

# **Analýza spokojnosti s komunikáciou v oblasti verejnej správy**

## **I.**

Peter Kamenec

Prešovská univerzita, Fakulta manažmentu

---

### **Abstrakt**

Komunikácia je rozhodujúcou súčasťou každého sociálneho, správneho alebo technického systému. Má taktiež opodstatnenie vo verejnej správe, ktorej efektívnosť je spravidla podmienená úrovňou komunikácie. Komunikácia by mala byť systematická, cieľavedomá, mala by mať strategické ciele a mala by plniť dôležitú úlohu nástroja kontroly - mala by byť manažovaná. Pojmy úroveň a efektívnosť komunikácie nesúvisia len s technickými zariadeniami a médiami, prostredníctvom ktorých subjekty vo verejnej správe komunikujú, ale je to tiež presný odraz kompetencie ľudí, ktorí vstupujú do systému verejnej správy - na jednej strane jeho predstavitelia a zamestnanci a občania na druhej strane.

---

**Kľúčové slová:** verejná správa, aktívny občan, partnerstvo, slovná komunikácia, formy a typy komunikácie, komunikačné preferencie občanov, sociologický výskum, návrh systémových opatrení, manažment komunikácie

### **Úvod**

Komunikácia je rozhodujúcou zložkou každého sociálneho, administratívneho alebo technického systému. Platí to aj pre verejnú správu, ktorej efektívnosť je v rozhodujúcej miere podmienená úrovňou komunikácie. Pojem vyspelosti a efektívnosti komunikácie sa

netýka len technických prostriedkov a médií, ktorými subjekty vo verejnej správe komunikujú, ale je aj bezprostredným zrkadlom kompetencie ľudí, vstupujúcich do systému verejnej správy – jej predstaviteľov a pracovníkov na jednej strane a občanov na druhej strane.

V odbornej diskusii je komunikácia vo verejnej správe jednou z najfrekvencovanejších tém súčasnej teórie verejnej správy, najmä aplikovaného výskumu. Mimoriadna pozornosť sa venuje informatizácii verejnej správy, pod čím sa rozumie široké uplatnenie modernej výpočtovej techniky, a to jednak v správe verejných vecí, ale aj v komunikácii verejnej správy s občanom. Projekty, zamerané na vybudovanie tzv. *e-government* („elektronickej vlády“, či „elektronického spravovania verejných záležitostí“) sa tešia veľkej pozornosti politikov doma i v zahraničí a opierajú sa jednak o špecializované inštitucionálne pracoviská, jednak o značné prostriedky rezervované v domácom rozpočte i štrukturálnych fondoch EÚ. Všeobecné problémy komunikácie a najmä otázky súčinnosti oboch metód komunikácie – „klasickej“ a „modernej“ (elektronickej) stoja mimo zorný uhol politiky, vedy i samotnej verejnej správy.

Pritom je viac ako isté, že vybavenosť domácností výpočtovou technikou na Slovensku je pomerne nízka a počet občanov, ktorí budú napr. podávať daňové priznania a poukazovať dane cez internet, bude predstavovať najmä na vidieku len menšinu. V týchto súvislostiach je nutné uviesť, že nie všetku agendu, ktorá si vyžaduje komunikáciu VS s občanom, je možné realizovať pomocou modernej výpočtovej techniky; je celý rad problémov, ktoré možno úspešnejšie riešiť iba v osobnom styku. Osobný styk predstaviteľa VS s občanom bude aj v čase vyspelého využitia výpočtovej techniky dôležitý nástroj budovania vzťahu, opierajúceho sa o vzájomnú dôveru.

V súčasnej spoločnosti pri zefektívňovaní jej riadenia treba brať do úvahy, keď sa do popredia dostáva moderná technika a nové metódy riadenia a správy spoločnosti pomocou automatizovaných systémov riadenia, skúmať aj otázky, súvisiace s klasickými formami komunikácie verejnej správy s občanom a tak prispieť k tomu, aby tento dôležitý prostriedok správy verejných vecí a budovania vzájomných vzťahov sa nedostal mimo náš zorný uhol, aby nedochádzalo k jeho degradácii a naopak, aby sa klasické komunikačné formy prispôbili novo vzniknutej situácii a jej nárokom a využili sa tak nové možnosti, ktoré poskytujú informačno-komunikačné technológie aj v tejto oblasti.

Maximálne využitie možností, ktoré poskytuje novovzniknutá situácia v oblasti prostriedkov, ale aj foriem komunikácie vo verejnej správe, bude realizovateľné len vtedy, ak si predstavitelia verejnej správy i občania budú vedomí významu vzájomného dorozumievania a porozumenia, a ak obe zložky tohto komunikačného reťazca budú na vzájomný styk pripravené. Úlohy späté s uvedenou činnosťou predpokladajú nielen teoretickú analýzu existujúceho stavu, ale aj praktickú prípravu v rámci všeobecného, ako aj špecializovaného vzdelania. Osobitnú oblasť tvorí potreba ďalšieho vzdelávania ako aj systematického zdokonaľovania komunikačných schopností zamestnancov verejnej správy úradníkov, predstaviteľov samosprávy. Súčasne je nutné pôsobiť aj na občanov, aby boli schopní vyjadriť svoje potreby a spoločné záujmy, pričom by sa aktívne zúčastňovali správy vecí verejných,

aby tak v konkrétnej realite naplnili svoje ľudské práva. Na základe uvedených skutočností boli stanovené v našej práci v teoretickej časti nasledovné hlavné ciele:

1. vymedziť manažment komunikácie, ako novú systematickú činnosť pracovníkov a funkcionárov verejnej správy,
2. analyzovať dizkuz o pojme manažmentu komunikácie a vymedziť obsah pojmu manažment komunikácie,
3. analyzovať a vymedziť jednotlivé oblasti manažmentu komunikácie, navrhnúť systematický postup zavádzania manažmentu komunikácie do praxe vo verejnej správe.

Hlavným cieľom empirickej štúdie bude zistenie charakteru komunikácie vo sfére verejnej správy. Miera spokojnosti bude sledovaná na štyroch úrovniach:

- Miera spokojnosti s informovanosťou o veciach zo života obce a regiónu;
- Miera účinnosti nástrojov komunikácie;
- Miera spokojnosti s využívaním vybraných foriem komunikácie;
- Komunikačné bariéry;

Prostredie a spôsoby komunikácie sa s vývojom spoločnosti menia. Nové technické možnosti, ich uplatnenie v bežnej praxi vytvárajú nové formy komunikácie verejnej správy a občana. V pravidelných intervaloch je potrebné realizovať analýzu účinnosti foriem komunikácie. Je pravdepodobné, že v budúcnosti na základe technického rozvoja sa bude potrebná analýza účinnosti zvyšovať a interval jej realizácie skracovať.

