
- lobbistické aktivity (na nejrůznějších úrovních státu, státní správy a veřejnosti),
- aktivity sociální odpovědnosti (k vlastním zaměstnancům, veřejnosti v regionu, celé společnosti, seniorům, charitě, nezaměstnaným apod.).

³⁴ FTOREK, J. *Public relations jako ovlivňování mínění*. 3. rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 104. ISBN 978-80-247-3926-7.

³⁵ VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2008, s. 259–260. ISBN 978-80-247-2614-4.

Ve státní a veřejné správě má využívání metod PR svá specifika. Hlavní zvláštností je fakt, že výrobek ve veřejném sektoru má často podobu služby. Dalšími specifiky pak jsou:³⁶

- omezenost či nemožnost výběru poskytovatele služeb (na rozdíl od tradičního tržního prostředí, kde kupující a prodávající vstupují do vzájemných vztahů na základě svých svobodných rozhodnutí),
- obtížná kvantifikovatelnost cílů v organizacích veřejného sektoru,
- obtížná možnost identifikace jediného uživatele,
- omezená možnost rozhodování manažerů v organizacích veřejného sektoru, a to i z důvodů vlivu statutárně stanovených standardů,
- cena ve veřejném sektoru neodráží hodnotu pro zákazníka, ale především centrálně stanovené společenské hodnoty.

Cílem komunikačního mixu v organizacích veřejného sektoru je zejména vytváření příznivého dojmu a podpora všech prostředků k získání pozitivní publicity – správné sdělení předávané správným lidem může změnit všechny existující negativní postoje v pozitivní. Dalším cílem je vytvoření systému, jehož prostřednictvím budou služby organizace prodávány veřejnosti. Konečným cílem komunikačního mixu je povzbuzování zákazníků, že službu „chtějí“. V ziskovém sektoru je toto nazýváno „rozhodnutí koupit“, zatímco v organizacích veřejného sektoru je to „rozhodnutí požadovat“.³⁷

³⁶ KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera: jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha: Management Press, 2000, s. 258. ISBN 80-7261-010-4.

³⁷ HANNAGAN, T. J. *Marketing pro neziskový sektor*. Praha: Management Press, 1996, s. 163–164, ISBN 80-85943-07-7.

2.5 Public Relations na Internetu

Internet³⁸ rozhodně lze v Public Relations využít. Na Internetu je možné komunikovat třemi hlavními směry: dovnitř organizace, směrem k zákazníkům a vůči institucím. Pracovník PR může využít Internet ke třem hlavním aktivitám, totiž k budování vztahů s tiskem, publicitě služby a komunikaci organizace.

Vztahy s tiskem – v dnešní době se stává efektivnějším způsobem využívat pro aktivity PR Internet. PR články jsou většinou součástí tištěných médií, ale v současnosti mohou být také prezentovány ve virtuálních novinách (např. iDnes). Strategie, která se uplatňuje při budování vztahů s novináři, je stejná pro obě média. Internet tedy v současné době představuje významný nástroj, jehož prostřednictvím můžou novináři získávat informace o organizaci, a to buď na www stránkách dané organizace, nebo prostřednictvím e-mailu.

Publicita produktu – se orientuje na publicitu specifických produktů, která probíhá ve speciálních odborně zaměřených magazínech. Novináři produkt podrobně analyzují a zákazníkům poskytnou nezávislé hodnocení.

Komunikace organizace – v rámci PR na internetu neprobíhá komunikace pouze s médii, ale i s odbornou a laickou veřejností. Cílem je navázání a udržení dobrých a dlouhodobých vztahů. I zde se PR na internetu, stejně jako klasické PR, soustřeďuje nejen na komunikaci s výše zmíněným vnějším prostředím, ale i s vnitřním prostředím dané organizace.

David Philips rozlišuje čtyři oblasti managementu, které mají vztah k Public Relations na Internetu. První je *obsah*, u nějž uživatelé Internetu oceňují bohatost. Dále jsou to prostředky, kterými se informace šíří, konkrétně jejich *dosah*. PR se zaměřuje na

³⁸ „Podle školního vydání Pravidel českého pravopisu píšeme internet s malým počátečním písmenem ve významu propojené počítačové sítě; Internet s velkým písmenem, tedy vlastní jméno, pak píšeme ve významu Celosvětová informační a komunikační síť“. Problémové velké písmeno – Internet nebo internet. Zdroj: CHÝLOVÁ, H. [online]. Český rozhlas [cit. 2013-11-12]. Dostupný z WWW: http://www.rozhlas.cz/plzen/jazykovykoutek/_zprava/172061. Jelikož v této práci je Internet ve většině případů užití chápán jako název celosvětové sítě sítí, bude v odpovídajícím kontextu uváděn s velkým počátečním písmenem „I“.

uživatelé Internetu, *publikum*. Poslední oblastí je povaha vztahů s publikem a budování *empatie* v rámci společnosti.³⁹

Bohatost obsahu – velké množství organizací chce poskytnout rozsáhlé informace. Tohoto záměru lze v rámci webové prezentace dosáhnout velmi snadno. Taková prezentace většinou obsahuje informace o službách a produktech, o aktuálním dění ve společnosti, případně i o její historii, v některých případech také vysvětlení a návody. Aktualizace obsahu bývají neměnné, příležitostné a pravidelné. Mohou být řešeny formou diskusních skupin nebo e-mailu, v ideálním případě aktualizací webové stránky. Tato aktualizace bývá zabezpečena zpřístupněním vlastní databáze online nebo integrací informací z komunikačního kanálu třetích stran. Z hlediska uživatelů Internetu lze říci, že právě svým obsahem každá stránka soutěží s ostatními stránkami o čas, který na ní uživatel stráví.⁴⁰

Dosah – lze předpokládat, že na světě existuje nepřeborné množství internetových stránek. Společně pak vytvářejí takzvané Internetové moře webových prezentací. Podle odhadů světových organizací je uživatelů Internetu přes dvě miliardy, to velmi pravděpodobně znamená, že nikdy nikdo nenavštíví všechny webové stránky. Ke všemu se pomocí služeb Internetu šíří stovky miliard e-mailových zpráv, které zahrnují dnešní populaci a je očekávatelné, že není v silách lidstva je všechny přečíst. Zvláště pokud vezmeme v úvahu, že mnohé informace jsou ukryty v paměťových databázích počítačů a jejich získání je možné jen tehdy, pokud si o ně uživatel výslovně zažádá. Těmto informacím říkáme deep web, a jestliže i tuto množinu informací zahrneme do naší úvahy, pak se množství informací dostupných uživatelům Internetu zvýší téměř pětsetkrát. Problémem zůstává, že v takhle velkém množství informací se nedá zorientovat, i když díky moderním technologiím lze většinu těchto informací získat online a pomocí mobilních platforem dokonce rovnou na ulici. Většina lidí řeší problém, že potřebují najít požadovanou informaci rychle a přesně. Internet jako komunikační platforma je nejvhodnější pro typ komunikace „pull“ (vytáhnout, volněji stáhnout). Lidé v tomto komunikačním zdroji nejraději sami hledají informace, zábavu

³⁹ PHILLIPS, D. and YOUNG, P. *Online Public Relations*. Second edition London: CIPR,2009. ISBN 978-0-7494-4968-1

⁴⁰ PHILLIPS, D. and YOUNG, P. *Online Public Relations*. Second edition London: CIPR,2009. ISBN 978-0-7494-4968-1.

a jiné činnosti. Ostatní součásti jako reklama a jiná sdělení je většinou jen obtěžují. Odborníci z Public Relations by si měli pamatovat, že i tomuto „pull“ procesu se dá vyjít vstříc a že přehledné a úplné uspořádání informací z dané instituce bude stát uživateli za to, aby její stránky navštívil.⁴¹

Publikum – lidé na Internetu se sami rozhodují, jaké informace chtějí získat a z jakého informačního zdroje. Tato skutečnost je ke všemu znásobena procesem, v němž uživatelé Internetu sami informace šíří a poskytují je miliardám lidí na celém světě k dispozici. Když chce uživatel Internetu uspokojit své informační potřeby, je velmi pravděpodobné, že navštíví weby korespondující s jeho zájmy a životním stylem. Zároveň lze očekávat, že lidé sdílejí své zkušenosti s těmi, kteří mají podobné zájmy. Jestliže je záměrem instituce vstoupit do oboustranného kontaktu, musí zajímavým způsobem předložit určitý problém nebo téma, a pokud přijde z druhé strany reakce, stává se tato instituce součástí veřejnosti. Okolo nastoleného tématu nebo problému se totiž veřejnost zformuje v zájmové skupiny. Tyto zájmové skupiny na Internetu většinou kriticky rozkrývají problémy týkající se dané instituce, realizace služby, výrobku nebo slibů. Uživatelé Internetu vyjadřují svůj zájem o předložený problém nebo téma zanecháním svého vyjádření popřípadě příspěvku do diskuze.⁴²

Empatie – vzájemný vztah mezi institucí a internetovou veřejností lze měřit anebo i vytvářet sdílením jejich názorů a zájmů. Při budování takového vztahu vyvstává potřeba sympatií a porozumění pro názory internetového publika. Tímto způsobem lze vybudovat informované a hodnověrné obchodní vztahy, které budou v dalších letech přínosem jak pro internetovou veřejnost, tak danou instituci. Vztah k internetovému uživateli má vliv i na charakter informací, které bude muset instituce publikovat. Dochází k vytváření pravidelného procesu skládajícího se z *bohatosti obsahu, dosahu* jeho působení, *publika*, které je obsahu vystaveno a s online kulturou vytváří vzájemným působením *empatii*, potřebnou pro instituci a uživatele.⁴³

⁴¹ PHILLIPS, D. and YOUNG, P. *Online Public Relations*. Second edition London: CIPR,2009. ISBN 978-0-7494-4968-1.

⁴² PHILLIPS, D. and YOUNG, P. *Online Public Relations*. Second edition London: CIPR,2009. ISBN 978-0-7494-4968-1.

⁴³ PHILLIPS, D. and YOUNG, P. *Online Public Relations*. Second edition London: CIPR,2009. ISBN 978-0-7494-4968-1.

2.6 Public Relations versus ostatní nástroje propagace

Public Relations není jediným způsobem, jak propagovat instituce. Mezi další nástroje řadíme *placenou reklamu, osobní prodej, podporu prodeje, přímý marketing*.

*Reklama – lze ji definovat jako „jakoukoli placenou formu neosobní komunikace firem, neziskových organizací a jednotlivců, kteří jsou určitým způsobem identifikovatelní v reklamním sdělení a kteří chtějí informovat nebo přesvědčovat osoby, patřící do specifické části veřejnosti prostřednictvím různých médií“.*⁴⁴ K tvorbě reklamy organizace využívá zejména reklamních agentur nebo má zřízené své vlastní interní reklamní oddělení. Nemusí se jednat pouze o reklamu v televizi, ale může jít o spojení více variant. Takto obsáhlou reklamu pak nazýváme marketingovou kampaní, reklamy v různých formách se navzájem doplňují. Víme, že reklamu nevyužívají pouze ziskové společnosti, nýbrž i společnosti neziskové za účelem vstoupit do podvědomí široké veřejnosti a poukázat tak na jisté potřeby. Aby reklama zajistila svůj účel, musí mít některé základní rysy. Mezi ně zařadíme *neosobnost, pronikavost a působivost*.⁴⁵

Neosobnost reklamy tkví ve formě, kterou je reklama zpracovávána. Nejde o dialog, ale o monolog. Prodejce sděluje spotřebiteli informace, avšak spotřebitel na ně nereaguje přímo, nýbrž nákupem či využitím, resp. nevyužitím služeb. Jako další vlastnost reklamy uvádíme *pronikavost*. *Pronikavost* spočívá v neustálém opakování sdělovaných informací. Podstatou reklamy je zapůsobit pozitivně na podvědomí diváků (čtenářů atp.) a zasáhnout je hlouběji a trvaleji než reklamy konkurence. *Působivost* využívá rozmanitých způsobů k ovlivnění lidí, jako například volbu slov, tónů dokreslujících reklamu, barev, zvuků... Reklama musí být zajímavá a umět oslovit. Vždy je důležité zaměřit se na správný segment trhu, který chce prodejce oslovit. Oslovování potenciálních klientů se nemusí dít pouze prostřednictvím reklamy v televizi či na billboardech u silnice. Dnešní svět nabízí širokou škálu médií, skrze něž lze působit na zákazníka – např. noviny, internet, rozhlas, časopisy, plakáty, jezdící auta s předem namluvenou reklamou, vývěsní štíty prodejen, tabule, stojany atp. Forma

⁴⁴ PELSMACKER, P. De – GEUENS, M. – BERGH, J. Van den. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2003, s. 203 ISBN 80-247-0254-1.

⁴⁵ KOTLER, P. – KELLER, K. L. *Marketing management*. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 594. ISBN 978-80-247-1359-5.

reklamy a výběr sdělovacího prostředku by měly vždy korespondovat s daným produktem či službou.⁴⁶

Reklamu řadíme mezi nadlinkové marketingové aktivity. Jak již bylo výše řečeno, využívá placených metod zviditelnění, jež mají zvýšit povědomí o organizaci mezi širokou veřejností. Placená reklama není však zárukou úspěchu. Společnost má sice pod kontrolou pozitivní reklamu, ale nemůže již ovlivnit pozornost, kterou jí veřejnost či média věnují. Naproti tomu PR patří mezi podlinkové aktivity, které vytvářejí dobré jméno společnosti „neplacenou“ formou.

Osobní prodej – u této formy propagace se za důležitý faktor považuje osobnost prodejce, neboť především jeho vlastnosti a přístup umožňují najít cestu ke klientům. Prodejce musí mít příjemné vystupování, výbornou znalost produktu či nabízené služby, schopnost správného psychologického působení na klienta, důvěryhodnost. V případě dobrého působení osobního prodejce začne velice rychle účinkovat neplacená reklama a tvorba dobrého jména. Lidský faktor velmi vnímá pozitivní i negativní působení, proto je moudré věnovat výběru osobního prodejce dostatek času. Osobní prodej nemusí být vhodným propagačním nástrojem pro každý produkt či službu. Jsou služby, u nichž se osobní prodej téměř vyžaduje a naopak. Totéž platí i o produktech. Mezi výhody osobního prodeje zahrňme:

- kultivaci prodejních vztahů a vytváření přátelských vztahů se zákazníky,
- osobní kontakt se zákazníkem, příležitost reagovat na jeho chování,
- využívání psychologických metod v praxi, umění usměrňovat potřeby a požadavky zákazníka,
- možnost vést databázi zákazníků, udržovat na ně kontakt a v budoucnu opět uzavřít obchod.⁴⁷

Podpora prodeje – má krátkodobý charakter ve formě cenového zvýhodnění, např. bonusy, rabaty, kupóny. Cílem podpory prodeje je přesvědčit zákazníka k rychlé koupi, na rozdíl od reklamy, uvádějící důvody, proč si výrobek koupit v jakémkoliv časovém horizontu. Snahou podpory prodeje je získat pozornost zákazníka a vytvářet

⁴⁶ KOTLER, P. – KELLER, K. L. *Marketing management*. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 594–598. ISBN 978-80-247-1359-5.

⁴⁷ FORET, M. – PROCHÁZKA, P. – URBÁNEK, T. *Marketing základy a principy*. Brno: Computer Press, 2003, s. 253–254. ISBN 80-7226-888-0.

v něm podněty k nákupu produktu či služby. Podporou prodeje organizace získává nové uživatele, iniciuje nákup většího množství produktů, odměňuje stálé klienty, získává věrnost zákazníků při nákupu zboží či se snaží získat klienty, kteří často mění značku, a zvyšuje četnost nákupů.⁴⁸

Přímý marketing (Direct marketing) – skrývá, stejně jako ostatní formy propagace, velký potenciál, pokud se s ním vynakládá odpovědně. K výhodám zařadíme přímou komunikaci se zákazníkem a lepší identifikaci jeho potřeb. Zákazníkovi poskytujeme servis, který mu pomáhá v jeho každodenním životě a usnadňuje mu některá rozhodnutí. Klient je včas informován o novinkách, změnách, a naopak i prodejce má lepší šanci reagovat na profily svých zákazníků, a tím i na jejich potřeby.⁴⁹

⁴⁸ FORET, M. – PROCHÁZKA, P. – URBÁNEK, T. *Marketing základy a principy*. Brno: Computer Press, 2003, s. 245. ISBN 80-7226-888-0.

⁴⁹ KOTLER, P. – KELLER, K. L. *Marketing management*. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 642–644. ISBN 978-80-247-1359-5.

3 STÁTNÍ SPRÁVA A SVOBODNÝ PŘÍSTUP K INFORMACÍM

Základní myšlenka, jak zajistit informovanost občanů, vychází z předpokladu, že sama veřejnost bude usilovat o uspokojení svojí informovanosti aktivně, se zájmem o dění a změny ve společnosti. Tyto procesy jsou zakotveny v ústavě, v platných zákonech a mají oporu i v mezinárodních smlouvách. Jejich hlavním smyslem je občanům zajistit spravedlivý a přímý přístup ke všem informačním zdrojům. I když Ústava České republiky přímo neobsahuje informační povinnost institucí veřejné a státní správy vůči občanům, její deklarované právo na samosprávu a suverenitu lidu má faktické dopady i pro tuto oblast. Konkrétně bylo toto právo včleněno do zákona č. 128/2000 Sb., o obecním zřízení, zákona č. 129/2000 Sb., o krajském zřízení, a zákona č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze. Jejich smyslem je zakotvit právo občanů a sdělovacích prostředků účastnit se zasedání obecních a krajských zastupitelstev. Dále to je povinnost institucí státní a veřejné správy zveřejňovat zákonem dané informace, a to buď na úředních deskách, nebo jiným zákonně přípustným způsobem (obecní rozhlas, regionální tisk, elektronická úřední deska, apod.).

Nedílnou součástí Ústavy České republiky je i Listina základních práv a svobod, kde se deklaruje právo veřejnosti na přístup k informacím obecně, a to v čl. 17 odstavci 1. „svoboda projevu a právo na informace jsou zaručeny“⁵⁰ a v odstavci 5. téhož článku „Státní orgány a orgány územní samosprávy jsou povinny přiměřeným způsobem poskytovat informace o své činnosti. Podmínky a provedení stanoví zákon.“⁵¹ Jediné přípustné omezení přístupu k informacím je možné v případě, „jde-li o opatření v demokratické společnosti nezbytná pro ochranu práv a svobod druhých, bezpečnost státu, veřejnou bezpečnost, ochranu veřejného zdraví a mravnosti.“⁵²

⁵⁰ Dle zákona č. 2/1993 Sb., Listina základních práv a svobod, čl. 17, odst. 1.

⁵¹ Dle zákona č. 2/1993 Sb., Listina základních práv a svobod, čl. 17, odst. 5.

⁵² Dle zákona č. 2/1993 Sb., Listina základních práv a svobod, čl. 17, odst. 4.

Svobodný přístup k informacím dále upravuje zákon č. 106/1999 Sb.: „*stanoví základní podmínky, za nichž jsou informace poskytovány*“.⁵³ I když se jedná o obecný právní předpis, jsou jeho zásady dále rozpracovány do speciálních zákonů, které upravují specifické oblasti tohoto práva. Na základě těchto zákonů je občanům zaručen přístup k informacím, jež by mohli považovat za potřebné a zajímavé, vyjma těch, které jsou jmenovitě zákony označovány za neveřejné. Bohužel musíme konstatovat, že z důvodů nejednotnosti zákonů je problematika neveřejných informací běžnému občanovi přinejmenším částečně nesrozumitelná.

Samozřejmě že existují různé pokusy, jak zlepšit fungování metod PR v prostředí státní správy. V našich podmínkách jdou zpravidla ruku v ruce s reformou celé státní správy. Vláda každého státu připravující reformu veřejné správy sama rozhoduje o tom, jaké nástroje uplatní a jakým způsobem je začlenění do systému řízení veřejných organizací. Nejmodernější koncepce řízení státní správy usiluje o oddělení strategických a operativních kompetencí, tj. rozhodování o tom „*co je úkolem*“ a „*jakým způsobem bude úkol splněn*“. V rámci této reformy existují snahy o delegování zodpovědnosti do popředí tak, aby došlo ke zvětšení prostoru pro iniciativu a kreativitu pracovníků státní a veřejné správy.⁵⁴

Koncept reformy propaguje uzavírání smluv o provedení práce a sestavování globálního rozpočtu. Zároveň usiluje o vytváření motivačního systému ke zvýšení pracovní výkonnosti úředníků a zavedení prvků soutěže do státní a veřejné správy. Mluvíme-li o Public Relations, musíme mít na mysli dva aspekty:

- filozofii usilující o změnu mentality veřejné správy na jedné straně,
- soubor nástrojů, které se snaží o oživení správních procesů, na straně druhé.

Součástí této filozofie je pokus vnést do veřejné správy podnikatelské myšlení soukromého sektoru a dosáhnout tak tržní logiky. V souladu s tím soubor nástrojů usiluje o takovou změnu stávajících systémových zákonitostí, která by v rámci veřejné správy umožnila toto podnikatelské jednání. Důležitý závěr, který z toho plyne, je ten,

⁵³ Dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím.

⁵⁴ ŠKARABELOVÁ, S. *Nové trendy v řízení organizací veřejné správy*. In REKTOŘÍK, J. – ŠELEŠOVSKÝ, J. *Strategie komunikace řízení. Rukověť místní samosprávy*. Brno–Praha: MU Brno, 2002. s. 31–37. IV. díl. ISBN 80-210-2957-9.

že oblast Public Relations musí být rozvíjena současně jako soubor nástrojů i jako filozofie, protože jen tak se dají rozpoznat implikace této nové formy řízení.⁵⁵

3.1 Možnosti státní správy z hlediska komunikace o státním rozpočtu

Nejprve si řekněme, jaké informace musí být zveřejňovány podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, § 5:

- V 1. odstavci tohoto paragrafu je řečeno, že ve svém sídle a ve svých úřadovnách (na všeobecně přístupném místě) musí povinná instituce zveřejňovat zákonem dané informace a dále že je třeba veřejnosti umožnit jejich volné duplikování.
- § 5 odstavec 1. písmeno e) ukládá povinnost instituce zveřejňovat přehled nejdůležitějších předpisů, podle nichž povinný subjekt zejména jedná a rozhoduje, které stanovují právo žádat informace a povinnost poskytovat informace a které upravují další práva občanů ve vztahu k povinnému subjektu, a to včetně informace, kde a kdy jsou tyto předpisy poskytnuty k nahlédnutí.

Členění a obsah těchto informací je stanoven vyhláškou č. 442/2006 Sb.⁵⁶

Součástí této vyhlášky jsou i pokyny, jak pro občany zajistit zveřejňování návodů na řešení různých životních situací.

Zákonná úprava povinným subjektům ukládá povinnost zveřejňovat i takové informace, které byly poskytnuty na individuální vyžádání, a to buď stručným popisem jejich obsahu, nebo v elektronické podobě,⁵⁷ a dále veřejnosti zpřístupnit informace z evidencí, seznamů, registrů nebo rejstříků, které jsou veřejně přístupné, nebo mohou používat odkazů na ně.⁵⁸ Jak se mohou šířit informace ze státní a veřejné správy, již

⁵⁵ ŠKARABELOVÁ, S. *Marketing ve veřejném sektoru*. Brno: Masarykova univerzita, 2007, s. 25. ISBN 978-80-210-4292-6.

⁵⁶ Dle vyhlášky č. 442/2006 Sb., struktura informací zveřejňovaných o povinném subjektu způsobem umožňujícím dálkový přístup. Zdroj: příloha č. 1 k vyhlášce č. 442/2006 Sb. [online]. Aktualizace 2013 [cit. 2014-01-07]. Dostupné z WWW: <http://www.otevrete.cz/zadosti-o-informace/poskytovatel/povinne-zverejnene-informace-6.html?gclid=CJyx7Jayi7YCFchc3godqXgAtg>.

⁵⁷ Dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, § 5, odst. 3.

⁵⁸ Dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, § 5, odst. 5.

bylo řečeno výše – jednou z možností je Internet. Podívejme se nyní, jak se k této možnosti postavila vláda ČR.

Zavedla tzv. Portál veřejné správy, což je elektronická brána do veřejné správy. Vznikl na základě zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy. Hlavním smyslem portálu je usnadnit občanům a firmám komunikaci s institucemi státní a veřejné správy.

Tento portál významným způsobem přispívá k dostupnosti kvalitních služeb při poskytování důvěryhodných a garantovaných informací širokému spektru občanů ČR, včetně poskytování relevantních informací cizincům a zjednodušení komunikace s úřady. Cílem je přispět k modernizaci veřejné správy také prostřednictvím informačních a komunikačních technologií, a tím postupně naplňovat hlavní motto, tj. *přátelské veřejné služby a efektivní veřejná a státní správa*.

Portál veřejné správy je předurčen, v souladu s programovým cílem vlády, stát se místem, které bude „*integrovat a zpřístupňovat všechny zveřejňované a veřejně přístupné informace veřejné správy*“⁵⁹, a to včetně možné komunikace s úřady.

Portál veřejné správy je svým zaměřením určen pro širokou veřejnost, státní správu a samosprávu, státní i soukromé organizace včetně podnikatelů, živnostníků a cizinců.

Nyní si řekněme, jaké informace lze na tomto portále nalézt:

Životní situace – jsou strukturované popisy řešení úkonů ve vztahu ke státní správě. Jednotlivé popisy mají přesně danou strukturu, kterou při zveřejnění zadává a za správnost návodu odpovídá vždy uvedená instituce. Kromě popisu samotné životní situace je u každého záznamu uveden odkaz na stránku úřadu nebo instituce v rámci portálu veřejné správy, kde lze nalézt všechny ostatní životní situace, které daný úřad publikoval, a také seznam všech dalších publikovaných informací včetně elektronických formulářů, jež daná instituce připravila pro elektronické podání.

Věstníky – jsou publikační sbírky předpisů a metodických pokynů vydávané ústředními správními orgány a dalšími institucemi v souladu s § 4 odst. 2 písm. h) a § 5 odst. 3 zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy. V rámci Portálu

⁵⁹ Zdroj: Portál veřejné správy [online]. MV ČR [cit. 2014-01-08]. Dostupné z WWW: <http://www.mvcr.cz/clanek/portal-verejne-spravy.aspx>.

veřejné správy jsou věstníky vydávány a jsou k dispozici ke stažení ve formátu PDF. Každý věstník obsahuje informaci o tom, která instituce jej zveřejnila a od kterého data je předpis nebo metodický pokyn účinný.

Povinně zveřejňované informace – jedná se o informace, které jsou zveřejňovány jednotlivými orgány veřejné správy na základě různých legislativních předpisů.

Formuláře elektronického podání – každý orgán veřejné moci může na portále zveřejnit elektronický formulář, pomocí kterého mohou občané, podnikatelé nebo firmy provést podání vůči konkrétnímu orgánu prostřednictvím datové schránky.

Dále zde můžeme nalézt ještě následující informace:

Zákony – umožňují vyhledávání informací v databázi legislativních norem a zákonů právního informačního systému ASPI.

Seznam držitelů datových schránek – integrální součást informačního systému datových schránek (viz § 14b zákona č. 300/2008 Sb., o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů), která je zároveň integrována s PVS. Obsahuje aktuální údaje o držitelích datových schránek.

*Seznam užitečných odkazů.*⁶⁰

⁶⁰ Zdroj: Portál veřejné správy [online]. MV ČR [cit. 2014-01-08]. Dostupné z WWW: <http://www.mvcr.cz/clanek/portal-verejne-spravy.aspx>.

4 ŘÍZENÍ VEŘEJNÝCH FINANČÍ

V zemích s rozvinutou tržní ekonomikou je stát aktivním ekonomickým subjektem. Proto jsou nazývány ekonomikami tzv. smíšeného typu, kde vedle rozhodujícího soukromého sektoru funguje a rozvíjí se také veřejný sektor. Veřejný sektor je část národního hospodářství, která zahrnuje aktivity, jež jsou vyvolány nedostatky tržního systému. Hlavním cílem veřejného sektoru je realizace veřejných statků, při jejichž produkci nelze stavět na rozhodující místo hospodářský výsledek (zisk).

Veřejný sektor je financován z veřejných rozpočtů, z tohoto důvodu podléhá veřejné kontrole. Rozhodování ve veřejném sektoru probíhá formou tzv. veřejné volby – prostřednictvím volených zástupců či přímou volbou voličů.⁶¹

Veřejná volba neprobíhá ve vzduchoprázdnu, nýbrž v konkrétní společnosti, která se řídí konkrétními pravidly. Je nutné si také uvědomit, že jak při rozhodování o obecných a společenských problémech, jako jsou např. problémy veřejných financí a veřejného sektoru, tak i při řešení zcela konkrétních úkolů se jednotliví účastníci politického trhu budou řídit vždy svými vlastními preferencemi. Důležitým činitelem ovlivňujícím existenci, rozsah a fungování veřejného sektoru jsou veřejné finance.

Veřejné finance představují *„peněžní vztahy, které zprostředkovávají tvorbu, rozdělení a použití peněžních fondů, resp. peněžního kapitálu státu, orgánů územní samosprávy, státních podniků a ostatních veřejných organizací. Hlavním článkem veřejných financí jsou finance státu jako orgánu centrální moci.“*⁶²

Veřejné finance slouží k uspokojování potřeb obyvatelstva na úrovni státu, regionů, měst a obcí. Zabezpečují veřejné úkoly, a tím naplňují veřejné zájmy. Jejich úkolem je zabezpečit potřebné finanční prostředky a zajistit efektivitu jejich použití.⁶³

⁶¹ PAVLÁSEK, V. – HEJDUKOVÁ, P. – KUNEŠOVÁ, H. *Veřejné finance a daně*. Plzeň: NAVA, 2008, s. 19, ISBN 978-80-7211-303-3.

⁶² BENEŠ, V. a kol.: *Bankovní a finanční slovník*. 1. Plzeň: NS Svoboda – Libertas, 1993, s. 145, ISBN 80-205-0357-9.

⁶³ PAVLÁSEK, V. – HEJDUKOVÁ, P. – KUNEŠOVÁ, H. *Veřejné finance a daně*. Plzeň: NAVA, 2008, s. 20, ISBN 978-80-7211-303-3.

Dle Hamerníkové a Kubátové⁶⁴ jsou veřejné finance modernějším pojmem, sloužícím k označení specifických finančních vztahů a operací, probíhajících v rámci ekonomického systému mezi orgány a institucemi veřejné správy na straně jedné a ostatními subjekty na straně druhé (tj. občany, domácnostmi, firmami, neziskovými organizacemi apod.) Autorky zdůrazňují přívlastek *modernější*, neboť ještě začátkem 20. století byly užívány spíše pojmy *státní finance* a *municipální finance*. Přesun pozornosti od státních a municipálních k veřejným financím souvisí úzce s přesunem kompetencí z beder státní správy a jejích orgánů a institucí na místní správu či dokonce samosprávu, vznikající v průběhu 20. století na územním principu.

Veřejné finance zahrnují několik článků:

- Státní rozpočet – jako centralizovaný peněžní fond slouží k finančnímu zabezpečení funkcí státu a tvoří základní článek veřejných financí.
- Finance orgánů územní samosprávy – plní důležité společenské funkce, pro jejichž zabezpečení potřebují finanční zdroje.
- Finance účelových finančních fondů.⁶⁵

4.1 Rozpočtová soustava v ČR

Rozpočtová soustava je dobře a výstižně popsána v definici: „*Rozsah rozpočtové soustavy, která v každém státě tvoří nedílnou součást finančního makrosystému, je závislý na politickém a územním uspořádání státu, na velikosti státního útvaru a také na tradicích dané země. Rozpočtovou soustavou rozumíme soustavu veřejných rozpočtů (včetně rozpočtových vztahů fungujících uvnitř této soustavy) a institucí, které zabezpečují tvorbu, rozdělování, užití a kontrolu toků jednotlivých okruhů finančních prostředků v rámci této soustavy.*“⁶⁶

⁶⁴ HAMERNÍKOVÁ, B. – KUBÁTOVÁ, K. *Veřejné finance – učebnice*. Praha: Eurolex Bohemia, 2004, s. 161. ISBN 80-86432-88-2.

⁶⁵ PAVLÁSEK, V. – HEJDUKOVÁ, P. – KUNEŠOVÁ, H. *Veřejné finance a daně*. Plzeň: NAVA, 2008, s. 20–21. ISBN 978-80-7211-303-3.

⁶⁶ NAHODIL, F. a kol. *Veřejné finance v České republice*. Plzeň: NS Aleš Čeněk, 2009, s. 47. ISBN 978-80-7380-162-5.

Rozpočtová soustava ČR je primárně tvořena soustavou veřejných rozpočtů. *Veřejné rozpočty* – jsou nejvýznamnější součástí rozpočtové soustavy, prochází jimi největší část objemu veřejných finančních prostředků. V ČR se každoročně sestavují:⁶⁷

- Státní rozpočet, jeho součástí je tzv. Národní fond,
- Krajské rozpočty (pro 14 krajů),
- Místní (územní) rozpočty (rozpočty měst, včetně statutárních, a obcí),
- Rozpočty příspěvkových organizací (jsou to veřejnoprávní neziskové organizace s právní subjektivitou, na rozpočet svého zřizovatele jsou napojeny tzv. netto způsobem, tj. výsledným saldem),
- Rozpočty organizačních složek (na svého zřizovatele jsou napojeny tzv. brutto způsobem),
- Rozpočty dobrovolných svazků obcí.

Mimorozpočtové fondy – jsou zpravidla přísně účelové, jsou jim vyčleněny přesně definované druhy příjmů, a na druhé straně i jejich použití je možné jen na přesně určené potřeby. V ČR jsou tyto mimorozpočtové fondy:⁶⁸

- Státní zemědělský intervenční fond,
- Státní fond životního prostředí,
- Státní fond pro zúrodnění půdy,
- Státní fond kultury,
- Státní fond pro ochranu a rozvoj české kinematografie,
- Státní fond rozvoje bydlení,
- Státní fond dopravní infrastruktury.

Zvláštní postavení mají i fondy zdravotních pojišťoven. Jsou součástí rozpočtové soustavy ČR, spravují je jednotlivé zdravotní pojišťovny. Zdravotní pojišťovny jsou veřejnoprávní instituce, zakládány dle zvláštních zákonů od roku 1992. Jsou kontrolovány Ministerstvem financí ČR a Parlamentem ČR. Jejich příjmy z povinných příspěvků na zdravotní pojištění vyplývají ze zákona, sazby povinného

⁶⁷ LAJTKEPOVÁ, E. *Veřejné finance*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2007, s. 78, ISBN 978-80-7204-495-5.

⁶⁸ LAJTKEPOVÁ, E. *Veřejné finance*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2007, s. 79, ISBN 978-80-7204-495-5.

zdravotního pojištění jsou stanoveny zákonem, zároveň jsou dotovány ze státního rozpočtu ve prospěch nevýdělečně činných osob, za které platí zdravotní pojištění stát.

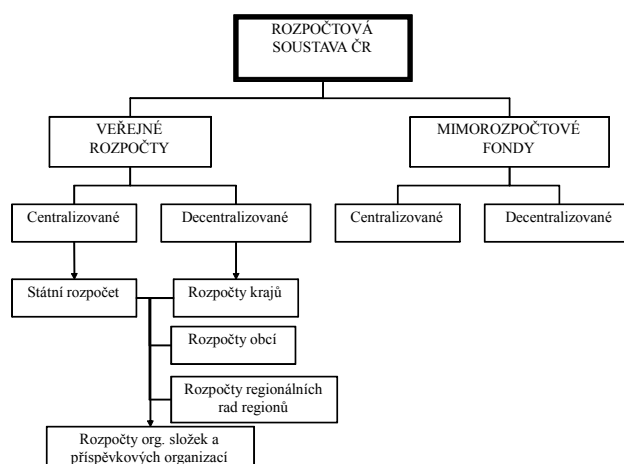
Mimorozpočtovými fondy zvláštního druhu – byly i tzv. transformační fondy zřízené v 90. letech 20. stol. za účelem privatizace státního majetku:

- Fond národního majetku (zrušen k 1. 1. 2006, jeho působnost přešla na Ministerstvo financí ČR),
- Státní pozemkový úřad (který převzal agendu po Pozemkovém fondu k 1. 1. 2013).

Naprosto diskutabilní je ale postavení tzv. mimorozpočtových fondů typu *vládních agentur* – ve skutečnosti nestojí totiž mimo rozpočtovou soustavu, jsou to instituce, které získávají příspěvky ze státního rozpočtu. Jsou zakládány rezortními ministerstvy jako akciové společnosti.

Mimorozpočtové fondy územních samosprávných celků (měst, obcí, krajů) – tyto fondy mohou být tvořeny z přebytků z hospodaření z minulých let, z příjmů běžného roku a z převodu finančních prostředků z rozpočtu do těchto fondů. Hospodaření s finančními prostředky mimorozpočtových fondů schvaluje zastupitelstvo (obce, města, nebo kraje).

Obrázek č. 1: Rozpočtová soustava v ČR



Zdroj: Vlastní zpracování podle Kinšt J.⁶⁹

⁶⁹ Zpracováno podle KINŠT, J. *Rozpočtová skladba v roce....* Olomouc: Nakladatelství ANAG, 2011, 280 s. ISBN 978-80-7263-638-9.

Rozpočtová politika a rozpočtování se neustále vyvíjí, reaguje na vnější podmínky (zejména ekonomické, politické či technologické) – tímto způsobem se mění postupy a metody ve vyspělých zemích, stejně jako v České republice (např. prostřednictvím reformy veřejných financí nebo zaváděním nových inovativních metod, jako je Integrovaný Informační Systém Státní Pokladny).

Základním a hlavním článkem veřejných financí je Státní rozpočet, protože soustřeďuje největší část příjmů rozpočtové soustavy a nejvíce se podílí na nenávratném přerozdělování značné části hrubého domácího produktu přes rozpočtovou soustavu. Je tedy nejdůležitějším veřejným rozpočtem. Ve svém tradičním pojetí je označován jako centralizovaný peněžní fond. Z formálního hlediska je státní rozpočet bilancí; dokumentem, který bilancuje příjmy, s jakými stát bude v daném období disponovat, a výdaje podle účelu jejich použití.⁷⁰ Jelikož v rozsahu této práce není možné pokrýt celý rozsah a skladbu veřejných financí, bude se dále tato práce soustředit pouze na Státní rozpočet.

4.2 Legislativní rámec státního rozpočtu

Státním rozpočtem rozumíme plán hospodaření na daný rok, který je schvalován v poslanecké sněmovně jako závazný zákon. Pravidla sestavení, realizace a závěrečného vyhodnocení upravuje zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů. Státní rozpočet zajišťuje chod státní a veřejné správy, k čemuž mu slouží příjmy na straně jedné a zajištění funkcí státu a veřejných institucí pak představují výdaje na straně druhé. Státní rozpočet tedy sestává z očekávaných příjmů a odhadovaných výdajů pro daný rok. „*Státní rozpočet jako souhrn finančních dokumentů zahrnuje zákon o státním rozpočtu, rozpis ukazatelů státního rozpočtu, podrobné rozpočty organizačních složek státu a změny těchto dokumentů.*“⁷¹ Výdaje a příjmy státního rozpočtu jsou rozčleněny dle jednotlivých kapitol státního rozpočtu.

⁷⁰ PAVLÁSEK, V. – KUNEŠOVÁ, H. – HEJDUKOVÁ, P. *Veřejné finance a daně*. Plzeň: NAVA, 2009, s. 154–159. ISBN 978-80-7211-329-3.

⁷¹ Zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů, § 5.

Při sestavování státního rozpočtu se bere zřetel na střednědobý výhled, zejména co se týče projektů, které jsou spolufinancovány z rozpočtu Evropské unie. Na státní rozpočet jsou napojeny i rozpočty územních samosprávných celků a státní fondy.

Návrh státního rozpočtu sestavuje ministerstvo financí ve spolupráci s ostatními ministerstvy, státními fondy a územními samosprávnými celky. Při sestavování se bere v úvahu hospodaření státu v uplynulém rozpočtovém období, cíle, kterých chce vláda dosáhnout, a závazky, které má vůči jiným celosvětovým institucím. Velkou roli při sestavování rozpočtu hraje budoucí předpokládaný vývoj národního hospodářství státu.

Po sestavení návrhu státního rozpočtu se tento návrh předkládá ke schválení vládě. Projde-li schválením ve vládě, pak postupuje dále do Poslanecké sněmovny. Aby byl zákon projednán včas a nikoli ve stavu legislativní nouze, návrh státního rozpočtu se předkládá nejpozději tři měsíce před ukončením období se stávajícím státním rozpočtem. Návrh zákona poté putuje do rozpočtového výboru. Zákon prochází třemi čteními v Poslanecké sněmovně. První čtení zákona se týká projednání základních údajů obsažených v návrhu. Jedná se zejména o tyto údaje: celkové příjmy, výdaje, vztah k rozpočtům VÚSC⁷² a obcí, saldo státního rozpočtu a návrh na jeho vypořádání.

Po prvním čtení následují dvě možné varianty. Buď je návrh přijat a pokračuje do druhého čtení, nebo se vrací zpět na vládu s návrhy na přepracování. Druhé čtení se zaměřuje na pozměňovací návrhy. Třetí čtení zahrnuje opravy legislativně technických či pravopisných chyb apod. Po schválení poslaneckou sněmovnou se návrh státního rozpočtu stává rozpočtovým zákonem. V případě, že byl návrh zákona předložen a schválen, nastává plnění rozpočtu. Státní rozpočet je zákonem, který musí být dodržován. Z těchto důvodů funguje průběžná a následná kontrola plnění státního rozpočtu.

Problém nastává ve chvíli, kdy se nepodaří schválit nový státní rozpočet včas. Pak se v následujícím období, které zůstane bez schváleného státního rozpočtu, hospodaří podle rozpočtového provizoria. Rozpočtové provizorium představuje hospodaření srovnatelné s loňským rokem. Naráží se ale na úskalí jiného hospodářského vývoje a jiných závazků, než které panovaly v minulém rozpočtovém období.

⁷² Vyšších územně samosprávných celků (VÚSC). Byly zavedeny zákonem č. 129/2000 Sb., o krajích.

Obrázek č. 2: Časový harmonogram

Dokument k rozpočtu	Datum (uváděny optimální termíny, lze i dříve, později není vhodné)	Kód dat
Rozpočtový výhled	kdykoli během roku	1–12, R
Rozpočtové provizorium	listopad, prosinec předcházející rok	11,12 R–1
Rozpočet		
– sestavení, projednávání	říjen až prosinec předcházející rok	10–12 R–1
– projednání ve finančním výboru	prosinec, leden následující rok	12 R–1,1 R
– vyvěšení a schválení	únor až březen běžný rok	2–3 R
Rozpočtová opatření	ke čtvrtletí, min. září a prosinec běžný rok, leden následující rok	4, 9, 12 R 1 R+1
Závěrečný účet	nejpozději k 30. 6. následujícího roku	6 R+1

Vysvětlivky: R – 1 předchozí rok, R běžný rok; R+1 následující rok

Zdroj: Rozpočet a rozpočtový proces [online]. Účetní kavárna 01. 12. 2010 [cit. 2014-01-08].

Dostupné z WWW: <http://www.ucetnikavarna.cz/archiv/dokument/doc-d28557v35708-rozpocet-a-rozpocetovy-proces/>

Obrázek č. 3: Proces sestavování, schvalování a kontroly státního rozpočtu



Zdroj: LAJTKEPOVÁ, E. *Veřejné finance*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2007, s. 94, ISBN 978-80-7204-495-5.

PRAKTICKÁ ČÁST

V druhé části této práce se budeme zabývat ověřením hypotézy, že orgány státní správy potřebují komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve věci státního rozpočtu. Budeme v ní zkoumat praktické užití metod Public Relations při zdůvodňování smyslu výdajů a tvorby příjmů státního rozpočtu.

Proto bude v této části práce prakticky vysvětlena logika zpracování informací pro Public Relations na Internetu. Poté přistoupíme k vlastní analýze metod komunikace příslušných orgánů státní správy s veřejností a v závěru této práce se pokusíme vyhodnotit metody Public Relations státní správy a veřejnosti, a to včetně chyb, kterých se státní správa v tomto procesu dopouští.

5 PUBLIC RELATIONS ČLÁNKY NA INTERNETU

Abychom pochopili logiku portálů zveřejňujících PR články, je velmi důležité si uvědomit a popsat typické chování internetového uživatele, který hledá určitou informaci. Má-li tento uživatel potřebu na Internetu najít informace o státním rozpočtu, může napsat na svůj facebookový profil výzvu: *Má někdo tušení, kde seženu na Internetu nejlepší informace o státním rozpočtu? Dá se předpokládat, že někdo z jeho virtuálních přátel mu pošle příslušný internetový odkaz se vzkazem, že si to mohl najít sám.*

Dále je možné napsat v internetovém prohlížeči do adresní řádky konkrétní adresu: *statnirozpocet.cz* nebo *verejnydluh.cz*. I když adresy *www.statnirozpocet.cz* a *www.verejnydluh.cz* opravdu existují, jen málokterý uživatel internetu navštíví stránky přímým zadáním adresy do prohlížeče.

Drtivá většina internetových uživatelů využije služeb některého z internetových vyhledávačů.⁷³ U české veřejnosti se jedná o Seznam (*www.seznam.cz*) nebo u mladší

⁷³ Výjimkou je internetový prohlížeč Google Chrome, disponující inteligentní adresní řádkou, která funguje zároveň jako zadávací pole pro vyhledávání na *www.google.com*.

generace populárnější Google (www.google.cz), oba spolu soupeří o většinový podíl na českém Internetu. Pokud do těchto vyhledávačů zadáme termín *statnirozpocet* nebo *verejnydluh*, zjistíme, že ani jedna z výše popisovaných stránek WWW není mezi nalezenými odkazy na první straně vyhledávání. Výsledek vyhledávání termínu *statnirozpocet* na vyhledávačích Seznam a Google je na obrázku v příloze A. Tato praktická ukázka nám potvrzuje, že dobře zapamatovatelná adresa nestačí. Na vyhledávacích stránkách dominují výsledky s reklamními bloky s placenými odkazy, následované skutečným výsledkem vyhledávání.

Přesný algoritmus, na základě kterého jsou odkazy řazeny ve výsledku vyhledávání, není veřejný, přesto existuje několik doporučení a návodů, jak vlastní stránky ve výsledku umístit co nejvýše. Jedním z hodnoticích kritérií s velkou váhou je i počet tzv. zpětných odkazů⁷⁴ vedoucích na WWW stránky, což právě představuje hnací motor PR serverů. Umístěním informace v podobě PR článku či tiskové zprávy na více serverů počet zpětných odkazů zvyšujeme, čímž zvyšujeme i pravděpodobnost umístění na vyšších pozicích ve zmiňovaných výsledcích.

Stejného principu využívají i katalogy WWW stránek, firem a odkazů, kterých existuje nemalé množství. Oproti PR článkům však mají několik nevýhod. Předně jsou omezeny počtem znaků na několik vět či jeden odstavec, což neposkytuje potřebný prostor pro podrobnější informace. Počet odkazů je omezen na jeden. Typický katalogový záznam WWW stránky je většinou v rozsahu název, popis, odkaz. Záznam v katalogu firem může mít i větší rozsah; může jím být například poštovní adresa, telefon, fax, e-mailová adresa, otevírací doba, či počet zaměstnanců, ale i přesto obsahuje pouze jeden odkaz.

Oproti tomu PR článek poskytuje mnohem více prostoru pro prezentaci sebe sama. Nejenže jeho rozsah není omezen pouze jedním odstavcem, ale je možné použít více odkazů a také strukturovaný text. Důležitá slova a pasáže je možno zvýraznit, což umožní lepší orientaci čtenáře a také přispěje k hodnotě těchto slov pro vyhledávací roboty. PR článek je možno opatřit ještě tzv. štítky, které sdružují texty podobného zaměření, což také přispívá ke zvýšení počtu zobrazení textu.

⁷⁴ Zpětný odkaz je odkaz na jakékoliv jiné WWW stránce na Internetu, ukazující na naše WWW stránky.

Velká nevýhoda PR článku tkví v tom, že jej musí někdo napsat, což je výrazně složitější než krátký popis odkazu. Vyžaduje to perfektní znalost mateřského jazyka a alespoň základní znalost psaní textů. Špatná znalost gramatiky může být často problém; napsat článek v rozsahu jedné normostrany je pro některé drobné živnostníky a řemeslníky často nadlidský výkon.

5.1 Hodnocení komunikační strategie

Cílové skupiny – „Z koncepce (plánu) vychází k příjemci public relations PR komunikace. Konkretizuje předmětné téma, je zpracována do určité formy nebo prostředku a sděluje se přímými nebo nepřímými komunikačními kanály. Cílové skupiny v marketingových komunikacích jsou již obvykle stanoveny segmentací a positioningem v marketingové strategii. V nepodnikatelském sektoru je cílová skupina dána zaměřením subjektu (např. politické strany na voliče, vládní orgány a samosprávné orgány na občany a instituce, nadace na občany a subjekty, odbory na pracující atp.)“.⁷⁵

Je-li naším záměrem cílové skupině něco sdělit, musíme v tomto procesu postupovat obezřetně, abychom zvolili takovou formu, která bude protější straně vyhovovat. Informace pro novináře musí být co nejjednodušší ke zpracování, protože novinář může denně dostávat velké množství informací a vybere si z nich jenom ty, které jej nějak zaujmou. Samozřejmostí je zajímavost tématu, ale nesmíme opomínat ani formu. Nesestříhaný videozáznam z tiskové konference jistě není nejlepším materiálem pro tvorbu novinového článku. Nelze předpokládat, že novinář věnuje dvě hodiny sledování videa, z něhož si vypíše několik bodů, které následně zpracuje. To si raději vybere konkurenční materiál, který bude v textové podobě a kde bude v několika bodech sepsána hlavní myšlenka.

U obrázků je potřeba volit správnou velikost, kvalitu i formát. Rozměrově malý bitmapový obrázek, který je do tisku nepoužitelný, může být objemově mnohonásobně větší než podstatně kvalitnější a rozměrově větší obrázek ve formátu JPG či PNG.

⁷⁵ SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*. 2. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, s. 23. ISBN 978-80-247-2866-7.

Pokud je informace čistě textová, vkládáme ji rovnou do těla mailu, formátovaný text lze odesílat ve formátu PDF, kde je zaručeno, že jej protistrana uvidí stejně jako odesílatel.

Cílem celkové komunikační strategie je seznámit cílové skupiny s maximálně možným množstvím informací o státním rozpočtu. Vzhledem k tomu, že státní rozpočet je vždy na každý rok nový, musí se tato skutečnost zohlednit i při komunikaci. Je tak nutno rozlišovat již například v samotném titulku příslušný rok. Důležité je také neopomíjet zařazování příslušných zpráv nejen o připravovaném státním rozpočtu, také ale o probíhajícím, případně výsledky rozpočtů z let minulých. Zajímavé je v tomto případě využití srovnání jednotlivých položek v různých letech. Zde se dá najít řada námětů k účinné komunikaci. Vzhledem k rozsáhlosti tématu je také nutno hlavní skupinu materiálů umístit na jednom místě, v našem případě, jak uvidíme, na internetových stránkách Ministerstva financí ČR. Do tohoto místa je nutno zajistit si jednoduché přesměrování z webů ostatních vládních institucí, počínaje webovými stránkami www.vlada.cz.

5.2 Stanovení základních hodnoticích kritérií komunikace státní správy

V této kapitole se budeme zabývat jednotlivými weby státní správy z pohledu informací o státním rozpočtu. Základním webem pro tuto oblast je adresa www.vlada.cz. Zde se především dozvíme informace o činnosti předsedy vlády a jeho úřadu. Najdeme tady ale i rozcestník směřující k ostatním ministerstvům. Z doprovodného textu se pak dozvíme, že problematika státního rozpočtu je v kompetenci ministerstva financí; www.mfcr.cz je tedy pro nás nejdůležitější web pro získávání informací o státním rozpočtu.

Jak tedy přistoupíme k hodnocení komunikace státní správy? Důležitou roli zde budou hrát některé faktory:

- Komu je daná komunikace určena, zda se jedná o běžné občany, jiné organizace a instituce či profesní sdružení. Výše zmíněné okolnosti se samozřejmě musí projevit na hloubce a srozumitelnosti komunikace.