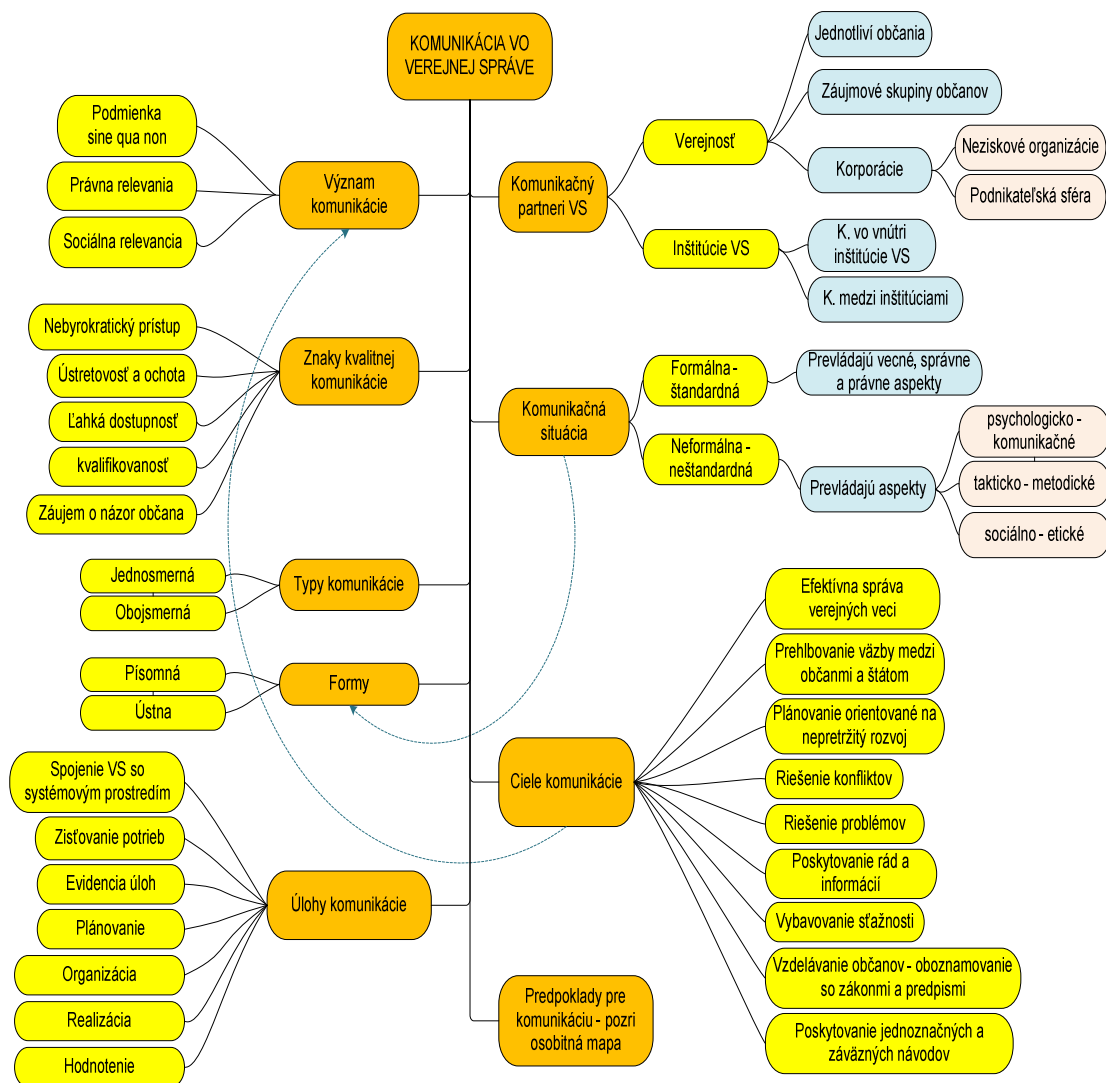
## **1. Formy a druhy komunikácie verejnej správy a občana**

Rozmanité komunikačné situácie, ako aj okolnosti, ktoré podmieňujú komunikáciu verejnej správy s občanom robia túto kapitolu tematicky veľmi obsažnou, preto uvádzame prezentáciu grafického prehľadu. Pokiaľ profesionálne funguje obojsmerná komunikácia medzi verejnou správou, samosprávou a občanmi, život v obci, meste nespôsobuje väčšie komplikácie. Občania získavajú žiadúce informácie o obci, meste, strategických plánoch a zámeroch rozvoja, môžu sa aktívne zapájať a spolupodieľať sa na rozhodovacích procesoch.

Na klasifikáciu komunikácie a komunikačných procesov v spoločnosti sa podľa Szarkovej (2001) obvykle používajú tieto kritériá:

(Prehľad komunikácie vo verejnej správe uvádzame na obrázku 1 ).

**Obr. 1 Mapa komunikácie vo verejnej správe**



Prameň: Vlastný zdroj

- či komunikácia prebieha zoči-voči (face to face), čo znamená, že komunikátor a komunikant vyjadrujú svoje myšlienky, pocity, názory a postoje v konkrétnej neopakovateľnej komunikačnej situácii, pričom používajú prirodzené médiá ako komunikačné druhy pre verbálnu a nonverbálnu komunikáciu,
- či komunikácia prebieha sprostredkované, teda pomocou technických komunikačných prostriedkov,
- či komunikácia a komunikačný proces prebiehajú v spoločnosti a využívajú celý systém komunikačných vzorcov, vyplývajúcich jednak zo spoločenských

a kultúrnych noriem a jednak z občianskej kultúry a vžitých komunikačných stereotypov,

**Obr. 2 Mapa druhov a foriem komunikácie vo verejnej správe**



Prameň: Vlastný zdroj

- či komunikácia obsahuje špecifické zložky marketingovej komunikácie (reklama, PR, promotion a pod.).

Pozoruhodné je Szarkovej konštatovanie, že tieto okolnosti sa podieľajú na „koncepcovaní občianskeho jednania, ktoré možno považovať za špecifickú formu komunikovania v systéme“ (Szarková, 2006). Teda občianske jednanie a komunikácia, ktorá je s týmto jed-

naním spojená, nie je nejakou vedľajšou odnožou komunikačných zručností jedinca, ale základným predpokladom identity občana, ktorá sa pretavuje do občianskeho správania. V súvislosti s komunikačným systémom zdá sa nám dôležité zdôrazniť kategóriu otvorenosti komunikácie, ktorú presadzuje Nárožný (2002, s. 36-37). Pri charakteristike základných foriem komunikácie s verejnosťou označil otvorenú komunikáciu s verejnosťou za podmienku transparentného výkonu samosprávnych funkcií, ktorá posilňuje dôveru občanov vo verejné inštitúcie. Odpoveď na otázku, čo sú charakteristické črty takejto otvorenej, obojsmernej komunikácie „radnice“ s obyvateľmi mesta, dáva pravidlo „siedmich K dobrej komunikácie“ (Beňuška, 2002, ). Sú to:

- a) kredibilita (dôveryhodnosť inštitúcie)
- b) kontext (rešpektovanie spoločenského prostredia)
- c) kontent (zmysluplnosť posolstva)
- d) klarita (zrozumiteľnosť podania)
- e) kontinuita (opakovanie posolstva s obmenami)
- f) kanály (rešpektované prijímateľmi)
- g) kapacita (zohľadnenie absorpčných schopností publika).

(Prehľad druhov a foriem komunikácie vo verejnej správe uvádzame na mape obr. 3 ).

*Reforma verejnej správy* mení nielen organizačno-technické podmienky komunikačných procesov v oblasti verejnej správy, ale predovšetkým prináša nové kategórie informácií, nové komunikované obsahy, ktoré sú navyše zložitejšie a neraz i politicky chúlостivejšie, než bola agenda verejnej správy pred reformou.

Reforma verejnej správy priniesla so sebou rozšírenie kompetencií samosprávy o také citlivé oblasti, ako je napr. školstvo, zdravotníctvo, regionálny rozvoj a ďalšie, ktoré majú priamy dopad na kvalitu života občana v mestách a obciach. Tento fakt významne ovplyvnil aj frekvenciu a spôsoby komunikácie reprezentantov samosprávy s verejnosťou a s médiami. Zvýšené požiadavky na objem a konkrétnosť poskytovaných informácií si vyžadujú nové formy komunikácie a posilnenie profesionálnych komunikačných zručností nielen primátorov a starostov, ale aj komunálnych poslancov a zamestnancov obecných/mestských úradov. Samotní predstavitelia samosprávy si postupne uvedomujú skutočnosť, že je nevyhnutné neustále podporovať kontinuálny proces komunikácie s občanmi svojej obce, aby zvyšovali úroveň ich participácie na spravovaní vecí verejných, a tak urobili transparentným celý systém hospodárenia a výkon služieb (Slimáková, 2002).

Realizácia zmien v praktickom živote prináša množstvo problémov. V. Nižňanský (1998) informoval o prieskume názorov obyvateľov na decentralizáciu verejnej správy (Obecné noviny, 1997, č. 27), ktorý v marci roku 1997 uskutočnila agentúra FOCUS na objednávku ZMOS. Podľa V. Nižňanského výsledky prieskumu poukázali najmä na nedostatočnú informovanosť obyvateľov o princípoch samosprávnosti, o ich zákonných možnostiach vstupovať do diania v obci, ako aj o spôsobe fungovania samosprávy v obci. Angažovanosť

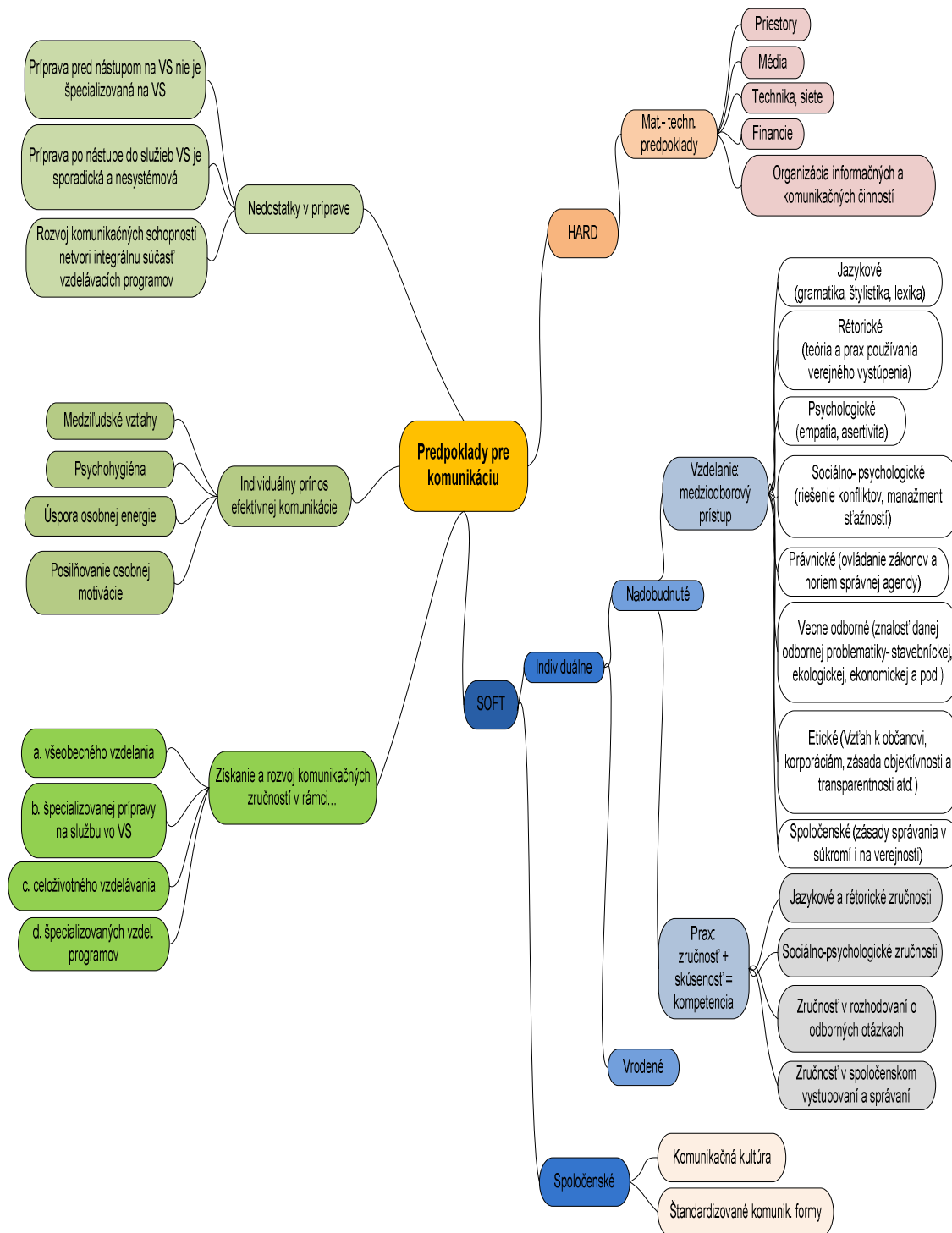
občanov vo veciach verejných sa zväčša končí voľbami a väčšina z nich nerozlišuje medzi fungovaním socialistických národných výborov a miestnou samosprávou. Rovnako sa opäť ukázala veľmi malá komunikácia medzi občanmi a nimi zvolenými zástupcami v miestnych zastupiteľstvách.

Výsledkom prieskumu bolo aj zistenie, že dôvera obyvateľov v orgány štátnej správy je vyššia ako dôvera v miestnu samosprávu. Uvedené závery sú samozrejme ovplyvnené tým, že prieskum sa vykonal v obciach do 3 000 obyvateľov, no napriek tomu v zásade možno konštatovať, že odráža mieru poznania občanov Slovenska svojich nových kompetencií. V týchto súvislostiach je zaujímavé zistenie, že občania síce volajú po kontrole činnosti samosprávy, ale sami sa v nej nechcú angažovať. Preferujú názor, že kontrolu má vykonávať niekto iný, ale s povinnosťou informovať občanov. Zaostávanie v rozvoji komunikácie na jednotlivých úrovniach verejnej správy dokumentujú priamo aj nepriamo výsledky štatistických prieskumov, ktoré opäť publikoval V. Nižňanský (2005, s. 388). Napr. v prieskume, ktorý uskutočnila agentúra FOCUS v júni 2005, sa ukázalo, že najväčšiu dôveru požívajú starostovia/primátori obcí a miest (58,9%), na rozdiel od predsedov samosprávnych krajov – županov, ktorým dôveruje len 23,3% občanov. Táto skutočnosť sa prejavila aj na rekordne nízkej voličskej účasti vo voľbách do samosprávnych krajov. Tieto prieskum zároveň poukázali na presun dôvery občanov z centrálnych orgánov štátnej správy (vláda, parlament) na miestne orgány.

Informovanosť, ktorá je produktom komunikácie, hrá dôležitú úlohu pri zabezpečovaní kontroly v samospráve. Podľa výskumov Americká agentúra pre medzinárodný rozvoj (USAID, 2001), ktoré uskutočnila na Slovensku seminár o lokálnej demokracii v rokoch 1997-2001, deficit informácií a informovanosti je doslovne „neuralgickým bodom“ (Nižňanský, 2005, s. 389). V tomto období bolo len 30 % takých občanov, ktorí mali o aktivitách a rozhodnutiach miestnych zastupiteľstiev dostatok informácií. Približne 40 % opýtaných sa cítilo byť nedostatočne informovanými a pomerne významná časť občanov (viac ako štvrtina) sa o samosprávne aktivity a rozhodnutia miestneho zastupiteľstva vôbec nezaujímal.

Výskum USAID ukázal, že informovanosť a aktivita občanov, prejavujúca sa ako participácia na samospráve, sú spojené nádoby: spomedzi tých, ktorí sa považujú za dostatočne informovaných, sa regrutuje aj najväčší podiel aktívnych občanov, t. j. takých, ktorí sa pokúsili riešiť nejaký lokálny problém (až 50 %). Vzťah medzi informovanosťou a zvýšenou aktivitou platí tiež naopak. Medzi tými, čo sa o lokálnu problematiku nezaujímajú, je nadpriemerne viac takých, čo sa nikdy nepokúšali o riešenie nejakého komunálneho problému

**Obr. 3 Mapa predpokladov pre komunikáciu vo verejnej správe**



Prameň: Vlastný zdroj



(33%), nezúčastnili sa na komunálnych voľbách v minulosti (41%) a svoju neúčast' deklarujú aj v budúcnosti (43 %) (*Citizens participation...*, 2001, s. 53).