- Také je důležitá jasnost, přehlednost a dostupnost daného sdělení. Pokud hledáme na různých internetových stránkách, je nutno přihlídnout i k případné provázanosti a vhodnému nasměrování.
- V neposlední řadě svou roli hraje grafické zpracování, čitelnost textu a případná manipulace s ním.

Na základě těchto hodnoticích faktorů pak můžeme přistoupit k analýze příslušných internetových stránek.

6 ANALÝZA METOD PUBLIC RELATIONS

Tato práce využívá kombinace komparativní metody vybraných webů a dotazníkového šetření. Oba postupy umožňují analýzu metod Public Relations příslušných orgánů státní správy v oblasti příprav a realizace státního rozpočtu. Také se v práci pokusíme ověřit nastolené *hypotézy*:

- Orgány státní správy mají potřebu komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve věci státního rozpočtu.
- Orgány státní správy se dopouští chyb při užití metod Public Relations. Jedním z důvodů je různá kvalita jednotlivých www portálů, co se týče komunikace státní správy s veřejností, firmami a institucemi o státním rozpočtu.

6.1 Komparativní metoda šetření

Touto metodou zpracováváme a hodnotíme osm vybraných webových portálů státní správy (viz kapitola 5.2 – stanovení základních hodnoticích kritérií). Data získaná touto metodou jsou pro každou instituci zaznamenána do přehledné tabulky, což bude využito v závěrečné komparaci pro zhodnocení nedostatků jednotlivých služeb a informací na webových portálech státních institucí.

- *Technika šetření* – výzkum webových portálů se opírá o sběr údajů publikovaných přímo na daných stránkách. Hlavním přínosem této metody je, že analýza je realizována z pohledu běžného občana hledajícího informace o státním rozpočtu. Poznatky z posuzování webových portálů těchto vybraných institucí budou analyzovány pro každou instituci zvlášť.
- *Období šetření* – počátek roku 2014.
- *Hlavní ukazatele* – podstatná kritéria, která umožňují veřejnosti informování se a případnou interakci k problematice o státním rozpočtu:
 - informace o odborech, které mají v rezortu na starosti příjmy a výdaje rezortu,
 - základní informace o státním rozpočtu (dále jen SR) rezortu,

- komentované informace o SR, návody, grafy, vysvětlení strategie rezortu z hlediska výdajů,
- dotační politika rezortu, dodržení povinnosti zveřejňování informací o dotacích ze SR podle zákona,⁷⁶
- rozklikávací rozpočet,⁷⁷ nebo případný zpětný odkaz na stránky Ministerstva financí ČR,
- povinné standardy pro informační systémy veřejné správy, přístupnost stránek,⁷⁸
- informace o tom, jak má občan žádat o informace,
- přehlednost webových stránek (fulltextové vyhledávání),
- elektronická podatelna, zveřejnění adresy elektronické podatelny.

Kvalita jednotlivých informací bude posuzována dle tzv. stupňů kvality:

1 – velmi kvalitní, informace je poskytnuta efektivitě, přehledně a komplexně, je zajištěna možnost zpětné komunikace s veřejností.

2 – kvalitní, informace je poskytnuta přehledným a uceleným způsobem, ale není zajištěna zpětná komunikace s veřejností (odezva a reakce občanů a firem).

3 – dostačující, informace je poskytnuta minimálním způsobem, který umožňuje využití informace. Není zajištěna přehlednost informací (omezené možnosti vyhledávání), nejsou k dispozici v dostatečné míře další rozšiřující informace (komentáře, vysvětlení běžným občanům, grafy atd.).

4 – nedostačující, informace není poskytována, nebo je poskytnuta nevyhovujícím způsobem, který neumožňuje využití informace, případně informace nejsou aktuální.

⁷⁶ Zákon č. 218/2000 Sb., § 18a, odstavec 1 – „poskytovatel předává ministerstvu veškeré dokumenty a údaje, s výjimkami uvedenými v odstavci 2, které jsou rozhodné pro poskytování dotací a návratných finančních výpomocí a kterými se při rozhodování o nich řídí, a to bez ohledu na to, jaké osoby jsou jejich původci. Poskytovatel je povinen zajistit úplnost dokumentů a údajů určených ke zveřejnění, jakož i vyloučení dokumentů a údajů podle odstavce 2, a předat je ministerstvu v elektronické podobě ve formátu, který stanoví ministerstvo sdělením ve Finančním zpravodaji. Ministerstvo je zveřejňuje na svých internetových stránkách.“

⁷⁷ Informační portál (nebo aplikace), který umožňuje volný přístup k rozpočtovým a účetním informacím ze všech úrovní státní správy a samosprávy – zjednodušeně řečeno, aplikace, kde se může kdokoliv detailně podívat, kolik za co stát konkrétně utrací.

⁷⁸ Viz § 5 odst. 2 zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy.

6.2 Dotazníkové šetření

Tohoto šetření se zúčastnilo 251 dotazovaných, z nichž byl vybrán reprezentativní vzorek sta respondentů podle několika sociodemografických parametrů. Jako třídící proměnné sloužily pohlaví, věk a vzdělání. Dále byli zahrnuti zaměstnanci státní správy a samosprávy, soukromí podnikatelé, zaměstnavatelé, zaměstnanci mimo státní správu a samosprávu, studenti, lidé v domácnosti, důchodci i nezaměstnaní. Dotazníkové šetření bylo prováděno prostřednictvím elektronického dotazníku (vzor dotazníku je uveden v příloze B). Sběr dat se uskutečnil v průběhu prosince 2013. Nezkoumalo se politické názorové spektrum, ani názory na konkrétní státní rozpočet či vládní představitele. Všichni respondenti odpovídali max. na šestnáct položených otázek, týkajících se vztahu veřejnosti k informacím o státním rozpočtu ČR.

Dotazníkové šetření má přinést odpověď na otázku, zda a kolik respondentů vnímá skutečnosti o státním rozpočtu, případně jestli orgány státní správy komunikují s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky v záležitostech státního rozpočtu. Druhá část by měla objasnit názory respondentů, které informace jsou veřejnosti potřebné, které naopak nikoliv a jaké skupiny obyvatelstva se o ně zajímají. Proto bylo nutno podniknout alespoň malý výzkum veřejného mínění. Složení reprezentativního souboru sta respondentů ukazuje následující tabulka.

Tabulka č. 1: Složení souboru respondentů (v %)

		Žen 50	15 %	35 %	35 %	15 %
Věk	/ Vzdělání	ZŠ	SOU	SŠ	VŠ	
15 – 29	ženy	12	2	4	4	2
30 – 44	ženy	13	1	5	5	2
45 – 59	ženy	13	1	5	5	2
60+	ženy	12	2	4	4	2
		Mužů 50	15 %	35 %	35 %	15 %
Věk	/ Vzdělání	ZŠ	SOU	SŠ	VŠ	
15 – 29	muži	12	2	4	4	2
30 – 44	muži	13	1	5	5	2
45 – 59	muži	13	1	5	5	2
60+	muži	12	2	4	4	2

Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

7 ANALÝZA JEDNOTLIVÝCH WEBŮ

V této kapitole jsou popsány výsledky komparativní analýzy osmi vybraných webových portálů státní správy. Získaná data jsou zaznamenána pro každou instituci do přehledné tabulky. Mezi analyzované instituce byly zařazeny:

- Úřad vlády ČR, Ministerstvo financí ČR,
- Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR,
- Ministerstvo vnitra ČR,
- Senát Parlamentu ČR,
- Ministerstvo spravedlnosti ČR,
- Český úřad zeměměřičský a katastrální,
- Ministerstvo obrany ČR.

7.1 Vláda České republiky

Adresa webu: www.vlada.cz

Tabulka č. 2: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.vlada.cz

Informace (služba) na webu	Zajištění služby	Kvalita služby
Základní informace o státním rozpočtu (SR)	ano	dostačující
Adresář subjektů, které spravují příjmy a výdaje SR	ano	dostačující
Komentované informace o SR, návody, grafy	nenalezeno	nedostačující
Vysvětlení strategie rezortu z hlediska výdajů	nenalezeno	nedostačující
Dotační politika rezortu	ano	velmi kvalitní
Zveřejňování informací o poskytnutých dotacích	ano	dostačující
Rozklikávací rozpočet nebo odkaz na web MF	nenalezeno	nedostačující
Povinné standarty, přístupnost stránek	ano	kvalitní
Návod k postupu jednání s úřadem	ano	dostačující
Zveřejňování adres elektronické podatelny	ano	kvalitní
Elektronická úřední deska	nenalezeno	nedostačující
Formuláře ke stažení, oboustranná komunikace	ano	kvalitní
Přehlednost webových stránek	ano	kvalitní
Specifické informace	ano	velmi kvalitní
Celkové hodnocení webu:⁷⁹	5.	(2,71)⁸⁰

Zdroj: Vlastní zpracování 2014

www.vlada.cz – tento webový portál lze hodnotit pouze jako *dostačující* (2,71), mezi hlavní problémy webu patří podávání velkého množství informací, které jsou mnohdy špatně strukturované a nepřitažlivé. Nepřitažlivost webových stránek a mediální prezentace státních institucí na internetu však není problémem pouze tohoto

⁷⁹ Komparační hodnocení portálu 1. až 8. pořadí (1. nejlepší, 8. nejhorší).

⁸⁰ Aritmetický průměr vypočtený z hodnocení kvality jednotlivých služeb (velmi kvalitní – 1, kvalitní – 2, dostačující – 3, nedostačující – 4).

webu, ale většiny internetových stránek státních institucí. Při návštěvě vládního webu se nejprve dostáváme na stránky, které jsou spíše neformální prezentací předsedy a místopředsedy vlády a nedozvídáme se z nich takřka žádné konkrétní kontakty, činnosti a další údaje, jež veřejnost pravděpodobně potřebuje z webu získat.

Tyto stránky obsahují odkazy na prezentace premiéra, program jednání vlády, očekávané události, usnesení vlády, aktuality a některé dokumenty, jako je jednací řád vlády, legislativní pravidla vlády nebo koaliční smlouva mezi ČSSD hnutím ANO 2011 a KDU-ČSL na volební období 2013–2017. Pokud se rozhodneme získat bližší informace o činnosti úřadu vlády a kontaktech na Vládu ČR, musíme se přes tento web dostat na webové stránky Úřadu vlády ČR.

Na internetových stránkách Úřadu vlády ČR se dozvíme základní informace o rozpočtu této kapitoly formou základního opisu „*Ukazatele kapitoly 304 Úřad vlády České republiky*“⁸¹. Nicméně opisu již chybí jakékoliv vysvětlení jednotlivých položek a není možné základní agregace státního rozpočtu dále *rozkliknout*, tj. zcela chybí informace, z čeho se plánované příjmy a výdaje skládají. Ještě horší situace je z hlediska vykazování plnění a realizace rozpočtů předchozích – zde se web v části nabídky „*Závěrečný účet kapitoly*“ omezuje na zkreslující vyjádření „*Závěrečný účet kapitoly 304 – Úřad vlády České republiky je za příslušný rok předkládán na základě zákona č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů (rozpočtová pravidla). Kapitola Úřad vlády ČR nemá podřízenou organizační složku státu ani příspěvkovou organizaci.*“⁸²

Forma uveřejněných informací je v souladu s vyhláškou č. 64/2008 Sb., o formě uveřejňování informací souvisejících s výkonem veřejné správy prostřednictvím webových stránek pro osoby se zdravotním postižením (vyhláška o přístupnosti). Stránka splňuje všechna doporučení W3C pro standard XHTML 1.0 strict.⁸³

Stránky Vláda České republiky a Úřad vlády ČR má pod dozorem redakční rada, zvláště je ceněna velmi propracovaná nabídka *Specifické informace* sekce *Media centrum* – tato část webu velmi realisticky konstatuje, že „*vzhledem k současnému*

⁸¹ Zákon č. 475/2013 Sb., o státním rozpočtu České republiky na rok 2014, příloha č. 4, kapitola 304.

⁸² Zdroj: *Závěrečný účet kapitoly*[online]. Vláda České republiky [cit. 2014-01-03]. Dostupné z WWW: <http://www.vlada.cz/cz/urad-vlady/zaverecny-ucet-kapitoly/zaverecny-ucet-kapitoly-23346/>.

⁸³ Zdroj: *O přístupnosti* [online]. Vláda České republiky [cit. 2014-01-03]. Dostupné z WWW: <http://www.vlada.cz/cz/urad-vlady/o-serveru/o-pristupnosti-16035/>.

trendu internetových médií naleznete na našich stránkách multimediální obsah...“ a „*Všechna multimédia, včetně fotografií, jsou určena pro média k jejich volnému využití s uvedením zdroje www.vlada.cz či Úřad vlády ČR.*“⁸⁴ Za tento vstřícný přístup k médiím lze redakční radu jenom pochválit. Jak sama redakční rada uvádí, jejím hlavním úkolem je dohlížení na obsahovou a grafickou úroveň webových stránek a vytváření koncepce rozvoje těchto stránek. Rada je také pověřena neustálým dohledem nad aktuálností uváděných informací. Takový přístup je možné hodnotit velmi kladně, svou redakční radu by měly mít všechny státní instituce, které provozují webové stránky.

⁸⁴ Zdroj: Media centrum [online]. Vláda České republiky [cit. 2014-01-03]. Dostupné z WWW: <http://www.vlada.cz/cz/media/rozsireny-popis-homepage-media-centrum-50144/>.

7.2 Ministerstvo financí ČR

Adresa webu: www.mfcr.cz

Tabulka č. 3: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.mfcr.cz

Informace (služba) na webu	Zajištění služby	Kvalita služby
Základní informace o státním rozpočtu (SR)	ano	kvalitní
Adresář subjektů, které spravují příjmy a výdaje SR	ano	kvalitní
Komentované informace o SR, návody, grafy	ano	velmi kvalitní
Vysvětlení strategie rezortu z hlediska výdajů	ano	velmi kvalitní
Dotační politika rezortu	ano	kvalitní
Zveřejňování informací o poskytnutých dotacích	ano	kvalitní
Rozklikávací rozpočet nebo odkaz na web MF	ano	kvalitní
Povinné standarty, přístupnost stránek	ano	kvalitní
Návod k postupu jednání s úřadem	ano	kvalitní
Zveřejňování adres elektronické podatelny	ano	nedostačující
Elektronická úřední deska	nenalezeno	nedostačující
Formuláře ke stažení, oboustranná komunikace	ano	dostačující
Přehlednost webových stránek	ano	velmi kvalitní
Specifické informace	ano	velmi kvalitní
Celkové hodnocení webu:⁸⁵	2.	(2,07)⁸⁶

Zdroj: Vlastní zpracování 2014

www.mfcr.cz – tento webový portál lze hodnotit jako *kvalitní* (2,07). Po spuštění modernizovaných portálů Spořicíh státních dluhopisů a Státní pokladny (IISSP) představilo Ministerstvo financí v roce 2013 i oficiální webový portál v nové podobě. Původní web fungoval bez výrazných změn od roku 2005. Na jeho úvodní stránce najdeme v horní liště přímo odkaz na Státní rozpočet. Po *rozkliknutí* se nám objeví

⁸⁵ Komparační hodnocení portálu 1. až 8. pořadí (1. nejlepší, 8. nejhorší).

⁸⁶ Aritmetický průměr vypočtený z hodnocení kvality jednotlivých služeb (velmi kvalitní – 1, kvalitní – 2, dostačující – 3, nedostačující – 4).

možnost vyhledávání tohoto tématu v obsahu a v dokumentech. Podíváme-li se, co se nalézá v obsahu, můžeme se zde seznámit s aktuálně platným zákonem o státním rozpočtu v úplném znění včetně příloh, dále se zákony o státním rozpočtu z minulých let a dalšími základními informacemi. Tyto stránky nejsou jen úplně věcné, snaží se být kontaktní včetně nejnovějších způsobů komunikace. Jistě je nezbytné mít dnes na webové stránce moderní způsoby komunikace, bylo by ale zajímavé vědět, zda vzbuzují nějaký ohlas. Jistým náznakem je alespoň sdělení: „*Hodnotilo 0 čtenářů*“.

Úvodní stránka je ale pouze základním rozcestníkem k celé řadě dalších stránek s podstránkami, na nichž můžeme najít informace ke státnímu rozpočtu. Spíše je potřebné posoudit, zda plní roli rozcestníku. Jaké informace tedy můžeme najít na dalších stránkách?

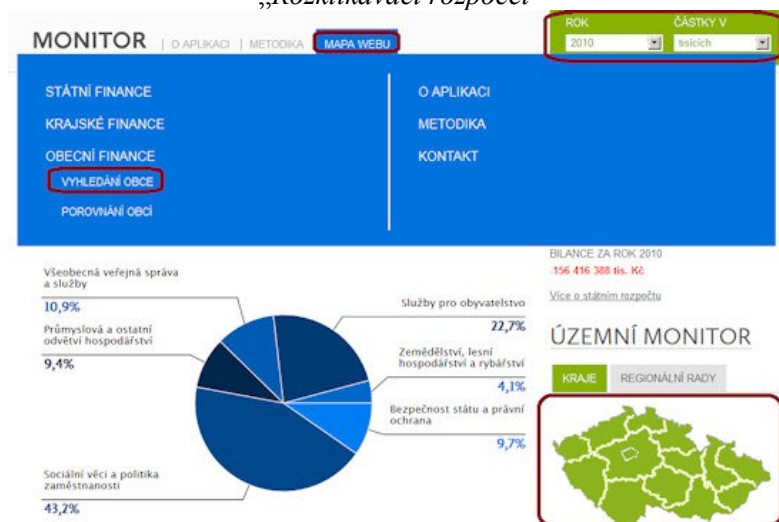
S jejich pomocí lze zmapovat v podstatě celý vývoj sestavování státního rozpočtu. Můžeme vyjít z let minulých, seznámit se se současnou hospodářskou situací na základě pečlivých rozborů, nechybí ani následné hodnocení vývoje plnění státního rozpočtu, a to jak průběžné, tak i komplexní. Východiskem k informacím je tedy důkladný rozbor. Je velmi podrobný, takže patřičné údaje zde každý fundovaný zájemce najde. Je zřejmé, že to nemůže být určeno pro běžného čtenáře. Z dalších příkladů uvidíme, co se vlastně občanům na stránkách Ministerstva financí o státním rozpočtu nabízí:

- Samotnému rozpočtu musí předcházet fundovaný rozbor ekonomiky ČR (viz příloha C).
- Podobně podrobně je zde hodnoceno i vnější ekonomické prostředí (viz příloha D).
- Dále se dozvídáme z jednotlivých příspěvků o konkrétní činnosti ministerstva (viz příloha E).
- V neposlední řadě se vedle věcně formulovaných materiálů můžeme setkat například s rozhovorem s tehdejším ministrem financí Janem Fischerem. Velmi zajímavé je sledovat, jakým výběrem slovních prostředků se snaží oživit jinak strohé téma (viz příloha F).
- Je samozřejmé, že informace o státním rozpočtu 2013 musejí být postaveny na konkrétních číslech. Jak tento strohý výklad pojalo Ministerstvo financí (slovy svého tiskového mluvčího p. Šrámka), je možné přečíst v příloze G.

Dále nás stránky Ministerstva financí ČR odkazují na webovou adresu *monitor.statnipokladna.cz* – kde lze zobrazit podrobnější informace o rozpočtech České republiky, krajů, měst a obcí. V současné době pracuje aplikace s daty od roku 2010 do roku 2012 a z roku 2013 k 30. 9. Na úvodní stránce vidíme výšečový graf. Portál umožňuje vyhledávání obce (aplikace prohledá celou Českou republiku a zobrazí detailní rozpočet). Pro přístup ke konkrétnímu kraji, městu, obci lze také kliknout do interaktivní mapy České republiky.

Pro tvorbu webových stránek zaměstnává ministerstvo financí minimálně dvě osoby – šéfredaktora a webmastera. Veřejný informační portál MF ČR je vytvořen s respektem k pravidlům přístupnosti a bezbariérovosti tak, aby splňoval všechny zásady přístupnosti dle platných legislativních norem a technologických standardů, zejména pak novelu zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy, a vyhlášku Ministerstva vnitra č. 64/2008 Sb., o formě uveřejňování informací souvisejících s výkonem veřejné správy prostřednictvím webových stránek pro osoby se zdravotním postižením (vyhláška o přístupnosti).⁸⁷

Obrázek č. 4: Úvodní obrazovka aplikace MONITOR, která zpřístupňuje veřejnosti tzv. „Rozklikávací rozpočet“



Zdroj: MONITOR [online]. Informační portál Ministerstva financí ČR [cit. 2014-01-06].
Dostupné z WWW: <http://monitor.statnipokladna.cz/2013/>

⁸⁷ Zdroj: Prohlášení o přístupnosti [online]. Ministerstvo financí ČR, 26.08. 2013 [cit. 2014-01-06].
Dostupné z WWW: <http://www.mfcr.cz/cs/prohlaseni-o-pristupnosti>.

7.3 Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR

Adresa webu: www.mpsv.cz

Tabulka č. 4: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.mpsv.cz

Informace (služba) na webu	Zajištění služby	Kvalita služby
Základní informace o státním rozpočtu (SR)	ano	dostačující
Adresář subjektů, které spravují příjmy a výdaje SR	ano	kvalitní
Komentované informace o SR, návody, grafy	ano	dostačující
Vysvětlení strategie rezortu z hlediska výdajů	nenalezeno	nedostačující
Dotační politika rezortu	ano	kvalitní
Zveřejňování informací o poskytnutých dotacích	nenalezeno	nedostačující
Rozklikávací rozpočet nebo odkaz na web MF	ano	velmi kvalitní
Povinné standarty, přístupnost stránek	ano	dostačující
Návod k postupu jednání s úřadem	ano	kvalitní
Zveřejňování adres elektronické podatelny	ano	kvalitní
Elektronická úřední deska	ano	dostačující
Formuláře ke stažení, oboustranná komunikace	ano	kvalitní
Přehlednost webových stránek	ano	dostačující
Specifické informace	ano	kvalitní
Celkové hodnocení webu:⁸⁸	4.	(2,57)⁸⁹

Zdroj: Vlastní zpracování 2014

www.mpsv.cz – tento webový portál je hodnocen pouze jako *dostačující* (2,57), i když případné hodnocení *kvalitní* portálu uniká jen o několik bodů. Webové stránky jsou rozsáhle strukturované a poměrně přehledné, ačkoli graficky mnohdy hodně strohé. Stránky mají vlastní podsekcí O *MPSV*, kde je umístěn i *Rozklikávací rozpočet*

⁸⁸ Komparační hodnocení portálu 1. až 8. pořadí (1. nejlepší, 8. nejhorší).

⁸⁹ Aritmetický průměr vypočtený z hodnocení kvality jednotlivých služeb (velmi kvalitní – 1, kvalitní – 2, dostačující – 3, nedostačující – 4).

Ministerstva práce a sociálních věcí, který nabízí zobrazení výdajů celého rezortu v členění, které je přístupné široké veřejnosti. Základními zobrazovanými údaji je rozpočet dané účetní jednotky či skupiny výdajů. Aplikace se ovládá pouze myší a při najetí kurzorem na příslušné pole se v pravé straně aplikace dokonce zobrazí popisek s případnými odkazy na web MPSV, takže široká veřejnost si může přečíst i patřičné komentáře a statistické přehledy. Všechna tato pozitiva poněkud zastiňuje fakt, že v rozpočtu jsou přístupná pouze data za září roku 2012 (bez jakéhokoliv vysvětlení, kde se veřejnost dozví skutečnosti dalších období – kde je čerpání roku 2013). Dále bohužel chybí vysvětlení popisu *Rozpočet MPSV – čerpání září 2012* (jde o data za září, nebo pouze za 3/4 roku 2012, nebo dokonce o data od počátku roku 2012 do září včetně?). Zcela chybí informace o schváleném rozpočtu rezortu na rok 2014 a informace o finanční strategii rezortu s ohledem na plánované výdaje.

Velkým pozitivem webových stránek MPSV je, že si návštěvník tohoto portálu může stáhnout k vyplnění potřebné formuláře, kterých ministerstvo nabízí velké množství. Tato možnost velice šetří čas občanům, ale také úředníkům, kteří se nemusejí zabývat jejich vydáváním. Některé formuláře je možné za dodržení určitých podmínek po vyplnění zaslat přímo prostřednictvím webu konkrétnímu úřadu.

Co se týče přístupnosti webu, jsou stránky Ministerstva práce a sociálních věcí přístupné, což je dobře, jelikož častými návštěvníky těchto stránek jsou právě osoby se zdravotním postižením, na něž je přístupnost webu orientována především. Ministerstvo řeší mimo jiné právě životní situace zdravotně postižených osob, v rámci tohoto rezortu si zdravotně postižení vyřizují různé příspěvky, kompenzační pomůcky, dávky apod.

Stránky obsahují poradenské centrum pro veřejnost, zvláštní kontakt pro média a také nabízejí zasílání všech aktualizací prostřednictvím e-mail komunikace. Pro zajištění informovanosti veřejnosti a médií vydává MPSV informační materiály, které jsou na tomto webu k dispozici v elektronické verzi, včetně několikaletého archivu.

7.4 Ministerstvo vnitra ČR

Adresa webu: www.mvcr.cz

Tabulka č. 5: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.mvcr.cz

Informace (služba) na webu	Zajištění služby	Kvalita služby
Základní informace o státním rozpočtu (SR)	ano	kvalitní
Adresář subjektů, které spravují příjmy a výdaje SR	ano	kvalitní
Komentované informace o SR, návody, grafy	ano	nedostačující
Vysvětlení strategie rezortu z hlediska výdajů	nenalezeno	nedostačující
Dotační politika rezortu	ano	kvalitní
Zveřejňování informací o poskytnutých dotacích	ano	dostačující
Rozklikávací rozpočet nebo odkaz na web MF	nenalezeno	nedostačující
Povinné standarty, přístupnost stránek	ano	velmi kvalitní
Návod k postupu jednání s úřadem	ano	velmi kvalitní
Zveřejňování adres elektronické podatelny	ano	dostačující
Elektronická úřední deska	ano	velmi kvalitní
Formuláře ke stažení, oboustranná komunikace	ano	kvalitní
Přehlednost webových stránek	ano	kvalitní
Specifické informace	ano	dostačující
Celkové hodnocení webu:⁹⁰	3.	(2,43)⁹¹

Zdroj: Vlastní zpracování 2014

www.mvcr.cz – tento webový portál lze hodnotit jako *kvalitní* (2,43), byť mu lze do určité míry vytknout, že velké množství podávaných informací je mnohdy špatně strukturované a čtenářsky nepřitažlivé. Oproti výše analyzovaným stránkám MPSV je možné hodnotit web ministerstva vnitra jako stránky s lepším designem. Webové

⁹⁰ Komparační hodnocení portálu 1. až 8. pořadí (1. nejlepší, 8. nejhorší).