Otázka informovanosti ako činiteľa kontroly sa stáva zvlášť naliehavou v súvislosti s nadchádzajúcou finančnou decentralizáciou. Problém financií a transparentnosť ich rozdeľovania je zvlášť citlivou otázkou, najmä vzhľadom na to, že stále viac sa prejavuje tzv. vnútorný systém dlh miest a obcí (zastaranosť a v dôsledku toho aj zvýšená poruchovosť infraštruktúry, ktorej sa predchádzajúci režim nevenoval s primeraným dôrazom a v rozsah, ktorý by zodpovedal miere opotrebovania). Podľa prieskumov FOCUSu z júna 2005 takmer dve tretiny opýtaných (65%) nepovažujú kontrolu hospodárenia miest a obcí s finančnými prostriedkami za dostatočnú. Zvlášť to platí o obciach do 2000 obyvateľov, kde je k dispozícii menej prostriedkov, no miera účasti občanov na samospráve je vyššia. Dôsledkom toho bola aj skutočnosť, že 87 % opýtaných súhlasilo s tým, aby hospodárenie samospráv kontrolovali štátne orgány, ako je Národný kontrolný úrad. Je isté, že komunikácia a dôvera sa navzájom podmieňujú: čím lepšia je komunikácia, tým vyššia je dôvera občanov k verejnej správe a vysoká dôvera je zase dôležitým predpokladom úspešnej komunikácie. Ako budovať dôveru občanov k samospráve? To je otázka, ktorú si kladú volení predstavitelia všade vo svete. Dôležitou podmienkou je interaktívna komunikácia, následná spolupráca a dôsledná informovanosť. Beňuška (2002) uvádza niekoľko príkladov takého správania: je to prehľadnosť finančných tokov, premyslenie dôsledkov jednotlivých rozhodnutí orgánov samosprávy, zverejňovanie rozpočtového hospodárenia s detailným vysvetlením všetkých položiek, jasné a transparentné nakladanie s mestským majetkom, o ktorom sú občania včas informovaní a majú možnosť sa k nemu vyjadrovať.

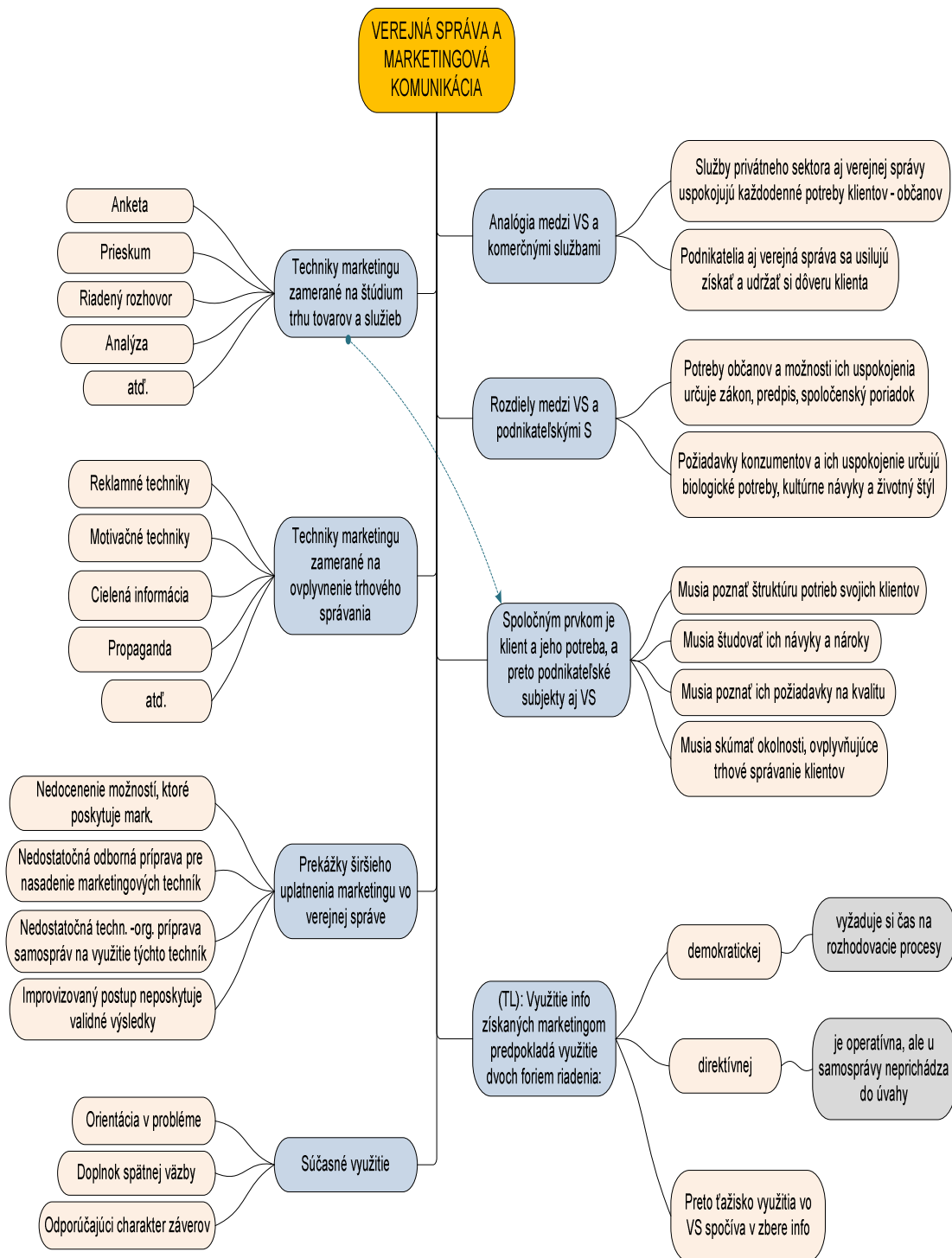
Vedenie obce, či mesta môžu dvojsmernou komunikáciou získať podporu pre svoje rozhodnutia, môžu si overiť vhodnosť a vykonateľnosť svojich rozhodnutí, pestovať svoj imidž. Ak vychádza komunikácia z konsenzuálne poňatých cieľov má kladný dopad na budovanie tak externej ako aj internej komunikačnej atmosféry. Pokiaľ dôjde k omylu, je treba urobiť vhodnú nápravu a priznať sa k nemu, zatajovanie, prekrúcanie faktov, neposkytovanie, alebo utajovanie informácií vedie k tvorbe bariér v komunikácii, nedôvere a strate reputácie.

(Predpoklady pre komunikáciu uvádzame na mape obr. 4 )

## **2. Marketingové aspekty komunikácie vo verejnej správe a samospráve**

Obce a mestá len pomaly prichádzajú na to, že sa ocitli v *trhovom prostredí*. Ľudské osídlenia predstavujú istý typ komplexu služieb, ktorý má nielen kultúrno-spoločenský a politický charakter, ale predstavuje závažný ekonomický faktor. Obce a mestá nesúťažia len o priazeň voličov orgánov samospráv a politických strán, ale aj o priazeň občanov,

**Obr. 4 Mapa verejnej správy a marketingovej komunikácie**



Prameň: Vlastný zdroj

investorov, podnikateľov, turistov, korporácií a obchodných zastupiteľstiev. Čím úspešnejšie budú obce a mestá v tejto súťaži, tým výhodnejšia bude sociálna a veková skladba obyvateľstva, tým väčší bude hospodársky potenciál mesta a teda aj prísun daní do obecných a mestských pokladníc, čo zase umožní obciam a mestám riešiť svoje problémy, zlepšiť kvalitu svojich služieb, dbať o ochranu pamiatok a prírody atď. Pri vstupe na trh, v ktorom sa mestá chcú presadiť, musia konať podobne ako podnikateľ, ktorý hľadá odberateľa svojho produktu. Musia poznať želania, predstavy a požiadavky svojej klientely, aby ich dokázali doplniť a cielene ponúknuť záujemcom. Mali by vytvárať vhodné podmienky pre život ľudí, pre prácu, odpočinok a spoločenské kontakty obyvateľov. Mesto, alebo obec je produktom života mnohých generácií a odzrkadľuje spoločenskú synergiu, vyváženosť, hospodárnosť, poriadok a pôvab, ktoré vytvárajú občania a nimi volená samospráva.

Podobne aj obec predstavuje sociálnu a kultúrnu entitu istého druhu, ktorej kvality sa nevyčerpávajú len hospodárskym potenciálom vidieckej populácie, ale aj schopnosťou rozvíjať životné prostredie a kvality prírody, obklopujúcej vidieckeho osídlenia.

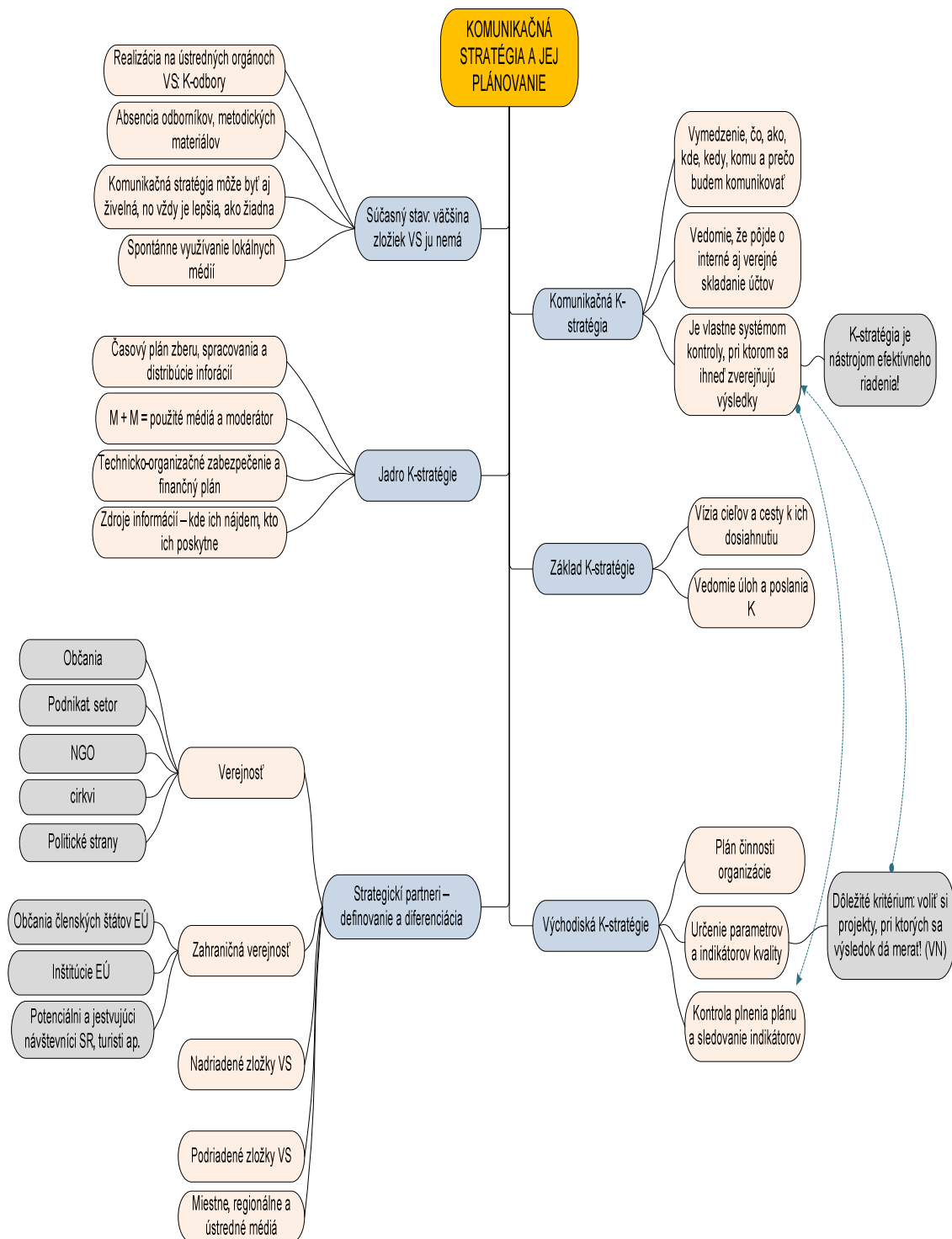
Preto je logické, ak samosprávy miest a obcí začínajú využívať marketing ako dôležitý pracovný nástroj. Princíp marketingovej stratégie mesta, či obce spočíva nielen v stimulovaní trhového prostredia v meste, či obci, ale aj v upevňovaní pozície mesta vo vonkajšom trhovom prostredí. V porovnaní s firemným marketingom však existuje významný rozdiel vo vonkajšom trhovom prostredí: kritériom nie je len finančný prínos alebo krátkodobé výhody, ale aj kvalita života v meste, či obci z hľadiska jeho dlhodobého rozvoja.

*Marketingová stratégia* samosprávy by mala podľa Beňušku (2002) obsahovať tieto taktické prvky:

1. vytvoriť podmienky na dosiahnutie súčinnosti, súdržnosti a spolupatričnosti obyvateľov,
2. vytvoriť podmienky na dosiahnutie vyváženosti:
  - medzi prírodnými prvkami (zeleň, voda) a zastavaným územím
  - medzi obytným a pracovným (podnikateľským) prostredím
  - medzi počtom trvalo prítomných obyvateľov a dočasne prítomných osôb
3. vytvoriť podmienky na dosiahnutie hospodárnosti v miestnej správe a prehľadnosti jej finančného hospodárenia,
4. vytvoriť podmienky na prijímanie takej miestnej legislatívy, ktorá je zrozumiteľná a jej dodržiavanie je možné kontrolovať,
5. vytvoriť podmienky na to, aby obyvatelia mali záujem na skrášlení prostredia, v ktorom žijú.

Je isté, že také rozmanité, rozsiahle a náročné úlohy v oblasti komunikácie samospráva nemôže plniť náhodne, ale musí sa opierať o jasne formulované ciele, zámery, premyslené a primerané formy a primeraný spôsob hodnotenia dosiahnutých výsledkov, t. j. vytvoriť si vlastnú komunikačnú stratégiu.