⁹¹ Aritmetický průměr vypočtený z hodnocení kvality jednotlivých služeb (velmi kvalitní – 1, kvalitní – 2, dostačující – 3, nedostačující – 4).

stránky se snaží ministerstvo vnitra prezentovat jako moderní úřad, s čímž je možné souhlasit. Stránky návštěvníkům přibližují instituci samotnou, informují o službách nabízených občanům a nabízí odkaz na eGovernment a instituce Evropské unie.

Největším problémem stránek ministerstva vnitra je jejich neaktuálnost, poslední poměrně rozsáhlé komentáře k hospodaření rezortu jsou uveřejněny naposledy k roku 2009 (tj. rok kdy byl portál mvcr.cz naposledy zcela přepracován odborem tisku a public relations). Od této doby se rezort omezil pouze na minimum, které mu ukládá zákon, a zveřejňuje (bez jakéhokoliv komentáře a doplňujících vysvětlení) návrh závěrečného účtu kapitoly 314. Celou situaci s aktuálností informací na tomto webu dokresluje například sekce *Ministerstvo* podsekce *Současnost* a v ní jediná velmi neaktuální informace – „Aktuální priority ministerstva pro roky 2011–2012,⁹² projekty v oblasti prosazování rovných příležitostí pro muže a ženy a v oblasti akceptace specifických potřeb zaměstnanců a zaměstnankyň.“⁹³ Obdobně je tomu v sekci *Projekt Seznamte se...* podsekce *Seznamte se – odbor tisku a public relations*, kde je možné si přečíst „Rozhovor s Bc. Janou Malíkovou, ředitelkou odboru tisku a PR“, která již na Ministerstvu vnitra ČR v této funkci nepracuje. Následuje informace v sekci „Co pro vás připravujeme?“ – „Jedním z projektů, kterým jsme se v letošním roce intenzivně zabývali, je spuštění nových webových stránek Ministerstva vnitra“⁹⁴; tyto stránky byly ovšem spuštěny v roce 2009.

Co se týče přístupnosti webu, stránky www.mvcr.cz nevykazují v tomto ohledu žádné nedostatky, o čemž svědčí informace uvedené v prohlášení o přístupnosti: „Forma uveřejňovaných informací je v souladu s vyhláškou č. 64/2008 Sb., o formě uveřejňování informací souvisejících s výkonem veřejné správy prostřednictvím webových stránek pro osoby se zdravotním postižením (vyhláška o přístupnosti), a splňuje všechna pravidla uveřejněná v příloze této vyhlášky.“⁹⁵

⁹² Zvýraznění, upozorňující na neaktuálnost informace, bylo provedeno pro potřeby této DP.

⁹³ Zdroj: O nás\Ministerstvo\Současnost [online]. Ministerstvo vnitra ČR [cit. 2014-01-07]. Dostupné z WWW: <http://www.mvcr.cz/clanek/soucasnost-830237.aspx>.

⁹⁴ Zdroj: O nás\Ministerstvo\Projekt Seznamte se... [online]. Ministerstvo vnitra ČR [cit. 2014-01-07]. Dostupné z WWW: <http://www.mvcr.cz/clanek/seznamte-se-odbor-tisku-a-public-relations.aspx?q=Y2hudW09Mw%3d%3d>.

⁹⁵ Zdroj: Prohlášení o přístupnosti [online]. Ministerstvo vnitra ČR, 05. 02. 2009 [cit. 2014-01-07]. Dostupné z WWW: <http://www.mvcr.cz/clanek/prohlaseni-o-pristupnosti.aspx>.

7.5 Senát Parlamentu ČR

Adresa webu: www.senat.cz

Tabulka č. 6: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.senat.cz

Informace (služba) na webu	Zajištění služby	Kvalita služby
Základní informace o státním rozpočtu (SR)	ano	dostačující
Adresář subjektů, které spravují příjmy a výdaje SR	ano	dostačující
Komentované informace o SR, návody, grafy	nenalezeno	nedostačující
Vysvětlení strategie rezortu z hlediska výdajů	nenalezeno	nedostačující
Dotační politika rezortu	ano	dostačující
Zveřejňování informací o poskytnutých dotacích	ano	dostačující
Rozklikávací rozpočet nebo odkaz na web MF	ne	nedostačující
Povinné standarty, přístupnost stránek	ano	kvalitní
Návod k postupu jednání s úřadem	ano	kvalitní
Zveřejňování adres elektronické podatelny	ano	kvalitní
Elektronická úřední deska	nenalezeno	nedostačující
Formuláře ke stažení, oboustranná komunikace	ano	dostačující
Přehlednost webových stránek	ano	dostačující
Specifické informace	ano	velmi kvalitní
Celkové hodnocení webu:⁹⁶	7.	(2,93)⁹⁷

Zdroj: Vlastní zpracování 2014

www.senat.cz – tento webový portál lze hodnotit pouze jako *dostačující* (2,93), na tomto webu je kromě základních informací o Senátu ČR i podrobně zpracovaná legislativa vztahující se k činnosti tohoto rezortu. Uživatelé zde můžou nalézt obvyklé informace o organizační struktuře, činnostech úřadu atd. Tímto ovšem základní

⁹⁶ Komparační hodnocení portálu 1. až 8. pořadí (1. nejlepší, 8. nejhorší).

⁹⁷ Aritmetický průměr vypočtený z hodnocení kvality jednotlivých služeb (velmi kvalitní – 1, kvalitní – 2, dostačující – 3, nedostačující – 4).

informovanost o příjmech a výdajích rezortu takřka končí. Poslední zmínka je uvedena ve *Výroční zprávě Kanceláře Senátu*,⁹⁸ která umožňuje návštěvníkům senátních webových stránek se seznámit s náplní práce této organizace.

Velkým problémem webu je, že se prioritně soustřeďuje na informace o zasedání Senátu a dokumentuje projednávání a schvalování jednotlivých zákonů. Stránky mimo jiné obsahují i odkaz na on-line přenos z jednání, což lze hodnotit velmi pozitivně, nicméně vlastních informací o chodu instituce je zde minimum. Jako velmi problematické se jeví nefunkční vyhledávání pomocí fulltextu v rámci celého webu. Tato funkce sice vrátí počet nalezených odkazů, ale samotné nalezené odkazy již zpřístupněny nejsou. Výsledkem je, že se dozvíme, že informace na webu je, ale nevíme, kde se nachází.

Určitě je možné pozitivně hodnotit sekci *Pro média*, která obsahuje rozsáhlý archiv tiskových zpráv, fotografií, videogalerii, arénu názorů, přehledy, statistiky a jako jediná instituce zde má zveřejněn i akreditační program pro novináře. Další velmi praktickou pomůckou pro média je určitě tzv. *Notifikační systém*, který umožňuje návštěvníkům stránek být informován o dění v Senátu bez nutnosti pravidelného prohlížení stránek s dostupnými údaji. Zasílání informací pomocí elektronické pošty je možné objednat na odpovídající stránce webu. V současnosti jsou možné notifikace o změnách senátních tisků, změnách ve složení senátních výborů a komisí a informování o jimi projednávaných senátních tiscích. Také je možné nastavit si zasílání informací o jednotlivých senátorech. Perioda zasílání těchto notifikací lze nastavit od nejnižší hodnoty – tj. do 30 minut od zavedení změny do systému – do jednoho měsíce. Systém je vytvářen ve spolupráci s Poslaneckou sněmovnou a umožňuje získávat informaci o příchodu tisku z Poslanecké sněmovny i při odeslání do Poslanecké sněmovny.

Z technického hlediska je užitečné se dozvědět také informace týkající se samotného webu a jeho tvorby, které nebyly u jiných státních organizací nalezeny. V prohlášení o přístupnosti je navíc uvedeno doporučené rozlišení prohlížeče – tato položka u jiných podobných prohlášení chybí.

⁹⁸ Zdroj: Výroční zprávy [online]. Kancelář Senátu [cit. 2014-01-04]. Dostupné z WWW: http://www.senat.cz/kancelar/index.php?ke_dni=12.02.2014&O=9.

7.6 Ministerstvo spravedlnosti ČR

Adresa webu: www.justice.cz

Tabulka č. 7: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.justice.cz

Informace (služba) na webu	Zajištění služby	Kvalita služby
Základní informace o státním rozpočtu (SR)	ano	nedostačující
Adresář subjektů, které spravují příjmy a výdaje SR	ano	dostačující
Komentované informace o SR, návody, grafy	nenalezeno	nedostačující
Vysvětlení strategie rezortu z hlediska výdajů	nenalezeno	nedostačující
Dotační politika rezortu	ano	kvalitní
Zveřejňování informací o poskytnutých dotacích	nenalezeno	nedostačující
Rozklikávací rozpočet nebo odkaz na web MF	nenalezeno	nedostačující
Povinné standarty, přístupnost stránek	ano	nedostačující
Návod k postupu jednání s úřadem	ano	dostačující
Zveřejňování adres elektronické podatelny	ano	kvalitní
Elektronická úřední deska	ano	velmi kvalitní
Formuláře ke stažení, oboustranná komunikace	ano	dostačující
Přehlednost webových stránek	ano	dostačující
Specifické informace	ano	dostačující
Celkové hodnocení webu:⁹⁹	8.	(3,14)¹⁰⁰

Zdroj: Vlastní zpracování 2014

www.justice.cz – tento webový portál je hodnocen pouze jako *dostačující* (3,14) a v celkovém hodnocení dopadl nejhůře. Webové stránky justice jsou ve skutečnosti rozcestníkem celého rezortu, který zprostředkovává přístup k dalším rozsáhlým webům (např. státním zastupitelstvím, českým soudům, rejstříku trestů atd.). Dále tento webový portál nabízí odkazy na databázi judikatury a informační sekce infoDeska, infoJednání,

⁹⁹ Komparační hodnocení portálu 1. až 8. pořadí (1. nejlepší, 8. nejhorší).

¹⁰⁰ Aritmetický průměr vypočtený z hodnocení kvality jednotlivých služeb (velmi kvalitní – 1, kvalitní – 2, dostačující – 3, nedostačující – 4).

infoSoud a infoData. Tyto vyhledávače pomáhají uživatelům nalézt informace z elektronické úřední desky nebo sdělení o soudních řízeních aj.

Z webu je také možné dostat se přímo na webové stránky Ministerstva spravedlnosti ČR, které jsou vytvořeny ve stejném duchu jako rozcestník justice. Celkově je možné stránky ministerstva hodnotit spíše jako strohé, splňující pouze základní požadavky na informace. Ministerské stránky by měly být lépe koncipovány, s lepším a poutavějším designem, více propracované.

Poměrně velkým prohřeškem stránek je neaktuálnost a neúplnost informací podle vyhlášky 442/2006 Sb.¹⁰¹ Tato vyhláška v příloze 1. rezortům ukládá povinnost zveřejňovat „*Rozpočet – Údaje o rozpočtu povinného subjektu v aktuálním a uplynulém roce a obsah účetních výkazů povinného subjektu za uplynulý rok. Uvádí se schválený rozpočet i jeho pozdější úpravy.*“¹⁰² Bohužel na webu ministerstva je v hlavní nabídce *Pro veřejnost / Povinně zveřejňované informace / Dokumenty – Rozpočet* uveden jako poslední údaj „*Schválený rozpočet ministerstva spravedlnosti pro rok 2012*“¹⁰³ a všechny další povinné informace za roky 2013 a 2014 zcela chybí. Nedostatek je sice částečně eliminován možností dohledání schváleného rozpočtu kapitoly za rok 2013 v jiné části tohoto webu¹⁰⁴, ale stále zde ještě chybí rozpočet roku aktuálního, který byl schválen v prosinci roku 2013 a který jiné rezorty již vystavený mají.

Dalším dlouhodobým problémem portálu justice.cz je jeho přístupnost zdravotně postiženým obyvatelům (problém je znám od konce roku 2008). Na stránkách je pouze upozornění na povinné znaky přístupnosti, jež stránky ovšem nesplňují nebo splňují s výhradou. Domníváme se, že v tomto případě nestačí pouze upozornění organizace na to, že její web není ve všech ohledech dostatečně přístupný. Ministerstvo by mělo ihned začít s nápravou, aby bylo co v nejkratším časovém horizontu zajištěno, že web bude ve všech ohledech svým uživatelům, včetně zdravotně postižených občanů, přístupný.

¹⁰¹ Vyhláška č. 442/2006 Sb., kterou se stanoví struktura informací zveřejňovaných o povinném subjektu způsobem umožňujícím dálkový přístup.

¹⁰² Vyhláška č. 442/2006 Sb., příloha č. 1 – struktura informací zveřejňovaných o povinném subjektu.

¹⁰³ Zdroj: Rozpočet [online]. Oficiální server českého soudnictví [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: <http://portal.justice.cz/Justice2/MS/ms.aspx?j=33&o=23&k=5473>.

¹⁰⁴ Zdroj: Schválený rozpočet [online]. Oficiální server českého soudnictví [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: <http://portal.justice.cz/Justice2/MS/ms.aspx?j=33&o=23&k=5900>.

7.7 Český úřad zeměměřičský a katastrální

Adresa webu: www.cuzk.cz

Tabulka č. 8: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.cuzk.cz

Informace (služba) na webu	Zajištění služby	Kvalita služby
Základní informace o státním rozpočtu (SR)	ano	dostačující
Adresář subjektů, které spravují příjmy a výdaje SR	ano	dostačující
Komentované informace o SR, návody, grafy	nenalezeno	nedostačující
Vysvětlení strategie rezortu z hlediska výdajů	nenalezeno	nedostačující
Dotační politika rezortu	nenalezeno	nedostačující
Zveřejňování informací o poskytnutých dotacích	nenalezeno	nedostačující
Rozklikávací rozpočet nebo odkaz na web MF	nenalezeno	nedostačující
Povinné standarty, přístupnost stránek	ano	dostačující
Návod k postupu jednání s úřadem	ano	velmi kvalitní
Zveřejňování adres elektronické podatelny	ano	kvalitní
Elektronická úřední deska	ano	kvalitní
Formuláře ke stažení, oboustranná komunikace	ano	velmi kvalitní
Přehlednost webových stránek	ano	kvalitní
Specifické informace	ano	dostačující
Celkové hodnocení webu:¹⁰⁵	6.	(2,86)¹⁰⁶

Zdroj: Vlastní zpracování 2014

www.cuzk.cz – tento webový portál lze hodnotit pouze jako *dostačující* (2,86). Na webových stránkách státní správy zeměměřictví a katastru jsou publikovány základní informace o činnostech katastrálních úřadů a Českého úřadu zeměměřičského a katastrálního. Katastr nemovitostí ve svých podsekcích nabízí uživatelům vzory formulářů, kontakty, nahlížení do katastru, dálkový přístup do katastru, informace

¹⁰⁵ Komparační hodnocení portálu 1. až 8. pořadí (1. nejlepší, 8. nejhorší).

¹⁰⁶ Aritmetický průměr vypočtený z hodnocení kvality jednotlivých služeb (velmi kvalitní – 1, kvalitní – 2, dostačující – 3, nedostačující – 4).

o digitalizaci katastrálních map. Všechny informace tohoto webu jsou strukturované, komplexní, stručné a přehledné. Je logické, že většina uživatelů na tomto webu preferuje on-line vyhledávání v katastru nemovitostí a nahlížení do něj. Samotné vyhledávání v katastru nemovitostí se ukazuje jako velmi přehledné, zvládne ho v podstatě každý laický uživatel.

Bohužel znovu musíme konstatovat, že stránky Českého úřadu zeměměřického a katastrálního jsou k problematice státního rozpočtu poněkud skoupé. Dozvíme se základní informace o rozpočtu této kapitoly formou základního výkazu „*Přehled o rozpočtu závazných ukazatelů ČUZK – ústředního orgánu na rok 2013*“¹⁰⁷. Nicméně v tomto výkazu chybí jakékoliv vysvětlení jednotlivých položek a není možné základní agregaci státního rozpočtu dále *rozkliknout*, tj. zcela chybí informace, z čeho se plánované příjmy a výdaje skládají.

O něco kladněji je možné hodnotit ostatní položky hlavní nabídky, kde jsou uživatelům k dispozici informace o struktuře rezortu, předpisech a dokumentech, výzkumu a vývoji, nabídce majetku, strukturálních fondech apod. Mezi nejpropracovanější z nich určitě patří zveřejněné životní situace, které popisují postupy a informace pro občany k vyřizování správních záležitostí týkajících se katastru nemovitostí, jako jsou vklad práv do katastru nemovitostí, záznam práva k nemovitostem do katastru, poskytování údajů z katastru, oznamování změn údajů katastru až po informace k elektronickému podání. Elektronická podání umožňují komunikaci občanů s úřadem bez nutnosti doručování listinných podob dokumentů, značně tak urychlují komunikaci mezi veřejností a úřady ČUZK a přináší rovněž snižování nákladů státního rozpočtu při zajištění stejné agendy formou listinné podoby a komunikace prostřednictvím poštovních zásilek.

Ve webové prezentaci jsou informace související s výkonem veřejné správy vyvěšeny tak, aby se s nimi v nezbytném rozsahu mohly seznámit i osoby se zdravotním postižením. Forma uveřejněných informací je v souladu s vyhláškou č. 64/2008 Sb.¹⁰⁸

¹⁰⁷ Zdroj: Rozpočty [online]. Český úřad zeměměřický a katastrální [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: <http://www.cuzk.cz/Urady/Cesky-urad-zememericky-a-katastralni/Rozpocety.aspx>.

¹⁰⁸ Vyhlášku Ministerstva vnitra č. 64/2008 Sb., o formě uveřejňování informací souvisejících s výkonem veřejné správy prostřednictvím webových stránek pro osoby se zdravotním postižením (vyhláška o přístupnosti).

7.8 Ministerstvo obrany ČR

Adresa webu: www.army.cz

Tabulka č. 9: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.army.cz

Informace (služba) na webu	Zajištění služby	Kvalita služby
Základní informace o státním rozpočtu (SR)	ano	velmi kvalitní
Adresář subjektů, které spravují příjmy a výdaje SR	ano	kvalitní
Komentované informace o SR, návody, grafy	ano	velmi kvalitní
Vysvětlení strategie rezortu z hlediska výdajů	ano	kvalitní
Dotační politika rezortu	ano	kvalitní
Zveřejňování informací o poskytnutých dotacích	nenalezeno	nedostačující
Rozklikávací rozpočet nebo odkaz na web MF	nenalezeno	nedostačující
Povinné standarty, přístupnost stránek	ano	velmi kvalitní
Návod k postupu jednání s úřadem	ano	velmi kvalitní
Zveřejňování adres elektronické podatelny	ano	velmi kvalitní
Elektronická úřední deska	ano	kvalitní
Formuláře ke stažení, oboustranná komunikace	ano	kvalitní
Přehlednost webových stránek	ano	velmi kvalitní
Specifické informace	ano	velmi kvalitní
Celkové hodnocení webu:¹⁰⁹	1.	(1,79)¹¹⁰

Zdroj: Vlastní zpracování 2014

www.army.cz – tento webový portál je hodnocen jako *kvalitní* (1,79) a v celkovém hodnocení dopadl nejlépe. Jedním z hlavních přínosů webu je jeho propracovaná dokumentace k problematice státního rozpočtu. Jako jediný rezort z výše analyzovaných popisuje Ministerstvo obrany strukturu finančních prostředků

¹⁰⁹ Komparační hodnocení portálu 1. až 8. pořadí (1. nejlepší, 8. nejhorší).

¹¹⁰ Aritmetický průměr vypočtený z hodnocení kvality jednotlivých služeb (velmi kvalitní – 1, kvalitní – 2, dostačující – 3, nedostačující – 4).

vynaložených na chod a rozvoj instituce a jejích podřízených složek. Z publikovaných dokumentů se veřejnost dozví, že rozpočet Ministerstva obrany je sestavován v cílově orientované struktuře rozpočtu.

Způsob rozpočtování je zaveden z důvodu účelného využívání veřejných prostředků a podání jasné odpovědi na otázky, čeho se má dosáhnout, jakým způsobem a s jakou sumou peněz.

Zveřejněnými grafy a komentáři se Ministerstvo obrany snaží veřejnosti objasnit strategii rozvoje rezortu a osvětlit procesy, ve kterých na ministerstvu dochází k postupné úpravě struktury cílů, aby lépe vyhovovaly potřebám rezortu a Ministerstvu financí. Jedním z příkladů zevrubnosti informací o státním rozpočtu v tomto rezortu je grafické zpracování vývoje výdajů kapitoly Ministerstva obrany v letech 2008 až 2014 (viz příloha H).

I další informace týkající se návrhu závěrečného účtu státního rozpočtu za kapitolu Ministerstva obrany jsou zpracovány a publikovány velmi přehledně a v co nejpodrobnějším členění. Poslední zveřejněný dokument k tomuto tématu má přes dvě stě stran a obsahuje dokonce velmi detailní informace, které by za předchozího politického zřízení byly považovány za tajné a jejichž zveřejnění by bylo pravděpodobně pokládáno za vyzrazení státního tajemství – „*Rovněž v souvislosti s udržením hladiny mandatorních výdajů do výše max. 50 % celkových výdajů kapitoly bylo nezbytné přistoupit i v roce 2012 ke snížení počtů osob, a sice o 303.*“¹¹¹ Následuje přehledný graf informující o počtu zaměstnanců (tj. včetně vojáků z povolání) za posledních deset let na Ministerstvu obrany (viz příloha CH).

Zajímavým počinem pracovníků odboru komunikace a propagace na Ministerstvu obrany je i nově, tj. v roce 2014, připravená rubrika pro sdělovací prostředky. Novou formou komunikace na internetových stránkách army.cz je audio rubrika – „*S názvem Na slovíčko, která bude přinášet aktuální informace resortu obrany, rozhovory nejen s jeho čelnými představiteli, ale též se zajímavými lidmi z řad vojáků, občanských zaměstnanců či široké veřejnosti. Audio rozhovory jsou pro*

¹¹¹ Zdroj: Závěrečné účty státního rozpočtu ČR kapitola 307 [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/ministr-a-ministerstvo/povinne-informace/zaverecne-ucty/zaverecne-ucty-statniho-rozpocet-cr-kapitola-307---ministerstvo-obrany-cr-7996/>.

novináře volně k využití.“¹¹² Je vidět, že ministerstvo komunikaci s veřejností nepodceňuje a svěřilo její zpracování profesionálnímu žurnalistovi: „...povede ji Petr Medek, který vystudoval žurnalistiku a mediální studia na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. Pět let byl redaktorem Českého rozhlasu – Radiožurnál a půl roku působil v televizi Prima.“¹¹³

Pro komunikaci s veřejností na Ministerstvu obrany je zřízen Odbor komunikace a propagace. Tento odbor je kontaktním orgánem Ministerstva obrany pro pracovníky sdělovacích prostředků a veřejnost. Náplní odboru je poskytování aktuálních sdělení z oblasti působnosti ministerstva. Podílí se také na přípravě a realizaci akcí prezentujících armádu na veřejnosti. Mottem odboru je – „Lidé, kteří jsou včas, přesně a pravdivě informováni, zvládají náročné životní situace daleko snadněji.“¹¹⁴

Odbor komunikace a propagace má svoje vlastní specializované redakční oddělení pro web, které má na starosti aktualizace a doplňování povinných informací na doméně army.cz, tvorbu vlastních a redakční úpravu došlých zpráv pro army.cz, tvorbu a aktualizaci anglické verze army.cz podle aktuálního obsahu verze české, zpětnou vazbu a analýzu čtenosti a návštěvnosti army.cz, dohled nad dodržováním přístupnosti domény podle zákonů. Portál army.cz je vytvořen s respektem k pravidlům přístupnosti a bezbariérovosti tak, aby forma uveřejněných informací byla v souladu s vyhláškou č. 64/2008 Sb., o formě uveřejňování informací souvisejících s výkonem veřejné správy prostřednictvím webových stránek pro osoby se zdravotním postižením (vyhláška o přístupnosti), a splňuje všechna pravidla uveřejněná v příloze této vyhlášky.¹¹⁵

¹¹² Zdroj: Na slovíčko [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-18]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/scripts/detail.php?pgid=393>.

¹¹³ Zdroj: Na slovíčko [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-18]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/scripts/detail.php?pgid=393>.

¹¹⁴ Zdroj: Odpovědi na často kladené dotazy [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-18]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/scripts/detail.php?id=9695>.

¹¹⁵ Zdroj: Prohlášení o přístupnosti [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-18]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/ministr-a-ministerstvo/povinne-informace/prohlaseni-pristupnosti-37529/>.

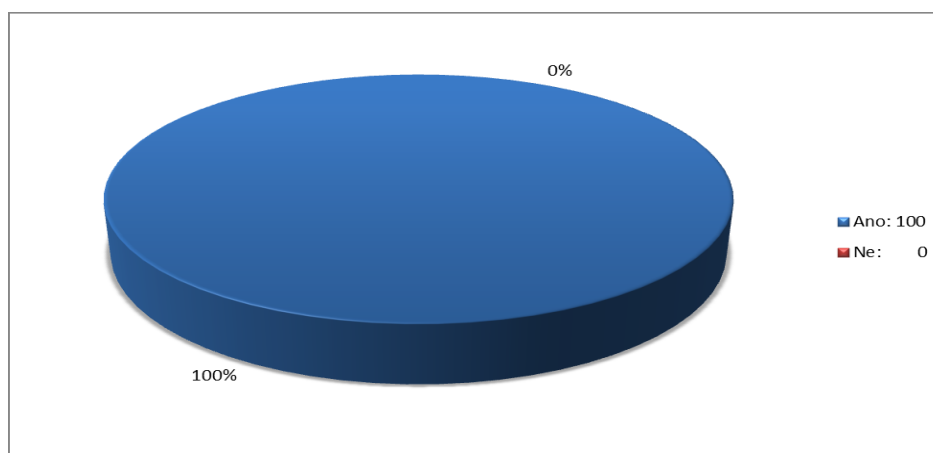
8 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

V této kapitole budou shrnuty výsledky průzkumu mezi 251 dotazovanými, ze kterých byl vybrán reprezentativní vzorek sta respondentů podle sociodemografických parametrů (viz tabulka č. 1: složení souboru respondentů). Jako třídící proměnné sloužily pohlaví, věk a vzdělání. Výsledky jsou pro přehlednost uspořádány podle pořadí otázek v dotazníku a v souladu se stanovenými hypotézami.