**Obr. 5 Mapa komunikačnej stratégie a jej plánovanie**



Prameň: Vlastný zdroj

Podľa Vajdu (2002) tvorba komunikačnej stratégie pozostáva z 5 etáp:

1. *Formulácia cieľov komunikácie s občanom.* Tieto ciele nemožno vytyčovať svojvoľne, ale mali sa formulovať na základe výskumu, zameraného na definíciu kľúčových cieľov.
2. *Definícia cieľových skupín, ich potrieb a postojov.* V každej vytvorenej skupine obyvateľov sa dá vypracovať demografický profil (vzdelanie, zamestnanie, vek, príjmová kategória), psychologický profil (napr. životný štýl) a správanie typického reprezentanta cieľovej skupiny (postoje, názory, hlavné záujmy, atď.). Príklad cieľových skupín v meste/obci: obyvatelia, osoby pracujúce v meste, majitelia prevádzok, environmentálne skupiny, mimovládne neziskové organizácie, vodiči, študenti a mládež, médiá, investori, urbanisti, architekti, pamiatkari, akademická obec atď.
3. *Komunikačná taktika:* výber prostriedkov, komunikačných metód a kanálov. Pre každú cieľovú skupinu sa určuje komunikačná taktika osobne. Komunikačná taktika obsahuje aj kľúčové posolstvo, hlavné argumenty, zdroje možnej krízy a ich riešenie a najmä konkrétne projekty a aktivity (napr. informačné stredisko, verejná diskusia, distribúcia informačných materiálov, rubrika v miestnych novinách alebo rozhlase, videofilm, súťaže a hry, kinoreklama).
4. *Časový plán realizácie:* harmonogram jednotlivých aktivít v konkrétnom čase. Komunikačná stratégia môže byť vytvorená na celé jedno volebné obdobie alebo môžu existovať vykonávacie komunikačné plány na 1 rok. Významnejšia aktivita, podujatie, proces môže mať vypracovanú samostatnú komunikačnú stratégiu s časovým plánom realizácie (napr. verejná prerokovanie významného územno-plánovacieho dokumentu).
5. *Spätná väzba a meranie efektívnosti.* Splnenie cieľov komunikačnej stratégie sa dá merať, napr. pomocou výskumov verejnej mienky, ankiet, dotazníkov alebo monitorovaním pozitívnych a negatívnych ohlasov v informačnom stredisku. Pravidelný monitoring médií (aj vo forme výstrižkovej služby) sa dá vyhodnotiť napr. prostredníctvom ekvivalentu inzertnej hodnoty všetkých uverejnení.

(Prehľad komunikačnej stratégie a plánovania uvádzame na mape obr. 6)

Je len málo orgánov štátnej správy a samosprávy, ktoré by mali prepracovanú komunikačnú stratégiu. Príčin je niekoľko:

- nedocenenie významu komunikácie,
- nedostatok teoretických vedomostí a praktických skúseností,
- nízky počet kvalifikovaných pracovníkov v oblasti public relations, marketingovej komunikácie a tlačových oddelení v orgánoch štátnej správy a samosprávy,
- nedostatok finančných prostriedkov na krytie nákladov spojených s marketingovou komunikáciou,

- neschopnosť využiť komunikáciu a komunikačnú stratégiu ako nástroj riadenia úradu alebo orgánu samosprávy.

Pri oboznamovaní sa s úrovňou príprav a využitia komunikačnej stratégie v štátnej správe a samospráve sme zaznamenali dva príkladné dokumenty komunikačnej stratégie (Gáfríková, 2004 a Christensen, 2005), ktoré svedčia o tom, že vo verejnej správe sa nachádzajú ohniská záujmu o povýšenie komunikácie na dôležitý strategický nástroj.

Komunikačný model verejnej správy a občana sa zdá byť veľmi priamočiary a prehľadný. Tento model sa významne skomplikuje, ak opustíme tradičné rozhranie *verejná správa – občan*, ktorý akoby zužoval problém len do miesta, kde dochádza k bezprostrednému kontaktu zástupcu verejnej správy s občanom.

Komunikačné procesy vo verejnej správe sú však omnoho komplexnejšie, než sa obvykle definujú. Po prvé, komunikácia vo verejnej správe neprebíha len vo vertikálnej rovine, ale hneď v niekoľkých vertikálnych aj horizontálnych rovinách. Popri základnej komunikácii orgán verejnej správy – občan sú tu komunikačné roviny medzi jednotlivými zložkami verejnej správy (partnerskými, ako aj nadriadenými a podriadenými zložkami) a medzi rôznymi záujmovými skupinami občanov, podnikateľov, školských a kultúrnych pracovníkov.

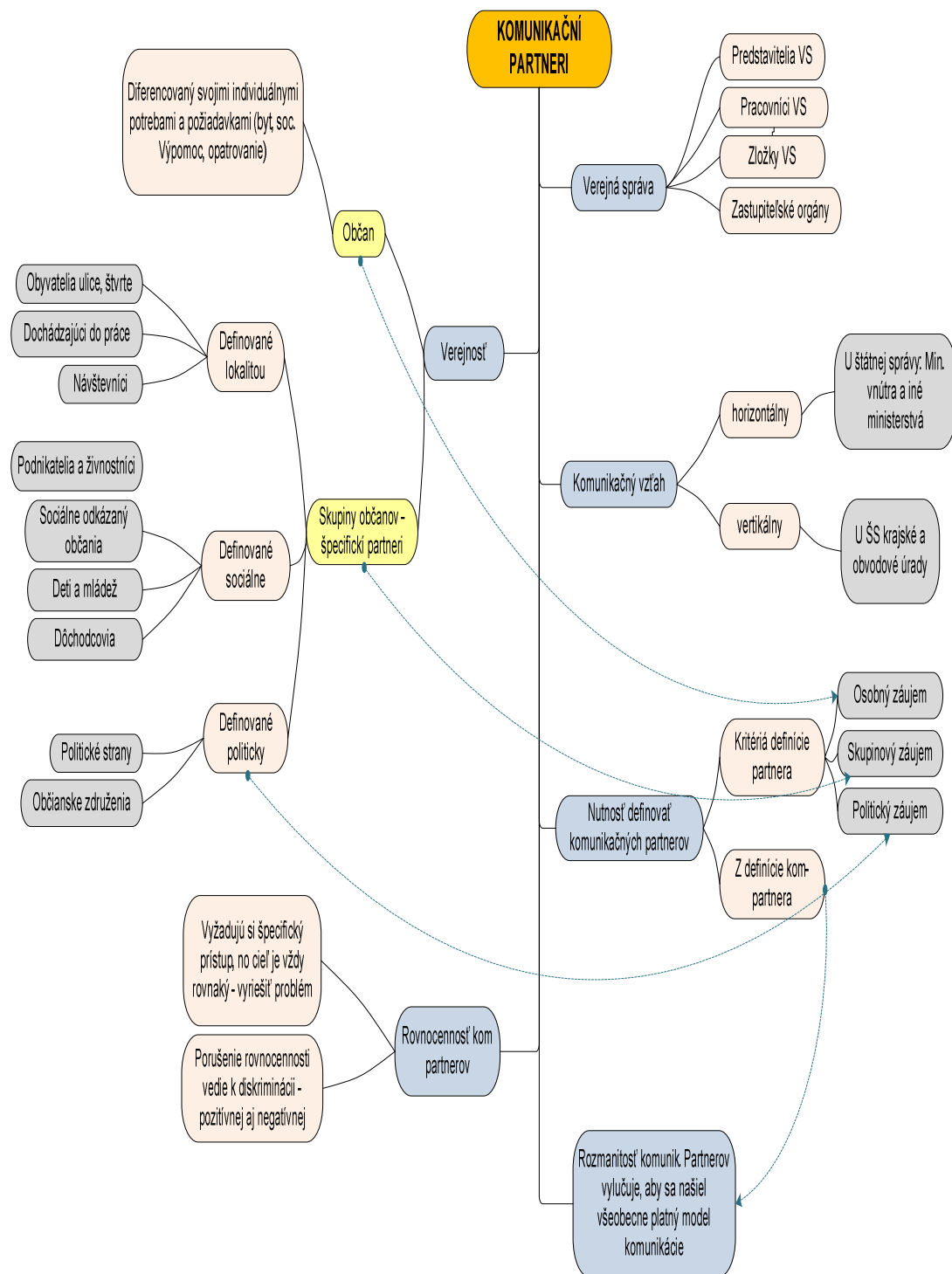
V štúdiách o problémoch komunikácie v oblasti verejnej správy môžeme pozorovať sústavné vyčleňovanie tejto problematiky mimo oblasť komunikácie verejnej správy a občana, ako keby problémy komunikácie vo verejnej správe boli definované len fyzickou prítomnosťou občana a/alebo zástupcu verejnej správy.