8.1 Slyšel(a) jste někdy v životě pojem státní rozpočet?

První otázka byla rozřazovací. V případě negativní odpovědi by nemělo smysl u respondenta v dotazníkovém šetření pokračovat, avšak u všech 251 dotázaných byla zaznamenána odpověď *Ano*. Z výsledku lze usoudit, že pojem *státní rozpočet* je používán běžně a široké veřejnosti je dobře znám. Abychom toto tvrzení mohli ověřit, byl pojem *státní rozpočet* vyhledán v monitoringu médií¹¹⁶ za celý měsíc prosinec 2013. Výsledek je ohromující – 3028 odkazů na tento pojem za pouhý jeden měsíc v českých elektronických a klasických médiích.

Graf 1: „Slyšel(a) jste někdy v životě pojem státní rozpočet?“
(odpověď celého souboru dotázaných)



Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

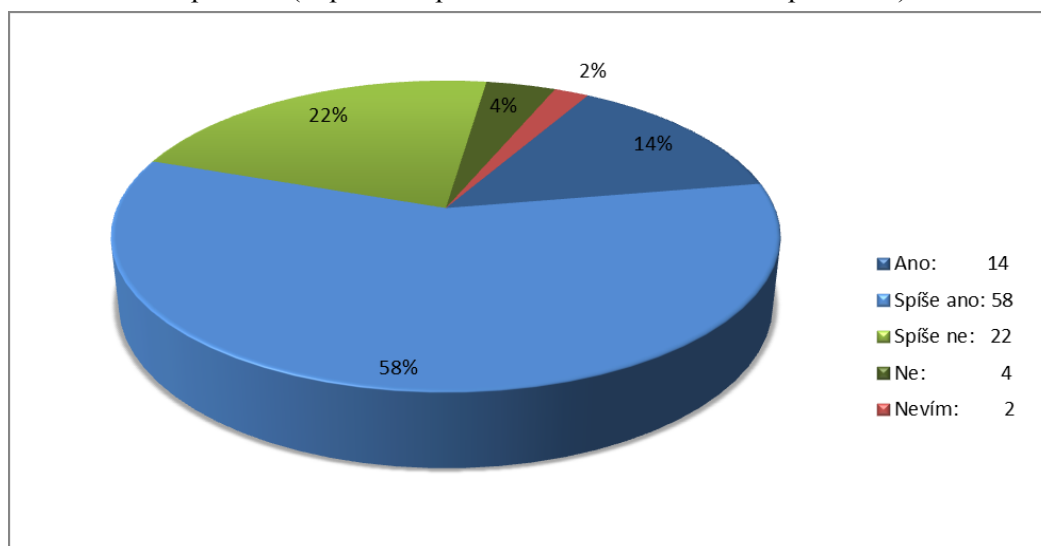
¹¹⁶ Zdroj: Monitorovaná média [online]. NEWTON Media [cit. 2014-01-18]. Dostupné z WWW: <http://www.newtonmedia.cz/monitorovana-media>.

8.2 Máte pocit, že jste z médií pravidelně informován(a) informacemi o státním rozpočtu?

Počet odkazů na pojem *státní rozpočet* v českých médiích je sice velký (viz předchozí otázka), ale i tak může být veřejnost vůči informacím k této problematice rezistentní. Proto byla v druhé otázce zjišťována zpětná vazba veřejnosti v návaznosti na rozsah medializace tématu státní rozpočet v českých médiích.

Výsledky šetření naznačují, že více než dvě třetiny respondentů (z reprezentativního vzorku) mají pocit, že jsou médií pravidelně informovány o tomto tématu. K opačnému názoru, tj. k nedostačující pravidelnosti informování o státním rozpočtu, se přiklání 26 % respondentů. Pouze 2 % respondentů se k tématu nedokázala vyjádřit (tento zanedbatelný podíl byl zaznamenán v kategorii mužů s nižším vzděláním a věkem přesahujícím 44 let). Pokud se takto velká většina dokáže k otázce vyslovit, naznačuje zpětná vazba, že k interakci mezi zdrojem informací (tj. médií) a příjemci informací (tj. veřejností) u tohoto tématu dochází. Veřejnost informace vnímá a většina má pocit, že je informována pravidelně. V další otázce bude podrobena analýze účinnost a efektivita této komunikace.

Graf 2: „Máte pocit, že jste z médií pravidelně informován(a) informacemi o státním rozpočtu?“ (odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů)



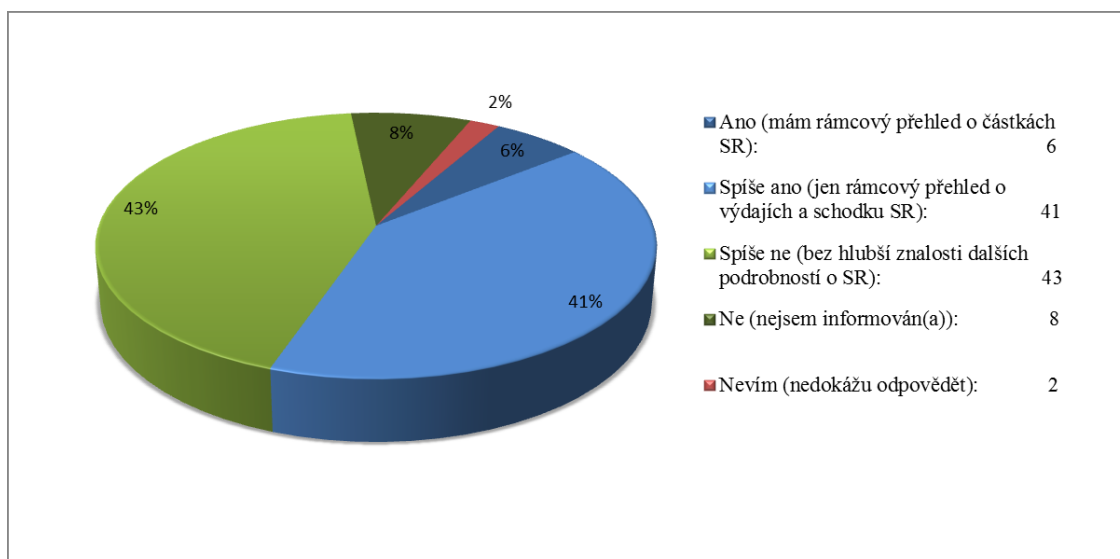
Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

8.3 Máte pocit, že víte, z jakých částek příjmů a výdajů se státní rozpočet skládá?

Pokud většina respondentů reaguje kladně, a tím potvrzuje, že je pravidelně z médií informována o státním rozpočtu, pak je poněkud překvapující zjištění, že informace o skladbě částek příjmů a výdajů ve státním rozpočtu jim zůstává neznámá. Konkrétně se k tomuto názoru přiklonilo 51 % (z toho 8 % uvedlo, že není informováno) a zbytek uvádí, že se v otázce spíše neorientuje a je bez hlubších znalostí dalších podrobností o SR. V tomto názoru nikterak nehraje roli pohlaví ani věk. Pro názornost uvádíme následující čísla – muži věk 15 až 29 let 67 %, ženy věk 15 až 29 let 67 %, muži věk 30 až 44 let 46 %, ženy věk 30 až 44 let 62 %, muži věk 45 až 59 let 31 %, ženy věk 45 až 59 let 77 % atd.

Proč je tato skupina tak početná, by muselo být podrobena další analýze a je nad rámec této práce přesně definovat příčinu. V každém případě byla v další otázce prověřována u stejného reprezentativního vzorku respondentů závažnost tématu (jestli není tato neznalost způsobena nízkou závažností tématu), tj. jestli respondenti považují *státní rozpočet* za věc, která (i když nepřimo) ovlivňuje jejich život.

Graf 3: „Máte pocit, že víte, z jakých částek příjmů a výdajů se státní rozpočet skládá?“ (odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů)



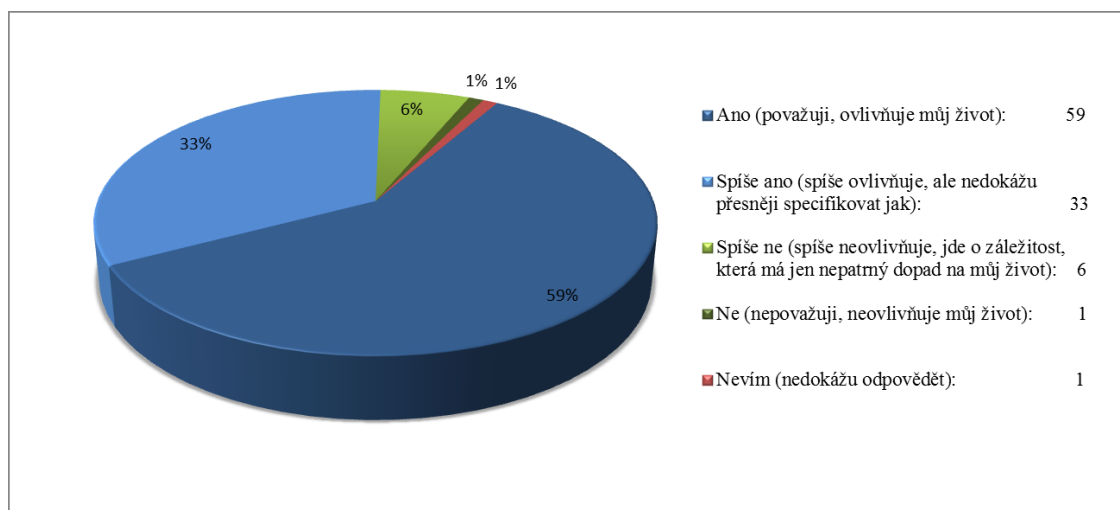
Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

8.4 Považujete státní rozpočet za věc, která (i když nepřímo) ovlivňuje i váš život?

Tato otázka zjišťuje u veřejnosti (respondentů), jestli považují *státní rozpočet* za věc, která (i když nepřímo) ovlivňuje jejich život. I když výsledky v předchozím dotazu naznačují, že velká část respondentů informace o skladbě částek příjmů a výdajů ve státním rozpočtu blíže nezná, přesto většina odpovídá *Ano* 59 % (uvádí, že státní rozpočet ovlivňuje jejich život). S druhou skupinou *Spíše ano* 33 % se ukazuje, že tuto problematiku považuje veřejnost za důležité téma, které se jí osobně týká. Z této myšlenky vybočuje pouze kategorie muži a ženy ve věku 15 až 29 let, kteří odpověď *Ano* volili jen v 33 % případů, ve všech ostatních kategoriích tato odpověď přesáhla 54 a více procent.

V předchozích dotazech bylo zjišťováno, jak veřejnost vnímá pojem státní rozpočet a jak jsou informace o něm zveřejňovány. Důležité bude ale také zjištění, které informace jsou potřebné, které naopak nikoliv a jaké skupiny obyvatelstva se o ně zajímají. Proto je další skupina otázek zaměřena tímto směrem.

Graf 4: „Považujete státní rozpočet za věc, která (i když nepřímo) ovlivňuje i váš život?“ (odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů)



Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

8.5 Zajímáte se o státní rozpočet?

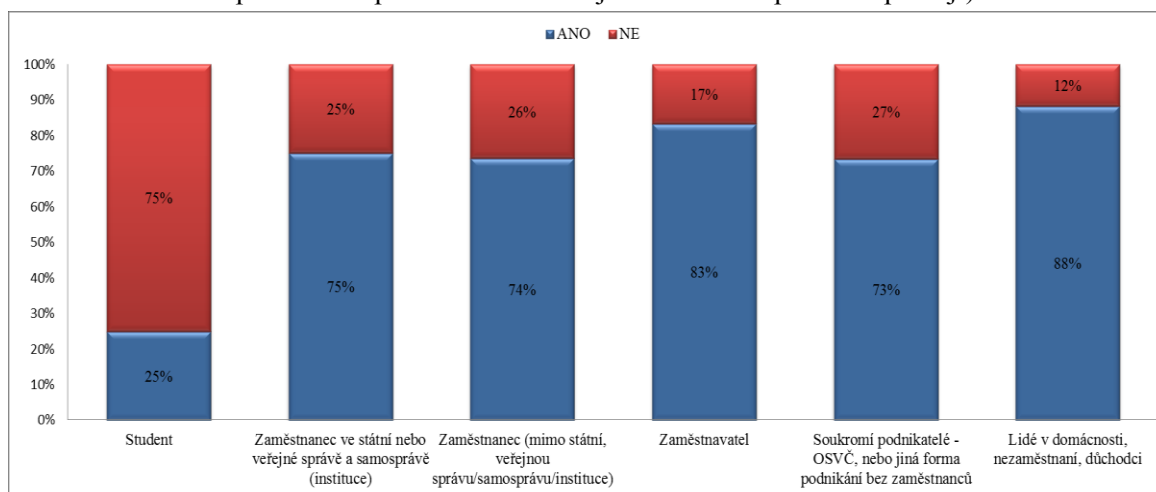
Do další části průzkumu byla zařazena jenom ta část z reprezentativního vzorku sta respondentů, která na tuto otázku odpověděla kladně, tj. *Ano* – zajímám se přímo o státní rozpočet. Tento rozřazovací dotaz utvořil podmnožinu 73 respondentů, dále se skládající z následujících skupin (oblasti, ve kterých respondenti pracují):

- studenti 3 %,
- zaměstnanci ve státní nebo veřejné správě a samosprávě (instituce) 21 %,
- zaměstnanci mimo státní a veřejnou správu (samosprávu/instituce) 34 %,
- zaměstnavatelé 7 %,
- soukromí podnikatelé OSVČ (nebo jiná forma podnikání bez zaměstnanců) 15 %,
- ostatní (lidé v domácnosti, nezaměstnaní, důchodci) 21 %.

Nejméně se o státní rozpočet zajímají studenti 25 %, v ostatních skupinách neklesl zájem o tuto otázku pod 73 %, nejvíce se o informace o státním rozpočtu zajímá skupina lidí v domácnosti, důchodci a nezaměstnaní 88 %. Zjištění, jaké skupiny obyvatelstva se o státní rozpočet zajímají, je znázorněno v následujícím grafu.

V dalších pěti otázkách se šetření zaměří na důvody tohoto zájmu, typy zdrojů informací, preferovanou formu jejich interpretace a četnost zájmu. Měly by tak být objasněny názory respondentů, které informace jsou veřejnosti potřebné, které naopak nikoliv.

Graf 5: „Zajímáte se o státní rozpočet?“ (odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů – podle rozčlenění v jaké oblasti respondenti pracují)



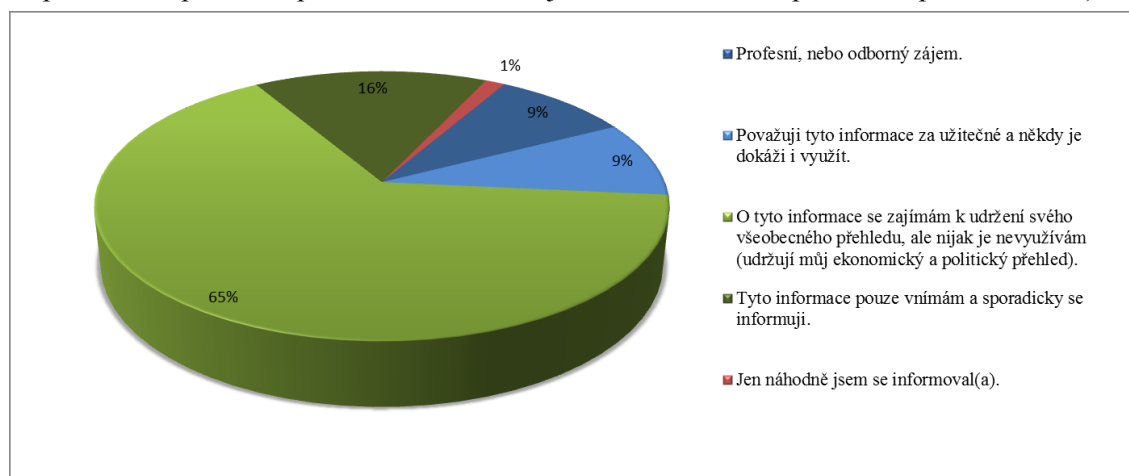
Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

8.6 Jaký důvod vás k tomu vede?

Jelikož respondenti odpověděli, že se zajímají o státní rozpočet, měli za úkol vybrat se seznamu hlavní důvody tohoto zájmu. Většina (tj. 65 %) uvedla, že se o tyto informace zajímá k udržení svého všeobecného přehledu, ale nijak je nevyužívá (udržují jejich ekonomický a politický přehled). Dalších 16 % uvádí, že tyto informace vnímají a pouze sporadicky se informují. Což napovídá, že většina dotazovaných informace o státním rozpočtu využívá pouze pasivně, a nikoliv profesně nebo k dalšímu praktickému využití v reálném životě. Pouze 9 % dotazovaných uvádí, že s těmito informacemi pracuje z profesního nebo odborného zájmu. Stejně velká skupina (tj. 9 %) informace o státním rozpočtu považuje za užitečné a někdy je dokáže i využít. Toto pořadí zůstává zachováno, i pokud vezmeme v úvahu třídící proměnné, jako jsou pohlaví, věk a vzdělání.

Výsledek nasvědčuje, že pro většinu veřejnosti není tolik podstatná zevrubnost a denní aktuálnost jednotlivých položek státního rozpočtu, ale přehlednost a názornost těchto informací, nejlépe prezentovaná nějakou popularizační formou, například pomocí grafických vizualizací, komparačních analýz nebo nástrojem rozklikávací rozpočet (tj. grafické vyjádření rozpočtu, které umožňuje volný přístup k rozpočtovým a účetním informacím provedením postupného rozbalování součtových položek – od celkových čísel se veřejnost podle potřeby postupně dozvídá požadovaný detail).

Graf 6: „Jaký důvod vás k tomu vede?“ (odpověď reprezentativního vzorku respondentů – pokud na předchozí otázku „Zajímáte se o státní rozpočet?“ odpověděli ANO)



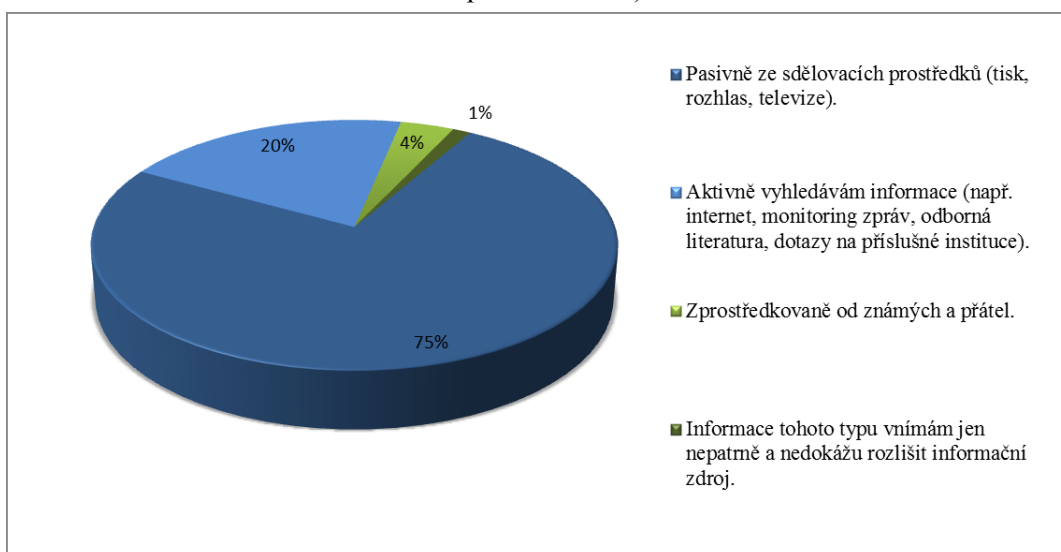
Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

8.7 Jaké používáte informační zdroje o státním rozpočtu?

V dotazníku měli respondenti za úkol zvolit jeden ze čtyř vyjmenovaných informačních zdrojů o státním rozpočtu. Vybírat mohli z následujících možností: pasivní přístup ze sdělovacích prostředků (tisk, rozhlas, televize), aktivní vyhledávání informací (např. internet, monitoring zpráv, odborná literatura, dotazy na příslušné instituce), zprostředkovaně od známých a přátel a nakonec že informace tohoto typu vnímají jen nepatrně a nedokážou rozlišit informační zdroj.

Ve shodě s předchozí otázkou i tentokrát převládla jedna odpověď, a to, že nejvíce informací (tj. 75 %) čerpají respondenti ze sdělovacích prostředků (tisk, rozhlas, televize). V druhé řadě (tj. 20 %) byla volena možnost aktivní vyhledávání informací (např. internet, monitoring zpráv, odborná literatura, dotazy na příslušné instituce). Jen 4 % respondentů odpověděly, že informace čerpají zprostředkovaně od známých a přátel. Z výše uvedeného vyplývá, že média mají v této oblasti nezastupitelnou roli a jejich informace k tématu jsou veřejností vnímány. Jakou formou prezentace informací o státním rozpočtu veřejnost preferuje, je předmětem dalšího dotazu v tomto šetření.

Graf 7: „Jaké používáte informační zdroje o státním rozpočtu?“ (odpověď reprezentativního vzorku respondentů – pokud na otázku „Zajímáte se o státní rozpočet?“ odpověděli ANO)



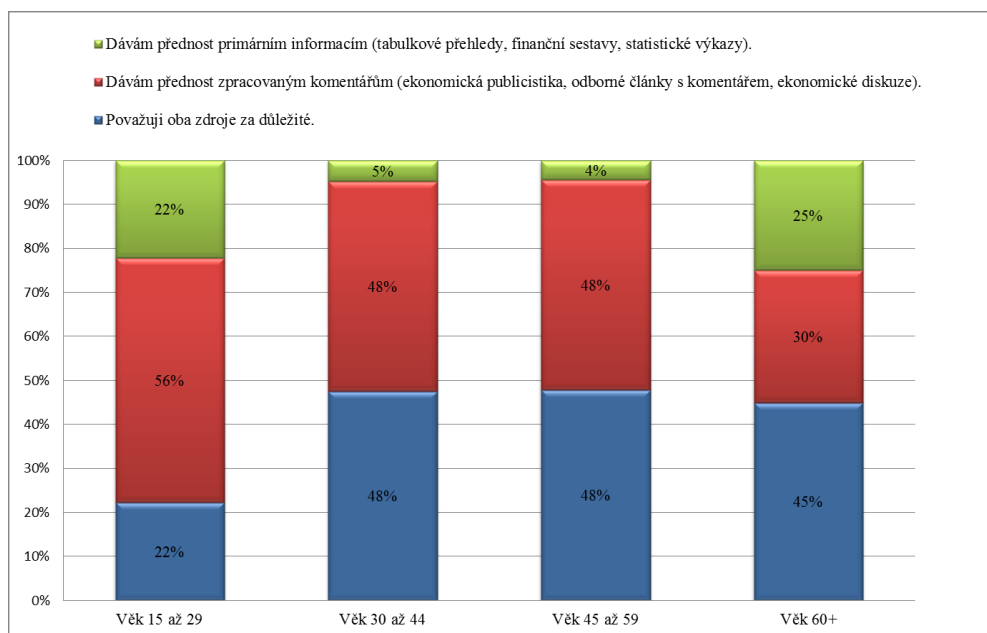
Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

8.8 Dáváte přednost primárním informacím, nebo zpracovaným komentářům?

I když v předchozí otázce respondenti jednoznačně upřednostňují jako zdroj informací o státním rozpočtu sdělovací prostředky (tisk, rozhlas, televize), tato otázka si klade za cíl upřesnit, jakou formu sdělování informací respondenti preferují. Jestli dávají přednost spíše stylu zpravodajskému (tabulkové přehledy, finanční sestavy, statistické výkazy) bez hodnoticích komentářů tak, aby si mohli informace analyzovat samostatně a bez vnějších vlivů, nebo spíše preferují, když jsou informace zpracovány publicisticky (s doprovodnými komentáři), formou ekonomické diskuze apod.

Z výsledků šetření vyplývá upřednostnění publicistického zpracování, případně kombinace obou zdrojů (tj. oba zdroje jsou považovány za důležité). V následujícím grafu je možné pozorovat bipolární postoj nejmladší a nejstarší generace respondentů, zatímco prostřední skupiny (tj. věk 30 až 44, 45 až 59) jsou v této otázce vzácně ve shodě. Následující dotaz směřuje k šetření četnosti požadovaných informací.

Graf 8: „Dáváte přednost primárním informacím, nebo zpracovaným komentářům?“ (odpověď reprezentativního vzorku respondentů – v rozčlenění podle věku, a pokud na otázku „Zajímáte se o státní rozpočet?“ odpověděli ANO)



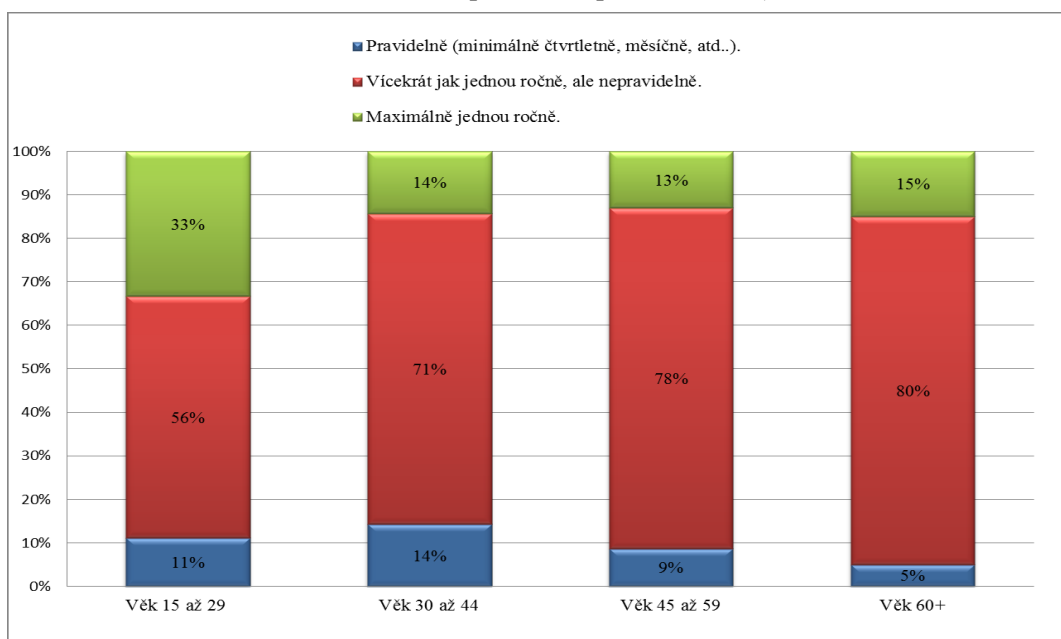
Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

8.9 Jak často se zajímáte o informace o státním rozpočtu?

Průzkum odhalil, že zájem o informace o státním rozpočtu je u většiny respondentů z reprezentativního vzorku nepravidelný, ale častější než jednou ročně. Přičemž počet nepravidelně se zajímajících respondentů nejmladší generace (56 %, věk 15 až 29) postupně narůstá až na maximum 80 % u nejstarší generace (tj. věk 60+). U nejmladší generace je víc jak dvojnásobný počet pravidelně se zajímajících respondentů oproti generaci nejstarší. Na druhou stranu nejmladší generace má i nejvíce respondentů, kteří se o státní rozpočet zajímají maximálně jednou ročně. Tyto výsledky by mohly naznačovat, že zatímco u nejmladší generace je zájem o tyto informace značně vyhraněný, postupem věku se zájem ustálí na nepravidelném nicméně opakujícím se zájmu.

Poslední otázka dotazníkového šetření se již nevěnuje zájmu o státní rozpočet, ale zjišťuje u respondentů percepci komunikace orgánů státní správy s veřejností v otázce podpory pro své kroky z hlediska výdajů a jejich případných škrtů ve státním rozpočtu.

Graf 9: „Jak často se zajímáte o informace o státním rozpočtu?“ (odpověď reprezentativního vzorku respondentů – v rozčlenění podle věku, a pokud na otázku „Zajímáte se o státní rozpočet?“ odpověděli ANO)



Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

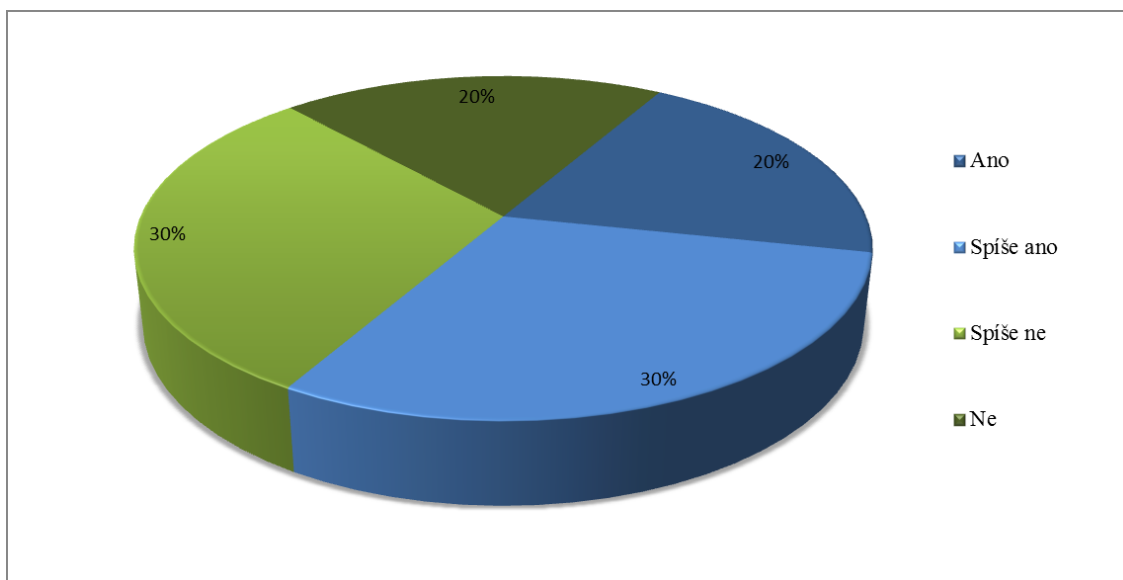
8.10 Máte pocit, že orgány státní správy potřebují komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve státním rozpočtu?

V této otázce byly zpracovány odpovědi celého reprezentativního vzorku respondentů, jelikož pro její zodpovězení již nebyl podstatný zájem respondenta o samotný státní rozpočet, ale především pocit respondenta ohledně komunikace orgánů státní správy s veřejností v otázce vysvětlení svých rozhodnutí a získání podpory v otázce struktury výdajů, odůvodněnosti zvýšení daní (příjmů) a smyslu případných škrťů ve státním rozpočtu.

Ačkoliv odpovědi na předchozí otázky napovídají, že průměrný respondent se zajímá o státní rozpočet především z důvodů udržení svého všeobecného přehledu a tento zájem uspokojuje hlavně informacemi ze sdělovacích prostředků, i tak je otázka percepce této komunikace podstatná z hlediska politologického – jelikož považujeme za podstatné prověřit teoretické stanovisko, že současné politické strany a hnutí se bez komunikace s veřejností, která bere v potaz i názory občanů při rozhodování a řešení problémů ve veřejném sektoru, neobejde. Tento dialog vychází z principu přímé demokracie a je založen na schopnosti veřejnosti pojmenovat a sdělit politickým elitám (tj. našim politickým reprezentantům) problém, který vzniká jako rozpor či odchylka jejího očekávání od skutečného stavu. K takovému dialogu jsou bezesporu potřeba informace, díky nimž občané mohou jasně formulovat konkrétní argumenty pro a proti. Od výsledků jejich komunikace by se pak měly odvíjet opatření a praktické kroky institucí státní a veřejné moci, usilující o soulad správní vůle s očekáváním společnosti. Veřejnost zde představuje subjekt, jehož aktivní zapojení do diskuze a spolupráce s politickými elitami do značné míry podmiňuje úspěch těchto politických reprezentantů, který případně spočívá v jejich zvolení do funkcí či jejich další existenci a fungování v politickém prostoru státu.

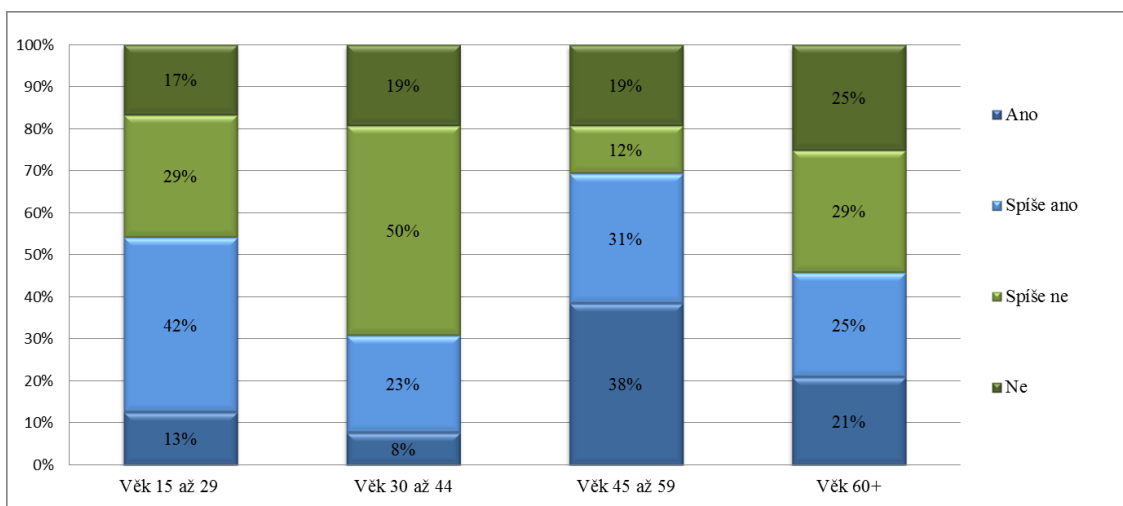
Výsledek šetření naznačuje, že takový dialog s veřejností probíhá a jeho reflexe je společností vnímána pozitivně i negativně (oba názory jsou vzácně vyvážené), jediná odlišnost je patrná po uplatnění třídící proměnné věk – viz následující grafy.

Graf 10: „Máte pocit, že orgány státní správy potřebují komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve státním rozpočtu?“
(odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů)



Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

Graf 11: „Máte pocit, že orgány státní správy potřebují komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve státním rozpočtu?“
(odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů – v rozčlenění podle věku)



Zdroj: Pejša, vlastní průzkum – prosinec 2013

9 ZÁVĚREČNÁ ČÁST

V předchozích kapitolách jsme prověřovali, jakým způsobem příslušné orgány informují o tvorbě a realizaci státního rozpočtu a komu jsou tyto informace určeny. V rámci šetření byly stanoveny základní *hypotézy*:

- Orgány státní správy mají potřebu komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve státním rozpočtu.
- Orgány státní správy se dopouští chyb při užití metod Public Relations.

Pro ověření těchto hypotéz byly zkoumány praktické způsoby Public Relations, a to s využitím kombinace dvou metod, dotazníkového šetření a komparativní metody vybraných webů. Zhodnotíme-li informace vyplývající z šetření, můžeme v následujících podkapitolách popsat a vyhodnotit některé závěry.

9.1 Hodnocení dotazníkového šetření

Pokud bychom se pokusili charakterizovat průměrné odpovědi respondentů, pak nám vyplyne, že takřka $\frac{3}{4}$ respondentů se zajímá o státní rozpočet, a to především z důvodů udržení svého všeobecného přehledu (informace udržují jejich ekonomický a politický přehled). Tyto údaje čerpají nejvíce pasivně ze sdělovacích prostředků, publicistickou formou v nepravidelně se opakujících cyklech (a to víckrát jak jednou ročně).

Dále výsledky šetření naznačují, že více než dvě třetiny respondentů mají pocit, že jsou médií pravidelně informovány o státním rozpočtu. K opačnému názoru, tj. k nedostačující pravidelnosti informování na toto téma, se přiklání 26 % respondentů. Pouze 2 % respondentů se k tématu nedokázala vyjádřit. Pokud se takto velká část dokáže k tématu vyjádřit, je možné konstatovat, že existuje zpětná vazba a k interakci mezi médií a veřejností u tématu dochází. Veřejnost informace o státním rozpočtu vnímá a většina respondentů má pocit, že je informována pravidelně.

Hypotézu, která předpokládala, že *orgány státní správy mají potřebu komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve státním rozpočtu*,

dotazníkové šetření do jisté míry potvrdilo. Ale pokud se pokusíme tuto problematiku detailněji sledovat, z oslovených respondentů nám vyplynou dílčí skupiny.

Představitelé soukromých podnikatelů a zaměstnanci na běžných pozicích se většinou zajímají o rozpočet profesně. Nicméně dotazníkové šetření poukazuje na skutečnost, že se nejedná o detailnější zájem. Zvláště u soukromých podnikatelů je zájem vázán na konkrétní výdajové položky. U neproduktivní části veřejnosti (lidé v domácnosti, studenti, nezaměstnaní a důchodci) se neprokázalo hloubkové zkoumání položek státního rozpočtu, jejich informace vycházejí především z médií. Detailní průzkum by musel zkoumat, o jaká média se z pohledu úrovně serióznosti jedná.

Zásadní závěry z tohoto průzkumu, vzhledem k jeho rozsahu, nelze učinit, nicméně je patrné, že přímé informace o státním rozpočtu z vládních a ministerských zdrojů mají dva hlavní příjemci:

- Jsou to ústřední a krajské instituce (veřejná správa) a velké firmy, které spolupracují přímo se státem. Ty potřebují mít informace včas a přímo.
- Sdělovací prostředky, které ostatní veřejnosti zprostředkovávají informace.

Zatímco první skupinu zájemců stačí spíše jen navádět k informacím, druhé skupině je třeba se věnovat pečlivěji, dodávat patřičné informace, upozorňovat na důležitá místa a vybrané jevy zdůrazňovat. Zároveň je nutno stále reagovat na ohlasy, korigovat je a mít přehled o výstupech ve sdělovacích prostředcích.

9.2 Hodnocení jednotlivých webů

Podíváme-li se na způsob, jakým probíhá informování o státním rozpočtu na internetu, můžeme říci, že výhody této formy komunikace si v posledních letech uvědomila i státní správa a samospráva. Efektivní komunikace prostřednictvím webových portálů a zprostředkování mnohých informací touto formou (nikoli telefonickým nebo osobním kontaktem s pracovníky dané instituce nebo úřadu) šetří čas všech zainteresovaných složek.

Cílem této diplomové práce byla analýza metod Public Relations ve státní správě v oblasti tvorby státního rozpočtu tak, aby byla zodpovězena výzkumná otázka: *jaká je*

kvalita jednotlivých www portálů státní správy, kde je možno najít informace k problematice státního rozpočtu?

Na základě provedené komparativní analýzy vybraných webových stránek veřejných institucí i na základě informací podávaných v médiích je možné konstatovat, že v České republice jsou webové stránky státních organizací v počátcích svého rozvoje. Jedním z důkazů je různá kvalita jednotlivých www portálů z hlediska komunikace státní správy s veřejností, firmami a institucemi o státním rozpočtu.

Některé stránky jsou na vysoké úrovni, s kvalitním designem, přístupné a propracované, s dostatečným množstvím informací. Jiné jsou naopak spíše strohé, nekvalitní, vzbuzují dojem, že jim není věnována přílišná pozornost, a tudíž mohou na uživatele působit spíše jako nedostatečné a nedůvěryhodné. Ač jsou obecně (i ze zákona) kladeny na webové stránky určité požadavky, stále ještě můžeme najít weby, které všechny zákonné požadavky nesplňují, nebo je splňují pouze částečně – např. www.justice.cz.

Hlavním zdrojem informací o státním rozpočtu jsou příslušné webové stránky Ministerstva financí ČR. Zde bychom mohli polemizovat o přehlednosti menu či zařazení jednotlivých dokumentů, nicméně je nutno mít na paměti, že se jedná o velmi rozsáhlou problematiku, která je poměrně obtížně přehledná, a tak i obtížně zpracovatelná na jednom místě. Pouze bychom mohli doporučit systematickou kontrolu článků se stejnou tematikou a také zajištění jejich chronologického řazení. Detailní studium informací o státním rozpočtu lze očekávat především z profesních důvodů. Proto nelze na těchto stránkách očekávat nějaké živé neformální debaty. Z pohledu profesního příjemce se způsob informování jeví jako dostatečný a informace obstojně dohledatelné. Vhodné je pravidelné avizování nových informací, využívání rozesílacích seznamů apod.

Druhá výzkumná otázka byla, zda se státní správa dopouští při komunikaci s veřejností nějakých chyb. Pro odpověď na tuto otázku byly zpracovány některé případy v následující kapitole.

9.3 Ukázky některých nalezených chyb a možnosti řešení

Kde hledat chyby a možnosti jejich zlepšení? Podstatným problémem, kterému je třeba věnovat pozornost, je webdesign portálů státní správy a samosprávy. Analýza provedená v této diplomové práci prokazuje, že v praxi tomu tak spíše není. Jestliže provedeme srovnání s internetovými prezentacemi soukromých firem a porovnáme jejich design s designem portálů veřejných institucí, je zde patrný rozdíl v kvalitě designu. Portály státní správy a samosprávy jsou zpravidla strohé, barevně nezábavné, komplikované, pro veřejnost jednotvárné a často nesprávně strukturované, a tím pádem nepřehledné. Dnešní společnost je na Internetu zvyklá na kvalitní webový design a při navštívení webových stránek veřejných institucí může být rozčarována. Internetová komunikace je součástí metod Public Relations dané organizace a fádňí design na webových stránkách jí určitě nepřidává na důvěryhodnosti.

Již zde byla detailně předvedena webová stránka Ministerstva financí ČR. Zřejmě by bylo vhodné významněji vyznačit oblast informací o státním rozpočtu, ne jako doposud drobným písmem v horním menu. Dále by bylo přiměřené odlišit jednotlivé materiály na následující stránce (o státním rozpočtu), kde si můžete vybrat hledání v obsahu a dokumentech. Jisté rezervy se najdou i v komunikaci s médií. Mluvili jsme například o oživení věcného jazyka při rozhovoru. Obecně by se mělo přistupovat velmi pozorně ke spolupráci s médií a sledovat i cestu předaných informací, případně reagovat na nepřesnosti a zavádějící sdělení.

Dalším podstatným nedostatkem na analyzovaných portálech veřejných institucí je nezajištění přístupnosti webů. Například stránky justice.cz (oficiální server českého soudnictví) nesplňují v některých ohledech a podmínkách parametry přístupného webu. Je nutné konstatovat, že není možné se spokojit s upozorněním správce webu na tuto skutečnost, protože takto významná organizace by měla ihned začít s nápravou tak, aby bylo v co nejkratší době zajištěno, že portál instituce bude ve všech ohledech přístupný i zdravotně postiženým občanům. Webový portál Ministerstva obrany ČR dokazuje, že přístupnost webu s příjemným vzhledem a účelnou strukturovaností jsou požadavky, kterým je možné vyhovět i ve státní správě. Web, kterým se prezentuje veřejnosti Ministerstvo spravedlnosti ČR a jenž nesplňuje některé základní požadavky

přístupnosti, byl při komparativní metodě šetření v této diplomové práci zjištěn náhodně, můžeme se ovšem domnívat, že nevyhovujících webů bude více.

Abychom dosáhli zlepšení u webových prezentací veřejných institucí a jestli mají jejich portály umožnit efektivní poskytování informací a reflektovat nejnovější technologické požadavky, doporučujeme pravidelné provádění informačního a komunikačního auditu v těchto organizacích. Pokud bude v těchto institucích audit prováděn pravidelně, získá provozovatel webu periodický a efektivní přehled, o jaká sdělení má veřejnost největší zájem a které informace instituce nejvíce sdílí prostřednictvím svých portálů a elektronické pošty. Výsledky auditů mohou být významným podnětem k opravě nedostatků na daném webu nebo k vytvoření nové internetové prezentace.

Další možností, která by přispěla ke zlepšení momentální situace, je zaměstnání profesionálů k úpravě a vytváření webů. Mnohdy se setkáváme s tím, že úprava a tvorba internetových prezentací je svěřena zaměstnancům dané veřejné instituce, kteří nejsou v dané problematice vzděláni a jejich předpoklady pro správu webu jsou značně diskutabilní – často jsou tímto úkolem pověřeni např. úředníci nebo sekretariáty organizací. Z těchto důvodů lze doporučit, aby všechny instituce zřídily po vzoru Ministerstva obrany ČR specializované redakční oddělení pro web (nebo redakční radu), které by se zabývalo designem a uspořádáním příslušných internetových stránek, sledováním jejich rozvoje, aktuálností podávaných informací apod. Bohužel výše popisované nedostatky u webových portálů veřejných institucí jsou důkazem, že takovéto specializované týmy (nebo redakční rady) v orgánech státní správy a samosprávy citelně chybí.

ZÁVĚR

Co říci na závěr? Veřejné finance a tudíž i státní rozpočet jsou zcela zásadní tematikou, a proto jim musí být věnována odpovídající pozornost. Samozřejmě různé skupiny obyvatelstva se o ně zajímají v různé míře a různým způsobem. To je potřeba mít na paměti a podle toho využívat prvky PR. V textu práce jsme si osvětlili, jaké prvky PR jsou použitelné a seznámili se s charakterem dostupných informací o státním rozpočtu. Tyto informace byly zhodnoceny z hlediska jejich použitelnosti a dostupnosti pro jednotlivé skupiny zájemců. O jaké skupiny zájemců se jedná, bylo charakterizováno v dotazníkovém šetření.

Práce podpořila hypotézu, že i orgány státní správy a samosprávy, v našem případě především Ministerstvo financí ČR, musejí ve vlastním zájmu používat ve své práci prvky PR, *tak aby orgány státní správy podpořily potřebu komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve státním rozpočtu. A to zejména při ovlivňování veřejného mínění pomocí sdělovacích prostředků.* Je pravděpodobné, že nestačí jen dodávat médiím informace, ale je zapotřebí i sledovat, jak je s nimi dále nakládáno a zda nejsou používány zavádějícím způsobem. V takovém prostředí se pak snadněji prosazují úkoly stanovené zákonem o státním rozpočtu.

Práce analyzuje stávající situaci webů veřejných institucí z hlediska problematiky Public Relations v naší republice, vysvětluje princip jejich činnosti a poukazuje na nedostatky, které mají. U těchto portálů můžeme v posledních letech pozorovat stále se zvyšující tendenci svědčící o vzrůstajícím zájmu o problematiku online Public Relations a o uvědomění si faktu, že nových technologií je potřeba aktivně využívat ve svůj prospěch, a ne se jim bránit. Vzhledem k tomu, že se jedná o rozsáhlou problematiku, nacházíme zde samozřejmě i rezervy. Na příslušných webových stránkách by se například mohl zlepšit design a zpřehlednit strukturovanost informací, popřípadě by bylo vhodné doplnit návodné články a hlavně nutné zabezpečit aktuálnost informací, již by doplňovalo pověřené oddělení (redakční rada) o zpětnou vazbu (reakce) veřejnosti.

Při sdělování informací je potřeba se ve vhodných okamžicích nebát prvků krizové komunikace. Jistému rozvíření pozornosti může pomoci i sdělení, které

potřebujeme prosadit. Obtížná je pro státní úřady spolupráce s tzv. „*toxickými médii*.“¹¹⁷ Je vhodné si od ní nic neslibovat, nicméně je nutno tato média pozorně sledovat a případně jinými informačními kanály korigovat. Jako zbytečné se zdá zasahovat do diskuzí za články.

Celkově je nutno říci, že problematika státního rozpočtu je velmi složitá a rozsáhlá, jedná se vlastně o několik prolínajících se kampaní, kdy u jednoho rozpočtu řešíme jeho výsledky, u dalšího jeho současné plnění a u ještě dalšího jeho přípravu. Proto je nutno věnovat mu odpovídající pozornost a zajistit dostatečnou kapacitu pro tento úkol.

¹¹⁷ BEDNÁŘ, V. *Krizová komunikace s médii*. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 45. ISBN 978-80-247-3780-5.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

- BEDNÁŘ, V. *Krizová komunikace s médii*. Praha: Grada, 2012, 183 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3780-5.
- BENEŠ, V. a kol. *Bankovní a finanční slovník*. Praha: Svoboda-Libertas, 1993, 157 s. ISBN 80-205-0357-9.
- FORET, M. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, c2008, 451 s. ISBN 80-251-1041-9.
- FORET, M. *Komunikace s veřejností*. Brno: Masarykova univerzita, 1994, 206 s. ISBN 80-210-1034-7.
- FORET, M. *Marketing: základy a principy*. Brno: Computer Press, 2003, 199 s. ISBN 80-722-6888-0
- FORETOVÁ, V. *Komunikující město*. Brno: Masarykova univerzita, 1996, 107 s. ISBN 80-210-1287-0.
- FTOREK, J. *Public relations jako ovlivňování mínění*. 2. rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, 195 s. ISBN 978-80-247-2678-6.
- FTOREK, J. *Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat*. 3. rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 215 s. ISBN 978-80-247-3926-7.
- HAMERNÍKOVÁ, B. – KUBÁTOVÁ, K. *Veřejné finance*. 2. vyd. Praha: Eurolex Bohemia, 2004, 355 s. ISBN 80-864-3288-2.
- HANNAGAN, T. J. *Marketing pro neziskový sektor*. Praha: Management Press, 1996, 205 s. ISBN 80-859-4307-7.
- HENDRYCH, D. *Správní věda: teorie veřejné správy*. 3. aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 231 s. ISBN 978-807-3574-581.
- JANEČKOVÁ, L. *Marketing měst a obcí*. Praha: Grada Publishing, 1999, 178 s. ISBN 80-716-9750-8.
- KINŠT, J. – PAROUBEK, J. *Rozpočtová skladba v roce... a praktické příklady: publikace pro pracovníky orgánů státní správy, obcí, krajů a jejich organizačních složek*. Olomouc: ANAG, 20011, sv. Účetnictví (ANAG). ISBN 978-80-7263-638-9.
- KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera: jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha: Management Press, 2000, 258 s. ISBN 80-726-1010-4.
- KOTLER, P. *Marketing management*. Praha: Grada, 2007, 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.

- KOHOUT, J. *Veřejné mínění, image a metody public relations*. Praha: Management Press, 1999, 122 s. ISBN 80-726-1006-6.
- Kolektiv autorů, KOVAŘ, A. editor: *Malý slovník propagace*, MOSPRA, Brno 1995, s. 15.
- LAJTKEPOVÁ, E. *Veřejné finance*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2007, 151 s. ISBN 978-80-7204-495-5.
- NAHODIL, F. *Veřejné finance v České republice*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2009, 359 s. ISBN 978-80-7380-162-5.
- NĚMEC, P. – LITTOVÁ, J. *Komunikace korporací*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999, 172 s. ISBN 80-707-9575-1.
- PAVLÁSEK, V. – KUNEŠOVÁ, H. – HEJDUKOVÁ, P. *Veřejné finance a daně*. Plzeň: Nava, 2008, 215 s. ISBN 978-80-7211-303-3.
- PAVLÁSEK, V. – KUNEŠOVÁ, H. – HEJDUKOVÁ, P. *Veřejné finance a daně*. 2. aktualiz. vyd. Plzeň: Nava, 2009, 224 s. ISBN 978-80-7211-329-3.
- PAVLŮ, D. *Marketingové komunikace a firemní strategie*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, Fakulta multimediálních komunikací, 2004, 130 s. ISBN 80-731-8178-9.
- PELSMACKER, P. de. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada, c2003, 581 s. ISBN 80-247-0254-1.
- REKTOŘÍK, J. – ŠELEŠOVSKÝ, J. *Jak řídit kraj, město, obec: rukověť územní samosprávy. IV. Díl, Strategie komunikace řízení*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2002, 128 s. ISBN 80-210-2957-9.
- SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*. 2. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2009, 239 s. ISBN 978-80-247-2866-7.
- ŠKARABELOVÁ, S. *Marketing ve veřejném sektoru*. Brno: Masarykova univerzita, 2007, 214 s. ISBN 978-802-1042-926.
- VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi*. Praha: Grada, 2008, 322 s. ISBN 978-80-247-2614-4.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

- HESSE, J. J. *Administrative Transformation in Central and Eastern Europe*. Blackwell Publ., Oxford; Cambridge, MA: Blackwell Publishers, 1993. 263 pp.
- PHILLIPS, D. – YOUNG, P. *Online public relations: a practical guide to developing an online strategy in the world of social media*. 2nd ed. Philadelphia: Kogan Page, 2009, 274 pp. ISBN 07-494-4968-3.