Verejná správa je služba občanovi. Vytváraním podmienok pre spokojný život jednotlivých občanov verejná správa v konečnom dôsledku buduje nielen domov, domovinu a vlasť jednotlivých občanov, ale všetkých občanov. Kritérium občianskych záujmov a záujmov občianskej spoločnosti je prítomné pri každom komunikačnom akte verejnej správy, bez ohľadu na jeho horizontálny alebo vertikálny smer a bez ohľadu na roviny, v ktorých prebieha. *Záujem občana*, a tým aj celej spoločnosti, je určujúci pre všetky správne a rozhodovacie akty verejnej správy a pokiaľ by tomu tak nebolo, verejná správa by sa ocitla v polohe sterilného mechanizmu, ktorý svoju energiu naprázdno vybíja v samoúčelných aktoch (písanie hlásení, správ a pod.) namiesto cieľavedomého budovania podmienok spoločenského života.

I keď tento vzťah verejnej správy a občana neraz nadobúda polohu konfliktu, napätia v dôsledku uplatňovania, či dokonca vymáhania práva, v konečnom dôsledku je to vždy *partnerský vzťah*: občanovi aj verejnej správe ide o usporiadaný, moderne organizovaný, sociálne spravodlivý štát, garantujúci podmienky slobodného rozvoja občana a jeho legálnych aktivít.

V rámci reformy verejnej správy boli identifikované ako prioritné úlohy zlepšovanie informačných služieb a komunikácie s občanmi, lepšie riadenie a využitie informačných a komunikačných technológií v správe na všetkých úrovniach, zvýšenie kvality, koordinácie a spoľahlivosti vlastných informačných systémov vo vnútri verejnej správy. I keď sme zdôraznili význam informácie a informovanosti pre kontrolu občana nad verejnou správou,

**Obr. 6 Mapa komunikačných partnerov vo verejnej správe**



Prameň: Vlastný zdroj

hlavným cieľom vyspelej komunikácie je *vyspelý štát vybudovaný v partnerskej spolupráci verejnej správy a občana.*

*Partnerstvo občan – verejná správa sa opiera o:*

- vzájomnú dôveru,
- schopnosť definovať ciele a parametre činnosti,
- schopnosť komunikácie vrátane kontrolných mechanizmov.

Zmysel tohto partnerstva spočíva v úsilí prekonať obmedzenia plynúce z vnútorných charakteristík a momentálnej situácie jednotlivých partnerov (Studík, 2004). Toto partnerstvo predstavuje taký silný prvok, že sa začína diskurz o novom type správnej kultúry.

Existujú rôzne formy partnerstva a úrovne participácie občanov a verejnej správy. I keď neexistuje paušálny model, ktorý by sa dal aplikovať na všetky situácie a problémy, predsa len právny poriadok by mal vytvárať priestor pre formovanie tohto partnerského vzťahu. Začína to prístupom verejnosti k informáciám a končí postavením verejnosti v správnom konaní. Právny poriadok participácii občanov nebráni, ale ju ani nepodporuje, resp. stanovuje len všeobecné požiadavky na zapojenie verejnosti do riešenia verejných záležitostí.

Tento proces začína kultivovaním dialógu a pokračuje včasným zapojením občanov do riešenia zásadných otázok. Spoločenská prax na Slovensku priniesla niekoľko záporných príkladov, k akým konfliktom dochádza, keď verejná správa alebo samospráva ich zavčas neinformuje o stavbe cesty, výkupe pozemkov a podobných projektoch. Pravda, na presadenie takejto partnerskej spolupráce nestačí zákon alebo dobrá vôľa, ale obe strany musia byť na ňu pripravené aj vedomosťami a zručnosťami. Na Slovensku zatiaľ nie sú známe modely takejto partnerskej spolupráce, ktoré by sa mohli stať príkladom pre ostatných.

Cenným podnetom k rozvoju úsilia v tomto smere bol workshop, ktorý sa konal v priestoroch parlamentu Českej republiky koncom r. 2004 aj za účasti slovenských hostí. Jednotlivé workshopy viedli holandskí experti, ktorí o. i. analyzovali príklad občianskej participácie na riešení mimoriadne zložitej dopravnej situácie v Groningene, ktoré je regionálnym centrom. Občania tu vypracovali 4 rôzne návrhy, ktoré predložili mestskej správe na výber. Zvolené riešenie uspokojilo všetkých, pretože príprava projektov viedla k hlbšej informovanosti občanov a k utváraniu názorového konsenzu (Pavlát, 2005).

Komunikácia verejnej správy s občanmi je podmienená osobnými, ako aj systémovými predpokladmi.

Osobná príprava pracovníkov verejnej správy na plnenie komunikačných úloh v oblasti verejnej správy sa skladá zo značného množstva predpokladov a zručností, ktoré v prehľade uvádzame na obrázku č. 3. Hlavná časť požiadaviek kladených na funkcionárov a pracovníkov VS sa vzťahuje aj na občana, ktorý musí ovládať komunikačné techniky (vrátane techniky aktívneho počúvania), ak chce dať svojim požiadavkám, návrhom a názorom primeranú formu a naliehavosť.

Druhou rovinou predpokladov sú systémové podmienky. V súčasnej spoločensko-politickej situácii na Slovensku nie všetky okolnosti prajú ľahkému a úspešnému využívaniu



komunikačných nástrojov pre splnenie deklarovaných cieľov reformy verejnej správy. Problémom podľa Vajdu (2002) naďalej zostáva:

- nízky záujem občanov o regionálnu a komunálnu politiku,
- nízky záujem médií o komunálnu politiku,
- absencia alebo nevedomosť o iných spôsoboch komunikácie s verejnosťou ako iba prostredníctvom médií,
- absencia komplexnej komunikačnej stratégie vo väčšine miest a obcí na Slovensku.

Podľa našich pozorovaní výskumom prečo komunikácia verejnej správy s občanmi nedosahuje požadovanú úroveň a výsledky, je niekoľko príčin a nespočítavajú len v nedostatočnej príprave komunikujúcich partnerov, ale majú širšie a hlbšie celospoločenské korene. Sú to:

- nízka komunikačná kultúra na Slovensku, ktorá sa vyznačuje nielen chybami v rečovom prejave, neschopnosti jasne formulovať, ale aj v absencii poznatkov o základných komunikačných vzorcoch (napr. ako viesť rozhovor), o spôsobe riešenia konfliktov, technike vyjednávania a pod.,
- značná agresivita v medziľudských vzťahoch ako aj vo vzťahoch občan – inštitúcia,
- veľké politické a sociálne napätia, ktoré deformujú komunikáciu a jej formy,
- nedodržiavanie princípov správneho konania a správania podľa zásad profesionálnej a občianskej etiky
- zanedbávanie komunikačnej prípravy pracovníkov verejnej správy i občanov,
- zanedbávanie právnej a občianskej výchovy občanov atď.

Riešenie problémov súvisiacich s komunikáciou musí akceptovať špecifiká externej a internej komunikácie. Pri externej komunikácii je vhodné aby sa komunikační partneri delili na konkrétnejšie podskupiny, ako podľa vekových kategórií (školo povinná mládež, stredoškó láci a vysokoškó lská mládež, pracujúci, mamičky na materských a rodičovských dovolenkách, seniori) tak aj podľa záujmov a sociálnych problémov (záujmové skupiny – chovatelia psov, športové kluby, kluby seniorov, ale aj podnikateľské komunity, turisti a návštevníci, ale aj špecifické sociálne skupiny napr. nezamestnaní, drogovó závislí, bezdomovci a pod.).