Seznam použitých internetových zdrojů

- Historie PR. [online]. PR agentura Focus ageci [cit. 2013-11-10]. Dostupné z WWW: <http://www.public-relations-pr.cz/cs/historie-pr/>.
- CHÝLOVÁ, Helena. [online]. Český rozhlas [cit. 2013-11-12]. Dostupné z WWW: http://www.rozhlas.cz/plzen/jazykovykoutek/_zprava/172061.
- Media centrum [online]. Vláda České republiky [cit. 2014-01-03]. Dostupné z WWW: <http://www.vlada.cz/cz/media/rozsireny-popis-homepage-media-centrum-50144/>.
- MONITOR [online]. Informační portál Ministerstva financí ČR [cit. 2014-01-06]. Dostupné z WWW: <http://monitor.statnipokladna.cz/2013/>
- Monitorovaná média [online]. NEWTON Media [cit. 2014-01-18]. Dostupné z WWW: <http://www.newtonmedia.cz/monitorovana-media>.
- Na slovíčko [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-18]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/scripts/detail.php?pgid=393>.
- Na slovíčko [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-18]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/scripts/detail.php?pgid=393>.
- NOVOTNÝ, Michal. *Vox populi* [online]. Český rozhlas Region, 2006-01-16 [cit. 2013-11-08]. Dostupné z WWW: http://m.rozhlas.cz/strednicechy/slova/_zprava/vox-populi--205890.
- O nás\Ministerstvo\Projekt Seznamte se... [online]. Ministerstvo vnitra ČR [cit. 2014-01-07]. Dostupné z WWW: <http://www.mvcr.cz/clanek/seznamte-se-odbor-tisku-a-public-relations.aspx?q=Y2hudW09Mw%3d%3d>.
- O nás\Ministerstvo\Současnost [online]. Ministerstvo vnitra ČR [cit. 2014-01-07]. Dostupné z WWW: <http://www.mvcr.cz/clanek/soucasnost-830237.aspx>.
- O přístupnosti [online]. Vláda České republiky [cit. 2014-01-03]. Dostupné z WWW: <http://www.vlada.cz/cz/urad-vlady/o-serveru/o-pristupnosti-16035/>.
- Odpovědi na často kladené dotazy [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-18]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/scripts/detail.php?id=9695>.
- Portál Justice.CZ [online]. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: www.justice.cz.
- Portál Ministerstvo financí České republiky [online]. Ministerstvo financí ČR [cit. 2014-01-06]. Dostupné z WWW: www.mfcr.cz.
- Portál Ministerstvo obrany České republiky [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: www.army.cz.
- Portál Ministerstvo práce a sociálních věcí [online]. MPSV [cit. 2014-01-07]. Dostupné z WWW: www.mpsv.cz.

Portál Ministerstvo vnitra České republiky [online]. Ministerstvo vnitra ČR [cit. 2014-01-07]. Dostupné z WWW: www.mvcr.cz.

Portál Senát parlamentu České republiky [online]. Senát parlamentu ČR [cit. 2014-01-04]. Dostupné z WWW: www.senat.cz.

Portál Státní správa zeměměřictví a katastru [online]. Český úřad zeměměřický a katastrální [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: www.cuzk.cz.

Portál veřejné správy [online]. MV ČR [cit. 2014-01-08]. Dostupné z WWW: <http://www.mvcr.cz/clanek/portal-verejne-spravy.aspx>.

Portál Vláda České republiky [online]. Vláda České republiky [cit. 2014-01-03]. Dostupné z WWW: www.vlada.cz.

Prohlášení o přístupnosti [online]. Ministerstvo financí ČR, 26. 08. 2013 [cit. 2014-01-06]. Dostupné z WWW: <http://www.mfcr.cz/cs/prohlaseni-o-pristupnosti>.

Prohlášení o přístupnosti [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-18]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/ministr-a-ministerstvo/povinne-informace/prohlaseni-pristupnosti-37529/>.

Prohlášení o přístupnosti [online]. Ministerstvo vnitra ČR, 05. 02. 2009 [cit. 2014-01-07]. Dostupné z WWW: <http://www.mvcr.cz/clanek/prohlaseni-o-pristupnosti.aspx>.

Příloha č. 1 k vyhlášce č. 442/2006 Sb. [online]. Aktualizace 2013 [cit. 2014-01-07]. Dostupné z WWW: <http://www.otevrete.cz/zadosti-o-informace/poskytovatel/povinne-zverejnene-informace-6.html?gclid=CJyx7Jayi7YCFchc3godqXgAtg>.

Rozpočet a rozpočtový proces [online]. Účetní kavárna 01. 12. 2010 [cit. 2014-01-08]. Dostupné z WWW: <http://www.ucetnikavarna.cz/archiv/dokument/doc-d28557v35708-rozpocet-a-rozpocetovy-proces/>

Rozpočet [online]. Oficiální server českého soudnictví [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: <http://portal.justice.cz/Justice2/MS/ms.aspx?j=33&o=23&k=5473>.

Rozpočty [online]. Český úřad zeměměřický a katastrální [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: <http://www.cuzk.cz/Urady/Cesky-urad-zememericky-a-katastralni/Rozpocety.aspx>.

Schválený rozpočet [online]. Oficiální server českého soudnictví [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: <http://portal.justice.cz/Justice2/MS/ms.aspx?j=33&o=23&k=5900>.

Výroční zprávy [online]. Kancelář Senátu [cit. 2014-01-04]. Dostupné z WWW: http://www.senat.cz/kancelar/index.php?ke_dni=12.02.2014&O=9.

Závěrečné účty státního rozpočtu ČR kapitola 307 [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/ministr-a-ministerstvo/povinne-informace/zaverecne-ucty/zaverecne-ucty-statniho-rozpocetu-cr-kapitola-307---ministerstvo-obrany-cr-7996/>.

Závěrečný účet kapitoly [online]. Vláda České republiky [cit. 2014-01-03]. Dostupné z WWW: <http://www.vlada.cz/cz/urad-vlady/zaverecny-ucet-kapitoly/zaverecny-ucet-kapitoly-23346/>.

Seznam ostatních zdrojů

BERKA M. *Informační systémy orgánů státní správy a samosprávy*, Seminář den pro Internet, Valašské Meziříčí, 31. březen 2000, 29 s.

Vyhláška č. 388/2002 Sb., o stanovení správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem a s rozšířenou působností. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2002, částka 138, s. 7818-7883. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=3957>.

Vyhláška č. 442/2006 Sb., kterou se stanoví struktura informací zveřejňovaných o povinném subjektu způsobem umožňujícím dálkový přístup. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2006, částka 143, s. 6149-6158. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=4989>.

Vyhláška č. 442/2006 Sb., příloha č. 1 – struktura informací zveřejňovaných o povinném subjektu. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2006, částka 143, s. 6149-6158. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=4989>.

Vyhláška č. 64/2008 Sb., o formě uveřejňování informací souvisejících s výkonem veřejné správy prostřednictvím webových stránek pro osoby se zdravotním postižením (vyhláška o přístupnosti). In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2008, částka 20, s. 1009-1011. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=5245>.

Zákon č. 2/1993 Sb., Listina základních práv a svobod.
In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1993, částka 1, s. 17-24. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=5989>.

Zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím.
In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1999, částka 39, s. 2578-2582. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=3256>.

Zákon č. 128/2000 Sb., o obcích.
In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2000, částka 38, s. 1737-1764. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=3426>.

Zákon č. 129/2000 Sb., o krajích.
In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2000, částka 38, s. 1765-1782. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=3426>.

Zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech.
In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2000, částka 65, s. 3104-3128. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=3453>.

Zákon č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy.
In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2000, částka 99, s. 4666-4672. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=3487>.

Zákon č. 500/2004 Sb., správní řád.
In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2004, částka 174, s. 9782-9821. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=4478>.

Zákon č. 475/2013 Sb., o státním rozpočtu České republiky na rok 2014, příloha č. 4
In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2014, částka 184, s. 8054-8114. Dostupné také z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6590>.

SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

Seznam obrázků

Obrázek 1: Rozpočtová soustava v ČR	40
Obrázek 2: Časový harmonogram	43
Obrázek 3: Proces sestavování, schvalování a kontroly státního rozpočtu	43
Obrázek 4: Úvodní obrazovka aplikace MONITOR, která zpřístupňuje veřejnosti tzv. „Rozklikávací rozpočet“	58

Seznam grafů

Graf 1: „Slyšel(a) jste někdy v životě pojem státní rozpočet?“ (odpověď celého souboru dotázaných).....	72
Graf 2: „Máte pocit, že jste z médií pravidelně informován (a) informacemi o státním rozpočtu?“ (odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů).....	73
Graf 3: „Máte pocit, že víte z jakých částek příjmů a výdajů se státní rozpočet skládá?“ (odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů)	74
Graf 4: „Považujete státní rozpočet za věc, která i když nepřímo, ovlivňuje i váš život?“ (odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů)	75
Graf 5: „Zajímáte se o státní rozpočet?“ (odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů - podle rozčlenění v jaké oblasti respondenti pracují).....	76
Graf 6: „Jaký důvod vás k tomu vede?“ (odpověď reprezentativního vzorku respondentů – pokud na předchozí otázku „Zajímáte se o státní rozpočet?“ odpověděli ANO)	77
Graf 7: „Jaké používáte informační zdroje o státním rozpočtu?“ (odpověď reprezentativního vzorku respondentů – pokud na otázku „Zajímáte se o státní rozpočet?“ odpověděli ANO)	78
Graf 8: „Dáváte přednost primárním informacím, nebo zpracovaným komentářům?“ (odpověď reprezentativního vzorku respondentů – v rozčlenění podle věku, a pokud na otázku „Zajímáte se o státní rozpočet?“ odpověděli ANO).....	79
Graf 9: „Jak často se zajímáte o informace o státním rozpočtu?“ (odpověď reprezentativního vzorku respondentů – v rozčlenění podle věku, a pokud na otázku „Zajímáte se o státní rozpočet?“ odpověděli ANO)	80
Graf 10: „Máte pocit, že orgány státní správy potřebují komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve státním rozpočtu?“ (odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů)	82

Graf 11: „Máte pocit, že orgány státní správy potřebují komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve státním rozpočtu?“ (odpověď reprezentativního vzorku sta respondentů – v rozčlenění podle věku)	82
---	----

Seznam tabulek

Tabulka 1: Složení souboru respondentů (v %).....	51
Tabulka 2: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.vlada.cz	53
Tabulka 3: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.mfcr.cz	56
Tabulka 4: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.mpsv.cz	59
Tabulka 5: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.mvcr.cz	61
Tabulka 6: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.senat.cz	63
Tabulka 7: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.justice.cz	65
Tabulka 8: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.cuzk.cz	67
Tabulka 9: Analýza služeb a informací poskytovaných na webu www.army.cz	69

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Výsledek vyhledávání.....	I
Příloha B – Vzor dotazníku použitého v dotazníkovém šetření.....	III
Příloha C – Rozbor domácí ekonomiky z www.mfcr.cz	VIII
Příloha D – Rozbor světové ekonomiky z www.mfcr.cz	IX
Příloha E – Konkrétní činnosti Ministerstva financí z www.mfcr.cz	X
Příloha F – Rozhovor s ministrem financí Janem Fischerem z www.mfcr.cz	XI
Příloha G – Schodek státního rozpočtu se meziročně snížil o více než 30 mld. Kč ...	XIV
Příloha H – Grafy Ministerstva obrany k problematice schváleného SR.....	XVII
Příloha CH – Ukázka informací publikovaných Ministerstvem obrany k SZÚ	XVIII

PŘÍLOHY

Příloha A – Výsledek vyhledávání

Obrázek: www.seznam.cz – vyhledávání termínu "státnírozpocet"

Internet [Firmy](#) [Mapy](#) [Slovník](#) [Zboží](#) [Obrázky](#) [Videa](#) [Encyklopedie](#)

SEZNAM.CZ [Pokročilé hledání »](#)

Vše [Česky](#)

Hledali jsme [státní rozpočet](#)
Přesto můžeme hledat státnírozpocet

Státní rozpočet – Wikipedie
Státní rozpočet je plán finančního hospodaření státu, obvykle na jeden rok. ... 5 Podstata státního rozpočtu 5.1 Rozpočtové zásady
cs.wikipedia.org/wiki/Státní_rozpocet

Státní rozpočet - Peníze.cz
Státní rozpočet je odhadem příjmů a výdajů na zabezpečení chodu státu a jednotlivých výdajových programů. Příjmy a výdaje státního rozpočtu se člení do ...
[penize.cz](#) > [Ekonomika](#) > [Státní rozpočet](#)

MACH: Jak vyrovnat státní rozpočet bez zvyšování daní
Zdá se, že vládnoucí politici nejsou ochotní navrhnout na rok 2011 vyrovaný rozpočet a chtějí nás vést feckou cestou. ... 1) Státní Dluh Prudce Roste
[reformy.cz/zpravy/mach-jak-vyrovnat-statni-rozpocet-bez-zvysovani-dani/](#)

Deficit/přebytek státního rozpočtu (mld. Kč) - Česko - Graf
Deficit/přebytek státního rozpočtu (mld. Kč) - Česko. Zdroj: Ministerstvo financí ČR
[euroekonom.cz/grafy-data.php?type=cesko-rozpocet-rok](#)

Příjmy a výdaje státního rozpočtu - Finance.cz
Aktuální informace o přímých státního rozpočtu, výdajích státního rozpočtu a bilanci státního rozpočtu od roku 1990. ... Státní rozpočet Veřejné finance
[finance.cz/makrodata-eu/statni-rozpocet/statistiky/prijmy-vydaje/](#)

Státní rozpočet - fiskální politika - Finance.cz
[finance.cz/Makrodata a EU Státní rozpočet ...](#) Každoročně jsme svědkové schvalování státního

Vyzkoušejte hledání v novém
Staňte se jedním z prvních návštěvníků vylepšeného vyhledávání od Seznamu.

Obrázek: www.Google.com – vyhledávání termínu "státnírozpocet"

Google search results for "státnírozpocet". The search bar contains the text "státnírozpocet". Below the search bar, there are navigation tabs: "Internet", "Mapy", "Obrázky", "Videa", "Nákupy", "Více", and "Vyhledávací nástroje". The search results show approximately 676,000 results in 0.23 seconds. A cookie notice is displayed, asking for consent to use cookies. The search results list several links related to the state budget, including Wikipedia entries and official government websites.

Přibližný počet výsledků: 676 000 (0,23 s)

Při poskytování služeb nám pomáhají soubory cookie. Používáním našich služeb vyjadřujete souhlas s naším používáním souborů cookie.

[Další informace](#)

[Státní rozpočet – Wikipedie](#)
cs.wikipedia.org/wiki/**Státní rozpočet** ▾
Státní rozpočet je plán finančního hospodaření státu, obvykle na jeden rok. Má formu zákona, který navrhuje vláda a schvaluje poslanecká sněmovna. **Státní ...**
Typy rozpočtu - Příjmy do státního rozpočtu - Výdaje ze státního rozpočtu

[Státní rozpočet České republiky – Wikipedie](#)
cs.wikipedia.org/wiki/**Státní rozpočet České republiky** ▾
Státní rozpočet České republiky je plán hospodaření České republiky. Ústředním orgánem státní správy pro **státní rozpočet** je Ministerstvo financí. Účet státního ...
Příjmy - Výdaje - Tvorba státního rozpočtu a ... - Státní závěrečný účet

[Státní rozpočet | Prognózy | Ministerstvo financí ČR](#)
www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/prognozy/**státní-rozpocet** ▾
Ministerstvo financí je orgánem státní správy pro **státní rozpočet** České Republiky. Na portále naleznete informace o veřejných financích, daních a clech, přehled ...

[Rozklikávací rozpočet | BudováníStátu.cz](#)
budovani statu.cz/bubble ▾
Vše, co jste chtěli vědět o výdajích vlády. Rozklikávací **státní rozpočet**. Zjistěte si, kam jdou Vaše daně. Detailní analýzy.

[Státní rozpočet | Peníze.cz](#)

Příloha B – Vzor dotazníku použitého v dotazníkovém šetření

Public Relations ve státní správě z pohledu státního rozpočtu ČR

1. Slyšel(a) jste někdy v životě pojem státní rozpočet?

Zvolte jednu možnost.

- Ano
- Ne

2. Máte pocit, že jste z médií pravidelně informován(a) informacemi o státním rozpočtu?

Subjektivní hodnocení – zda v médiích evidujete informace, že byl státní rozpočet (dále jen SR) projednáván, že byl SR schválen, že je SR deficitní, nebo vyrovnaný atd. – zvolte jednu možnost.

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne
- Nevím

3. Máte pocit, že víte z jakých částek příjmů a výdajů se státní rozpočet skládá?

Subjektivní hodnocení – zda dokážete vyjádřit vaši informovanost o Státním rozpočtu (dále jen SR) – zvolte jednu možnost.

- Ano (mám rámcový á přehled o částkách SR)
- Spíše ano (jen rámcový přehled o výdajích a schodku SR)
- Spíše ne (bez hlubší znalosti dalších podrobností o SR)
- Ne (nejsem informován(a))
- Nevím (nedokážu odpovědět)

4. Považujete státní rozpočet za věc, která (i když nepřímo) ovlivňuje i váš život?

Subjektivní hodnocení – jestli vnímáte Státní rozpočet (dále jen SR) jako věc, která má (či nemá), i když nepřímo, vliv na vaši životní situaci (daně, dotace, sociální příspěvky, důchody atd.) – zvolte jednu možnost.

- Ano (považuji, ovlivňuje můj život)
- Spíše ano (spíše ovlivňuje, ale nedokážu přesněji specifikovat jak)
- Spíše ne (spíše neovlivňuje, jde o záležitost, která má jen nepatrný dopad na můj život)
- Ne (nepovažuji, neovlivňuje můj život)
- Nevím (nedokážu odpovědět)

5. V jaké oblasti pracujete?

Tato otázka má hlavní účel získat orientační představu, které skupiny obyvatel se zajímají o dané informace k SR – zvolte jednu možnost.

- Soukromí podnikatelé – OSVČ, nebo jiná forma podnikání bez zaměstnanců
- Zaměstnavatel
- Zaměstnanec ve státní nebo veřejné správě a samosprávě (instituce)
- Zaměstnanec (mimo státní, veřejnou správu/samosprávu/instituce)
- Student
- Lidé v domácnosti a důchodci
- Nezaměstnaný

6. Zajímáte se o státní rozpočet?

Zvolte jednu možnost.

- Ano
- Ne

7. Jaký důvod vás k tomu vede?

Zvolte alespoň jednu možnost.

- Profesní nebo odborný zájem
- Považuji tyto informace za užitečné a někdy je dokážu i využít
- O tyto informace se zajímám k udržení svého všeobecného přehledu, ale nijak je nevyužívám (udržuji můj ekonomický a politický přehled)
- Tyto informace pouze vnímám a sporadicky se informuji
- Jen náhodně jsem se informoval(a)

8. Jaké používáte informační zdroje o státním rozpočtu?

Subjektivní hodnocení, jaké informační zdroje o Státním rozpočtu vnímáte – zvolte min. jednu možnost.

- Pasivně z informačních prostředků (tisk, rozhlas, televize)
- Aktivně vyhledávám informace (např. internet, monitoring zpráv, odborná literatura, dotazy na příslušné instituce)
- Zprostředkovaně od známých a přátel
- Informace tohoto typu vnímám jen nepatrně a nedokážu rozlišit informační zdroj

9. Dáváte přednost primárním informacím, nebo zpracovaným komentářům?

Subjektivní hodnocení, jakou formu informací o státním rozpočtu považujete za užitečnou – zvolte jednu možnost.

- Dávám přednost primárním informacím (tabulkové přehledy, finanční sestavy, statistické výkazy)
- Dávám přednost zpracovaným komentářům (ekonomické zpravodajství, odborné články s komentářem, ekonomické diskuze)
- Považuji oba zdroje za důležité

10. Jak často se zajímáte o informace o státním rozpočtu?

Zvolte jednu možnost.

- Maximálně jednou ročně
- Vícekrát jak jednou ročně, ale nepravidelně
- Pravidelně (minimálně čtvrtletně, měsíčně, atd..)

11. Hledal(a) jste informace o státním rozpočtu na webu Ministerstva financí?

Zvolte jednu možnost.

- Nikdy
- Maximálně jednou ročně
- Vícekrát jak jednou ročně, ale nepravidelně
- Pravidelně (minimálně čtvrtletně, měsíčně, atd..)

12. Máte pocit, že orgány státní správy potřebují komunikovat s veřejností za účelem získání podpory pro své kroky ve státním rozpočtu?

Subjektivní hodnocení – jestli státní moc komunikuje s veřejností o státním rozpočtu – zvolte jednu možnost.

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

13. V jakém kraji trávíte aktuálně nejvíce času?

V jakém kraji ČR aktuálně trávíte nejvíce času, někteří respondenti pracují v Praze a bydlí ve Středočeském kraji (subjektivně uveďte kraj, kde trávíte nejvíce času) – zvolte jednu možnost.

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královehradecký kraj
- Pardubický kraj
- Vysočina
- Jihomoravský kraj
- Olomoucký kraj

- Zlínský kraj
- Moravskoslezský kraj

14. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Zvolte jednu možnost.

- základní vzdělání
- střední vzdělání bez výučního listu
- střední vzdělání s výučním listem
- střední vzdělání s maturitou
- vyšší odborné vzdělání
- vysokoškolské – bakalářské
- vysokoškolské – magisterské
- vysokoškolské – doktorské

15. Jaký je váš věk?

Zvolte jednu možnost.

- 0 až 14
- 15 až 29
- 30 až 44
- 45 až 59
- 60+

16. Jaké je vaše pohlaví?

Zvolte jednu možnost.

- Muž
- Žena

Příloha C – Rozbor domácí ekonomiky z www.mfcr.cz

Domácí ekonomika vystoupila ve 2. čtvrtletí 2013 z recese, ve které se nacházela od 4. čtvrtletí 2011. I nadále byla v 1. pololetí 2013 v záporné produkční mezeře. Hrubý domácí produkt ve stálých cenách v 1. pololetí 2013 meziročně klesl o 2,1 %. Z pohledu výdajů na HDP byly negativním faktorem hrubé domácí výdaje, jejichž meziroční příspěvek k poklesu HDP dosáhl 2,5 p.b. a byl realizován především snížením tvorby hrubého kapitálu. Výdaje na konečnou spotřebu pokles HDP nepatrně tlumily, a to ve výši 0,1 p.b. Tento kladný příspěvek byl dán růstem spotřeby vlády, spotřeba domácností v 1. pololetí meziročně reálně klesla. Meziroční snížení hrubých domácích výdajů vycházelo ze zvýšené nejistoty ekonomického prostředí, silnějšího důchodového omezení, relativně vyššího sklonu k úsporám, horšího přístupu k úvěrům a především v 1. čtvrtletí slabé zahraniční poptávky.

Kladný příspěvek zahraničního obchodu k vývoji HDP ve výši 0,4 p. b. byl dán lepším vývojem vnějšího prostředí ve 2. čtvrtletí. Vývozy za celé pololetí meziročně klesly o 1,4 % a dovozy o 2,1 %. Hrubá přidaná hodnota (HPH) v 1. pololetí meziročně klesla reálně o 1,9 %, a to především v důsledku meziročního snížení HPH ve zpracovatelském průmyslu. Recese se na trhu práce promítla se zpožděním a vyvolala změny chování jednotlivých subjektů. Projevila se pružnější nabídkou práce a jejím úsporným využíváním. Zaměstnanost v pojetí VŠPS tak vzrostla zvýšením počtu osob pracujících na krátké úvazky.

K nepřehlédnutelnému meziročnímu nárůstu míry ekonomické aktivity ve věku 15–64 let o 1,5 p.b. však vedle růstu zaměstnanosti (o 1,3 p. b.) i nezaměstnanosti (o 0,2 p. b.) mírně přispěl i demografický vývoj. Zhoršení celkové ekonomické situace se promítlo v nižším počtu odpracovaných hodin a spolu s vyšší ochotou pracovat za nižší odměnu se projevilo poklesem reálné průměrné mzdy a produktivity práce.¹¹⁸

¹¹⁸ Úvodní stránka [online]. MF ČR [cit. 2014-01-06]. Dostupné z WWW: <http://www.mfcr.cz/>.

Příloha D – Rozbor světové ekonomiky z www.mfcr.cz

Světová ekonomika se v první polovině roku 2013 stabilizovala. Nejvíce postiženo bylo i nadále hospodářství eurozóny, nicméně i zde se podařilo dočasně konsolidovat dluhové problémy okrajových zemí a vymanit se z dlouhotrvající recese. Zpomalování čínské ekonomiky bylo v souladu s postupnými strukturálními změnami spojenými s přechodem do pozdější fáze hospodářské konvergence. Ekonomika USA pokračovala v oživení a japonské hospodářství reagovalo na posun inflačního cíle a zvýšení objemu nakupovaných vládních dluhopisů ze strany centrální banky zrychlením růstu. Cena ropy Brent od února klesala na hodnoty kolem 103 USD/barel.

Ekonomika USA v 1. pololetí zrychlovala tempo mezičtvrtletního i meziročního růstu HDP, který byl tažen primárně soukromou spotřebou, investicemi do fixního kapitálu a vývozem, což bylo částečně vyrovnáno rostoucím dovozem a negativním příspěvkem vládních výdajů spojeným s pokračující konsolidací veřejných rozpočtů. Fed ponechal úrokové sazby na rekordních minimech 0 – 0,25 % a uvedl, že nepřistoupí k jejich zvýšení, pokud nezaměstnanost neklesne pod 6,5 %, inflace nepřevýší dlouhodobý inflační cíl o více než 0,5 p.b. a nebude dosaženo stabilních inflačních očekávání. Začátkem roku 2013 došlo k nahrazení operace Twist výkupem vládních dluhopisů a cenných papírů krytých hypotečními úvěry ve stejném měsíčním objemu s cílem snížení rizik na mezibankovním trhu s pozitivním dopadem na klientské úrokové sazby. Oživení americké ekonomiky se začalo postupně projevovat na trhu práce, míra nezaměstnanosti klesla z lednových 7,9 % na 7,6 % v červnu. Meziroční růst spotřebitelských cen se zvýšil z lednových 1,6 % na červnových 1,9 %.¹¹⁹

¹¹⁹ Úvodní stránka [online]. MF ČR [cit. 2014-01-06]. Dostupné z WWW: <http://www.mfcr.cz/>.

Příloha E – Konkrétní činnosti Ministerstva financí z www.mfcr.cz

Na mimořádný ekonomický vývoj v ČR v průběhu 1. pololetí 2013 reaguje MF zpracováním makroekonomického rámce návrhu SR na rok 2014 mimo standardní termín zveřejnění makroekonomické predikce. V 1. čtvrtletí 2013 reálný HDP překvapivě silně mezičtvrtletně klesl o 1,3 % a naopak ve 2. čtvrtletí vzrostl o 0,6 %. Ekonomika tak vystoupila z roku a půl trvající recese. Makroekonomický rámec vychází z toho, že rizika spojená s dluhovou krizí ve vybraných zemích eurozóny jsou v krátkodobém výhledu utlumena v souvislosti s příslibem ECB intervenovat na trhu státních dluhopisů a spuštěním mechanismu ESM. Nadále však scénář počítá s rizikem přelivu recese jižních zemí eurozóny do dalších zemí EU. Zatímco v 1. čtvrtletí 2013 bylo možné pozorovat stagnaci HDP v Německu a dále např. zpomalující růst HDP v Polsku či na Slovensku, situace ve 2. čtvrtletí se významně zlepšila, neboť evropská ekonomika jako celek vystoupila z recese. Slabý výkon vnějšího prostředí v 1. čtvrtletí a jeho zlepšení ve 2. čtvrtletí se zrcadlily ve vývoji zahraničního obchodu české ekonomiky. To spolu s chováním některých konjunkturálních indikátorů vede k mírnému optimismu pro 2. pololetí 2013. Scénář rovněž i nadále počítá s mírnou nedůvěrou domácích ekonomických subjektů, což se odráží zejména ve vývoji tvorby hrubého fixního kapitálu. V tabulce je shrnuta predikce hlavních makroekonomických indikátorů.¹²⁰

¹²⁰ Úvodní stránka [online]. MF ČR [cit. 2014-01-06]. Dostupné z WWW: <http://www.mfcr.cz/>.

Příloha F – Rozhovor s ministrem financí Janem Fischerem z www.mfcr.cz

Platí, že ve středu bude vláda jednat o rozpočtu?

Budeme znovu mluvit o východiscích rozpočtu a jeho prioritách. Předpokládám, že potom se ministři vyjádří ke svým kapitolám. Byl bych rád, kdyby své požadavky zredukovali na jednu absolutní prioritu. Schodek je plánován na 110 miliard a "nadpožadavky" na dalších 35 miliard. To je nepřijatelné, znamenalo by to navýšení deficitu o 40 procent. Nyní jsme na hraně podílu deficitu k HDP na třech procentech.

Původně měl být schodek 105 miliard. Proč došlo k navýšení?

Především z nutnosti krytí zvýšení plateb za státní pojištění, jako určitá rezerva pro příští rok. Ten proces je třeba vykopnout zákonem, který ještě není schválen, ale předpokládáme, že bude přijat. Nechtěl jsem ale jít na 5,7 miliardy, které požadoval ministr zdravotnictví. Počítám po dohodě s premiérem s částkou 3,7 miliard. To je zhruba 50 korun za pojištění.

V souvislosti s problémy financování zdravotnictví se také mluvilo o odkupu pohledávek zdravotních pojišťoven kolem 5 miliard korun. S tím návrh počítá?

Zatím o tom debatujeme, ale návrh rozpočtu s tím nepočítá.

Oproti návrhům vašeho předchůdce Miroslava Kalouska jste navýšili příjmy rozpočtu o 50 miliard korun, výdaje o 55 miliard?

Výdaje se odvíjí od toho, jak odhadujeme příjmy, daňové výnosy. Například aukci kmitočtů stihne telekomunikační úřad zřejmě ještě letos, ale peníze – asi 7 miliard – půjdou do rozpočtu asi až v příštím roce. Takových věcí je víc.

Počítáte s tím, že se vybere více na daních?

Výběr daní vidíme dobře, protože už budeme příští rok žít v růstové fázi cyklu.

Na jaké ministerské požadavky tedy nakonec kývnete?

Vláda jako celek bude posuzovat požadavky nad rámec návrhu, abychom je viděli v souvislostech. To se dříve nedělo. Část požadavků už v rozpočtu je, část je nereálná. O dalších můžeme jednat a jsem připraven je podpořit – například dopravu.

Může se tedy ještě schodek 110 miliard navyšovat?

Stropem jsou pro nás tři procenta deficitu k HDP. Ještě tam může být maličká rezerva.

Podářilo se něco ušetřit na platech zaměstnanců, na provozních výdajích?

Žádnou velkou zdrženlivost neregistruji. Naopak máme smělé požadavky třeba od ministra vnitra, mzdové požadavky z regionálního školství. Máme zatím nerozhodnutou úvahu, že bychom už v roce 2014 – předchozí vláda s tím počítala až od roku 2015 – zvýšili plošně platy zaměstnanců v nepodnikatelské sféře o procento.

Třeba ministr školství žádá vyšší platy pro učitele.

Zvýšení o jedno procento samozřejmě převážně půjde za ním. Pravděpodobně to ale úplně neuspokojí jeho přání.

Chtěl miliardu dohromady na regionální školství a vysoké školy.

Může zabojovat. Budu lehce konzervativní, zvláště pokud se rozhodneme pro to plošné zvýšení. Pokud nikoliv, tak je to legitimní debata, ale myslím si, že nevysoutěží takový objem peněz.

Ministr dopravy řekl, že je s návrhem relativně spokojený, i když bude chtít ještě další navýšení své kapitoly.

Financování regionální dopravy ve výši 2,6 miliardy zůstává zachováno. Jen se tyto prostředky neobjevují v kapitole ministerstva dopravy, ale počítá se, že budou peníze složeny ve všeobecné pokladní správě. Pak máme dopravní infrastrukturu. Státní fond dopravní infrastruktury má takové specifikum – bez skrupulí může převádět prostředky, které mu zbyly z jednoho roku do druhého. A to není v rozpočtu vidět. Letos to činí 14 miliard korun.

A potom, a na to slyšet budu, přijde ministr zabojovat do vlády o 1,5 miliardy na podporu operačního programu v dopravě – dalších českých 1,5 miliardy by znamenalo v součtu pět miliard navíc.

To jsou další peníze navíc. Znovu: kde tedy budete šetřit?

Rezorty prošly rozpočtovou dietou v posledních dvou, třech letech. Nečasova vláda pak přišla s šetřením. Prorůstová opatření přišla až někdy na konci působení

minulé vlády jako z nouze ctnost. Došlo k podvázání růstu. Recese trvající šest kvartálů je velmi špatný výsledek a řekne vám to i ČNB, která je velice konzervativní. Opatření fiskální politiky měla pro cyklický účinek, přispívala k poklesu ekonomiky. Tato vláda dala najevo, že jí nejsou prorůstová opatření cizí. Viděli jsme to například na postoji k obnovitelným zdrojům. To ještě v tom rozpočtu zakomponované není. Zákon už však zbývá jen schválit v Senátu. Vyžádá si to v rozpočtu nárůst výdajů o čtyři miliardy korun, dvě miliardy by měla vynést solární daň.

Takže bude deficit 112 miliard místo 110 miliard?

Nechci předbíhat. Ale bude se tam inkasovat až po prvním kvartále, takže to nebudou celé dvě miliardy, ale jedna. Tak abychom nestrašili sebe a jiné.

To je další položka, která ještě může navýšit deficit. Jsou ještě jiné?

Budeme se bavit o výdajích na vědu a výzkum. Jsme velice skeptičtí vůči navyšování plánovanému bývalou vládou ve výši 1,7 miliard. Myslím, že je legitimní říct, ano, tady je 1,7 miliard pro ty nejlepší. Jak ale poznáme, kde je výzkum neefektivní a můžeme naopak ušetřit?

Rezerva na navýšení deficitu je tedy třeba deset miliard? Pět?

Ne to je moc, ale netahejte to ze mě. Jsou to jednotky miliard.

Jaká bude nyní cesta návrhu rozpočtu?

Uvidíme, jak se věci budou vyvíjet. Jestli zákon o státním rozpočtu bude předkládat tato vláda nové sněmovně. Nebo jestli se bude mít věc tak, že bude návrh předkládat další vláda, která si ho osvojí, nebo upraví a přijde se svou verzí.¹²¹

¹²¹ Rozhovor s ministrem [online]. MF ČR [cit. 2014-01-06]. Dostupné z WWW: <http://www.mfcr.cz/>.

Příloha G – Schodek státního rozpočtu se meziročně snížil o více než 30 mld. Kč

Na meziročním růstu celkových příjmů o 38,4 mld. Kč se nejvíce podílely nedaňové a kapitálové příjmy a přijaté transfery, a to zejména příjmy z EU (o 32,9 mld. Kč), a z daňových příjmů také inkaso DPH (o 14,3 mld. Kč). Daňové příjmy bez pojistného na sociální zabezpečení meziročně vzrostly o 0,2 mld. Kč, tj. o 0,1 %.

Inkaso DPH ve výši 141,8 mld. Kč meziročně vzrostlo o 14,3 mld. Kč, tj. o 11,3 %. Na plánovaném růstu rozpočtu proti skutečnosti 2012 o 6,2 % se nejvíce podílí novela zákona o DPH, která zvýšila obě sazby daně z přidané hodnoty o jeden procentní bod na 15 a 21 procent. V samotném srpnu došlo k meziročnímu růstu inkasa DPH, které náleží státnímu rozpočtu, o 9,9 mld. Kč. Nepravidelný vývoj inkasa DPH z hlediska meziročního srovnání i v jiných měsících roku je částečně projevem legislativních změn platných od roku 2013, které vedly ke snížení počtu čtvrtletních plátců ve prospěch měsíčních, a tím pádem i ke změně vývoje inkasa DPH v jednotlivých měsících roku.

Inkaso spotřebních daní (vč. tzv. energetických daní a odvodu z elektřiny ze slunečního záření) dosáhlo 84,7 mld. Kč, což je o 4,9 mld. Kč, tj. o 5,5 %, méně než ve stejném období roku 2012. Na tom se podílelo zejména inkaso spotřební daně z minerálních olejů, které meziročně kleslo o 2,3 mld. Kč. Inkaso spotřební daně z tabákových výrobků meziročně pokleslo o 1,5 mld. Kč. Od 1. 1. 2013 došlo ke zvýšení sazeb daně u tabákových výrobků. Další změnou v oblasti spotřebních daní je pro rok 2013 snížení vrácení daně z minerálních olejů osobám užívajícím tyto oleje pro zemědělskou prvovýrobu, tzv. zelené nafty z 60 % na 40 %.

Inkaso daně z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti meziročně rostlo o 3,9 % a dosáhlo 54,2 mld. Kč. Důvodem je zejména zrušení základní slevy pro pracující důchodce a zavedení tzv. solidární přirážky ve výši 7 % z příjmů převyšujících čtyřnásobek průměrné mzdy. Inkaso daně z příjmů fyzických osob placené na základě přiznání zatím dosáhlo záporné hodnoty -1,6 mld. Kč (před rokem činilo -1,0 mld. Kč).

Záporné plnění souvisí s vratkami daně na základě daňových příznání podávaných z velké části do konce března, které proběhly tradičně v dubnu.¹²²

Inkaso daně z příjmů fyzických osob vybírané srážkou ve výši 5,9 mld. Kč představuje meziroční pokles o 0,7 mld. Kč. Na to má pravděpodobně vliv zejména pokles hrubého provozního přebytku snižující disponibilní zdroje k rozdělení, dále pak i pokles úrokové míry z vkladů u bank a možný nižší objem uzavřených dohod o provedení práce.

Inkaso daně z příjmů právnických osob dosáhlo za 8 měsíců roku 45,7 mld. Kč. To představovalo meziroční pokles o 8,0 mld. Kč, tj. o 14,9 %. U daně z příjmů právnických osob nebyly pro rok 2013 přijaty žádné významné legislativní změny.

Na meziroční srovnání inkasa DPH, DPPO a DPFO, které náleží státnímu rozpočtu, působí negativně změna v rozpočtovém určení daní. Ta od 1. 1. 2013 posiluje příjmy obcí zejména na úkor příjmů státního rozpočtu.

U majetkových daní, které zatím dosáhly 5,8 mld. Kč a meziročně klesly o 2,1 mld. Kč, již není na rozdíl od roku 2012 součástí inkasa darovací daň uvalená za bezúplatné nabytí povolenek na emise skleníkových plynů pro výrobu elektřiny. Na inkasu daně z převodu nemovitostí by se v roce 2013 mělo projevit zvýšení sazby daně o jeden procentní bod na 4 %.

U příjmů z pojistného na sociální zabezpečení, které zatím při meziročním poklesu o 0,5 % dosáhly 246,2 mld. Kč, rozpočet počítá s růstem o 1,7 % proti skutečnosti 2012. Do rozpočtu byl zapracován dopad zavedení 2. pilíře důchodového spoření platného od 1. 1. 2013, který je zatím marginální.

Na nedaňových a kapitálových příjmech a přijatých transferech ve výši 114,9 mld. Kč (meziroční růst o 39,4 mld. Kč) se nejvíce podílely příjmy z EU. Ty dosáhly 82,1 mld. Kč, a byly tak proti stejnému období roku 2012 vyšší o 32,9 mld. Kč. Příjmy z kreditních úroků operací řízení státního dluhu a likvidity státní pokladny realizované v kapitole Státní dluh dosáhly 6,1 mld. Kč.

Celkové výdaje v objemu 739,7 mld. Kč čerpané ke konci srpna 2013 byly o 7,6 mld. Kč nad úroveň stejného období roku 2012.¹²³

¹²² ŠRÁMEK O. *Schodek státního rozpočtu se meziročně snížil o více než 30 mld. Kč* [online]. MF ČR 2013-09-02 [cit. 2014-01-06]. Dostupné z WWW: <http://www.mfcr.cz/>.

Největší objem prostředků v rámci běžných výdajů je každoročně vynakládán na sociální dávky, především na důchody. Ve schváleném rozpočtu byly zapracovány ve výši 500,3 mld. Kč, což představuje 42,4 % všech rozpočtovaných výdajů a o 4,0 % více než skutečnost dosažená v roce 2012 (z toho meziroční rozpočtovaný růst důchodů činí 3,2 %). Proti rozpočtu 2012 jde o růst o 1,8 %. Za 8 měsíců roku bylo na sociálních dávkách vyčerpáno 317,5 mld. Kč při meziročním poklesu o 1,0 mld. Kč.

Neinvestiční transfery veřejným rozpočtům územní úrovně dosáhly 69,6 mld. Kč a meziročně byly vyšší o 2,1 mld. Kč. Na jejich výši se podílely zejména převody prostředků na přímé náklady škol zřizovaných obcemi a kraji ve výši 54,6 mld. Kč, což je o 0,6 mld. Kč více než v roce 2012. Šlo o čtyři zálohy regionálnímu školství na leden až srpen v celkové výši 51,6 mld. Kč (ve stejném období minulého roku vyplaceny také 4 zálohy ve výši 51,0 mld. Kč) a tři čtvrtletní zálohy soukromému školství ve výši 3,0 mld. Kč (stejně jako ve stejném období minulého roku).

Neinvestiční transfery fondům sociálního a zdravotního pojištění ve výši 39,4 mld. Kč vykázaly meziroční růst o 4,1 mld. Kč. Tento růst byl ovlivněn lednovou předsunutou platbou pojistného ve výši 4 mld. Kč (v listopadu a prosinci 2013 bude tato částka zúčtována, a to vždy ve výši 2 mld. Kč).

Hospodaření státního rozpočtu za leden až srpen 2013 skončilo schodkem ve výši 36,2 mld. Kč, což je proti stejnému období roku 2012 výsledek příznivější o 30,8 mld. Kč. Na tomto výsledku se pozitivně odráží meziročně vyšší inkaso celkových příjmů o 38,4 mld. Kč (z toho růst EU příjmů o 32,9 mld. Kč a inkasa DPH o 14,3 mld. Kč), zatímco čerpání výdajů z meziročního hlediska spíše stagnuje (růst o 1,0 %, tj. o 7,6 mld. Kč).

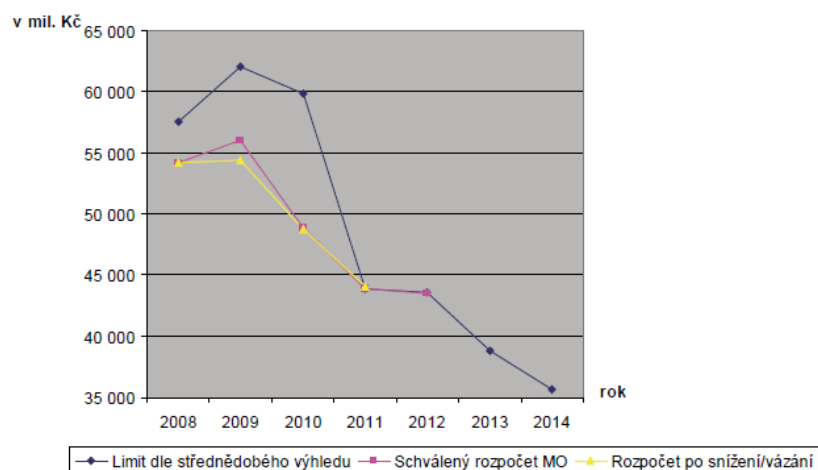
Hospodaření rozpočtu v samotném srpnu skončilo schodkem 8,7 mld. Kč (v srpnu 2012 to bylo 15,3 mld. Kč), když příjmy činily 73,6 mld. Kč (v srpnu 2012 to bylo 67,7 mld. Kč) a výdaje byly čerpány ve výši 82,3 mld. Kč (v srpnu 2012 to bylo 83,0 mld. Kč). Na meziroční růst příjmů v samotném srpnu o 5,9 mld. Kč působilo zejména inkaso DPH (růst o 9,9 mld. Kč).¹²⁴

¹²³ ŠRÁMEK O. *Schodek státního rozpočtu se meziročně snížil o více než 30 mld. Kč* [online]. MF ČR 2013-09-02 [cit. 2014-01-06]. Dostupné z WWW: <http://www.mfcr.cz/>.

¹²⁴ ŠRÁMEK O. *Schodek státního rozpočtu se meziročně snížil o více než 30 mld. Kč* [online]. MF ČR 2013-09-02 [cit. 2014-01-06]. Dostupné z WWW: <http://www.mfcr.cz/>.

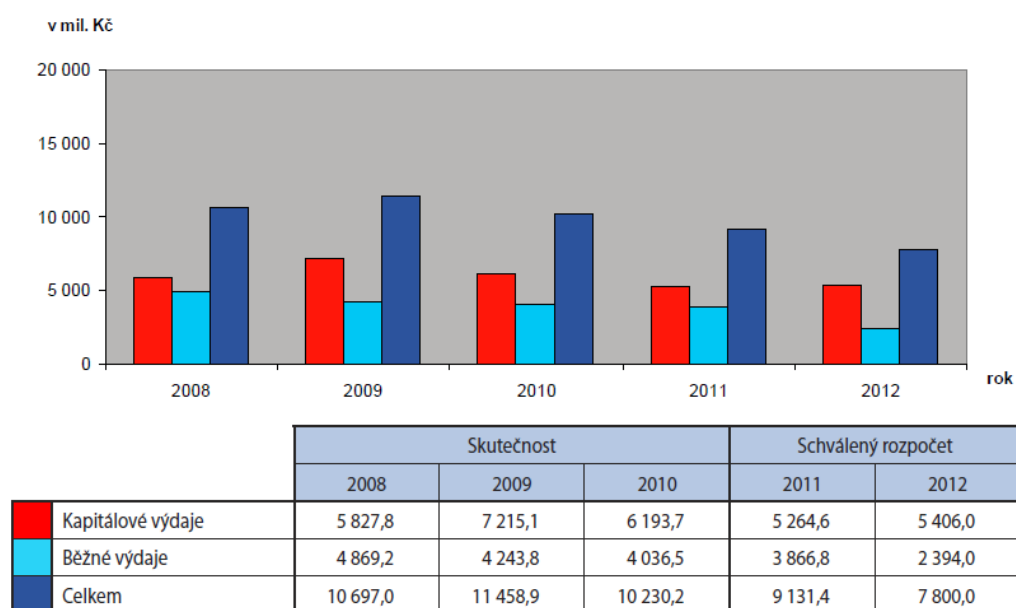
Příloha H – Grafy Ministerstva obrany k problematice schváleného SR

Obrázek 5: Vývoj státního rozpočtu kapitoly MO v letech 2008 až 2014



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Limit dle střednědobého výhledu	57 505	62 000	59 803	43 878	43 574	38 836	35 694
Schválený rozpočet MO	54 167	55 984	48 867	43 878	43 474		
Rozpočet po snížení/vázání	54 167	54 399	48 713	44 118			

Obrázek 6: Porovnání výdajů programového financování v letech 2008 až 2012

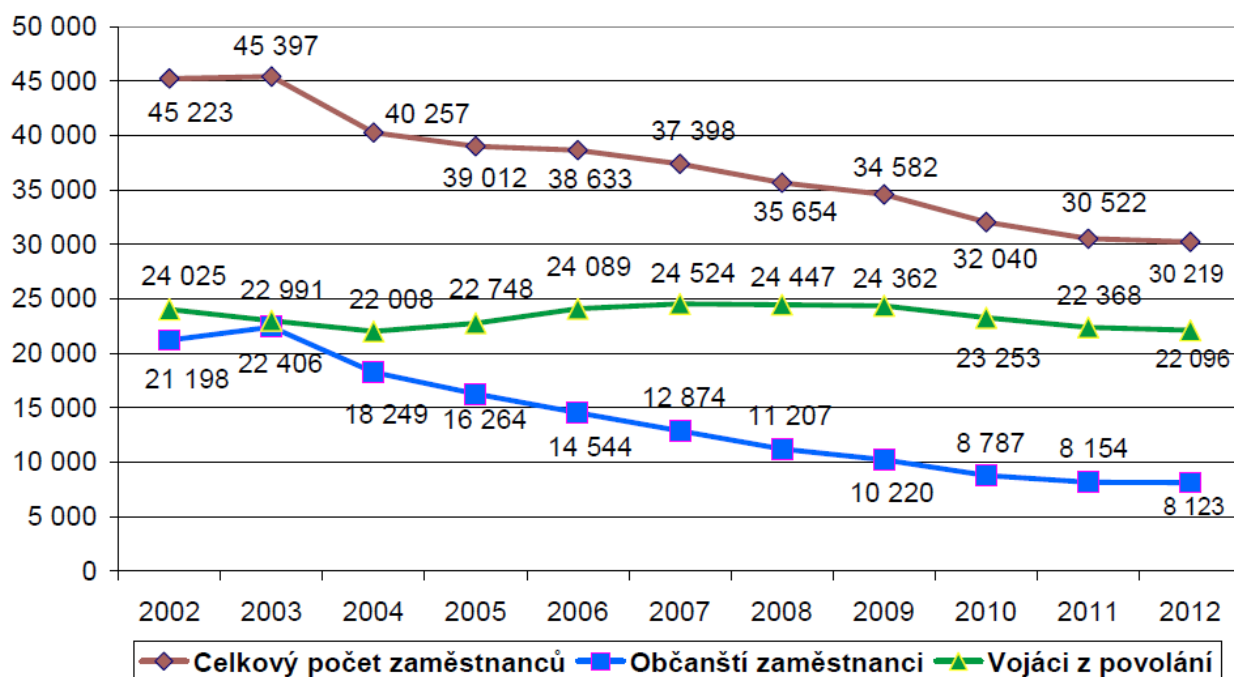


Zdroj: oba obrázky – Resortní rozpočet [online]. Ministerstvo obrany ČR [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/scripts/detail.php?id=5146>.

Příloha CH – Ukázka informací publikovaných Ministerstvem obrany k SZÚ

„Z níže uvedeného grafu prezentujícího vývoj počtů osob za poslední dekádu je v dlouhodobém horizontu zřejmý pokles počtů osob resortu Ministerstva obrany. V oblasti počtu zaměstnanců došlo mezi roky 2002 až 2012 k poklesu zaměstnanců o 15 004 osob, tj. o 33,18 %.“

Obrázek 7: Vývoj počtu zaměstnanců za roky 2002 až 2012



Zdroj: Závěrečné účty státního rozpočtu ČR kapitola 307 [online]. Ministerstvo obrany ČR, [cit. 2014-01-17]. Dostupné z WWW: <http://www.mocr.army.cz/ministr-a-ministerstvo/povinne-informace/zaverecne-ucty/zaverecne-ucty-statniho-rozpoctu-cr-kapitola-307---ministerstvo-obrany-cr-7996/>.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Martin Pejša

Obor: 7202T026 - Sociální a mediální komunikace (Mgr. SMK)

Forma studia: kombinované studium

Název práce: Public Relations ve státní správě z pohledu státního rozpočtu ČR

Rok: 2014

Počet stran textu bez příloh: 81

Celkový počet stran příloh: 18

Počet titulů českých použitých zdrojů: 28

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 2

Počet internetových zdrojů: 32

Počet ostatních zdrojů: 13

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Martin Nezval