V súčasnosti v súvislosti s realizovaním rôznych rozvojových programov z fondov EÚ je dôležitá ako samostatná komunikačná skupina samosprávy *podnikateľská komunita*. Oddelenia ekonomického charakteru vo verejnej správe a samospráve by mali zvýšenú pozornosť venovať uvedenej komunite, spolupracovať s nimi na investičných a rozvojových projektoch (priemyselné parky, pomoc začínajúcim podnikateľom, zlepšovať služby v obci, či meste pre podnikateľov, odstraňovať bariéry v podnikateľskom prostredí a pod.)

Marketingový aspekt komunikácie sa najintenzívnejšie prejavuje vo vzťahu k návštevníkom obce, či mesta a turistom, je správne, ak mestá i niektoré veľké obce prevádzkujú informačné centrá s rôznymi službami (internet, ponuka informácií o ubytovacích a reštauračných službách, kultúrnych pamiatkach regiónu.

### 3. Poznatky a skúsenosti z predošlého výskumu

Výsledky teoretického a empirického skúmania, zamerané na zisťovanie kvality vzťahu štátu a občana, ukázali, že spokojnosť občana v danej oblasti je priamo spätá s úrovňou komunikácie predstaviteľov verejnej správy s občanom. Podľa tejto sondy ideálna forma spolupráce je partnerský vzťah, zväzok miestnej moci a občanov, zistili sme, že stav v danej oblasti nie je uspokojivý a nenachádza sa na požadovanej úrovni. Príčiny tohto stavu súvisia tak s nedostatkami v komunikácii občana a miestnych orgánov verejnej správy, ako aj s nedostatočnou komunikačnou vyspelosťou komunikujúcich partnerov, niekedy sú späté s neochotou, resp. nedostatočnou vôľou ku komunikácii zo strany predstaviteľov verejnej správy, domnievajúcich sa, že stretnutie s občanmi ich zdržiava od činnorodej práce. Ale to isté možno povedať o občanoch, ktorí považujú účasť na verejnom zhromaždení za zbytočné zdržiavanie, alebo ktorí považujú stretnutie primátora s občanmi, venované riešeniu nejakého problému za prejav úsilia zbaviť sa zodpovednosti za riešenie.

Riešenie problémov spojených s komunikáciou verejnej správy s občanmi je systémová úloha, ktorá predpokladá predovšetkým rozpoznanie významu a úlohy komunikácie pre realizáciu úloh miestneho rozvoja v partnerskom zväzku štátnych i volených funkcionárov a orgánov s občanmi.

V týchto súvislostiach je nevyhnutné uviesť, že aj experti pre oblasť verejnej správy, s ktorými sme robili interview, jednoznačne zdôraznili *význam komunikácie* pre to, aby verejná správa plnila svoje úlohy na úrovni aktuálnych požiadaviek a súčasných úloh. Naše analýzy názorov skupiny expertov, reprezentujúcich elitu verejnej správy na Slovensku v oblasti štátnej správy i samosprávy, a to nielen v oblasti teórie, centrálného riadenia, ale aj konkrétnej praxe, ukázali, že *konceptné a riadiace zložky si v plnej miere uvedomujú podmienenosť výsledkov realizácie úloh riadenia vo verejnej správe vyspelosťou komunikácie*.

Na názoroch expertnej skupiny nás zaujalo jej sústredenie sa na politické a praktické aspekty komunikácie a do istej miery malá pozornosť, ktorú venujú otázke *kvality informácií*. Je pravda, že parametre ako pravdivosť, otvorenosť, dostupnosť, aktuálnosť informácie, sú do značnej miery samozrejmosťou. Od verejného činiteľa a štátneho alebo samosprávneho orgánu sa automaticky predpokladá, že jeho verejné vyhlásenia budú spĺňať tieto kritériá, no ukazuje sa, že etické kvality, ktoré v konečnom dôsledku rozhodujú o uplatnení zákona, sú tou najnáročnejšou oblasťou – náročnou nielen na dodržiavanie, ale aj na kontrolu, výklad a disciplinárne alebo trestné postihy. Pritom práve prehrešky v tejto oblasti sú dôležitým nástrojom spochybňovania politického súpera, a teda aj boja o pozície a moc na miestnej úrovni.

Popri význame, ktorý experti prisudzovali komunikácii, boli by sme predpokladali väčší *dôraz na systémové opatrenia*, ktoré by zlepšili komunikačnú kompetenciu predstaviteľov a pracovníkov verejnej správy. Zo stanovísk expertov však jednoznačne vyznieva, že

komunikácia by mala byť *systematická, cieľavedomá, mala by mať strategické ciele a mala by plniť dôležitú úlohu nástroja kontroly – mala by byť manažovaná.*

Výsledky teoretického a empirického skúmania v teoretickej a empirickej rovine, ktoré boli zamerané na zisťovanie kvality vzťahu štátu a občana, ukázali, že spokojnosť občana v danej oblasti je priamo spätá s úrovňou komunikácie predstaviteľov verejnej správy s občanom. Ideálna forma spolupráce je partnerský vzťah, zväzok miestnej moci a občanov, vo výskume sme zistili, že stav v danej oblasti nie je uspokojivý a nenachádza sa na požadovanej úrovni. Príčiny tohto stavu súvisia ako s nedostatkami v komunikácii občana a miestnych orgánov verejnej správy, tak aj s nedostatočnou komunikačnou vyspelosťou komunikujúcich partnerov, niekedy sú späté s neochotou, resp. nedostatočnou vôľou ku komunikácii zo strany predstaviteľov verejnej správy, domnievajúcich sa, že stretnutie s občanmi ich zdržiava od činnorodej práce.

Z komunikačných foriem sú zrejme najdôležitejšími a najúčinnějšími *osobné komunikačné akty*, či už priame (verejné zhromaždenie), alebo sprostredkované (miestne médiá). S účinnosťou verejného zhromaždenia zrejme súvisí aj jeho zanedbávanie funkcionármi verejnej správy, takže je rad obcí, v ktorých sa verejné zhromaždenia nekonajú, pretože sa im starosta vyhýba.

V neprospech spôsobov riadenia vo verejnej správe vyznievajú aj konštatovania občanov, že pre mnohých funkcionárov a pracovníkov verejnej správy sú verejné zhromaždenia len formálnou záležitosťou alebo, že sa mnohí predstavitelia verejnej správy správajú na týchto zhromaždeniach povýšenecky. Riešenie problémov komunikácie bude predpokladať popri základných systémových riešeniach aj vypracovanie modelových programov, ktoré by funkcionárom verejnej správy umožnili organizovať účinné a obojstranne prospešné verejné zhromaždenia a akcie, v ktorých dochádza ku komunikácii občana s verejnou správou.

Rozvoj miestnych médií – regionálnych televízií a tlače by mal prihliadať tiež na potreby verejnej správy a mal by reflektovať ich význam pre komunikáciu občanov s verejnou správou.

Z odpovedí respondentov sme usúdili, že očakávajú od *informatizácie verejnej správy* zásadnú zmenu komunikácie, jej skvalitnenie, urýchlenie, zlepšenie dostupnosti. Ak sa aj pre rozvoj informatizácie vo verejnej správe použili značné prostriedky, vykonal sa na centrálnej úrovni rad nákladných opatrení, výsledky nášho štúdia nasvedčujú tomu, že len málo občanov používa v komunikácii internet, získava dôležité informácie o činnosti verejnej správy prostredníctvom internetu. Z uvedených zistení vyplynulo, že je potrebné na centrálnej úrovni vytvárať predpoklady a podporiť pripojenie internetu v domácnostiach SR.

Pre zlepšenie komunikácie verejnej správy s občanom je možné realizovať celý rad systémových opatrení, ktoré tvoria základ novo vznikajúceho pojmu a činnosti – manažment komunikácie. Na základe nášho skúmania možno formulovať nasledujúce závery.

Je potrebné:

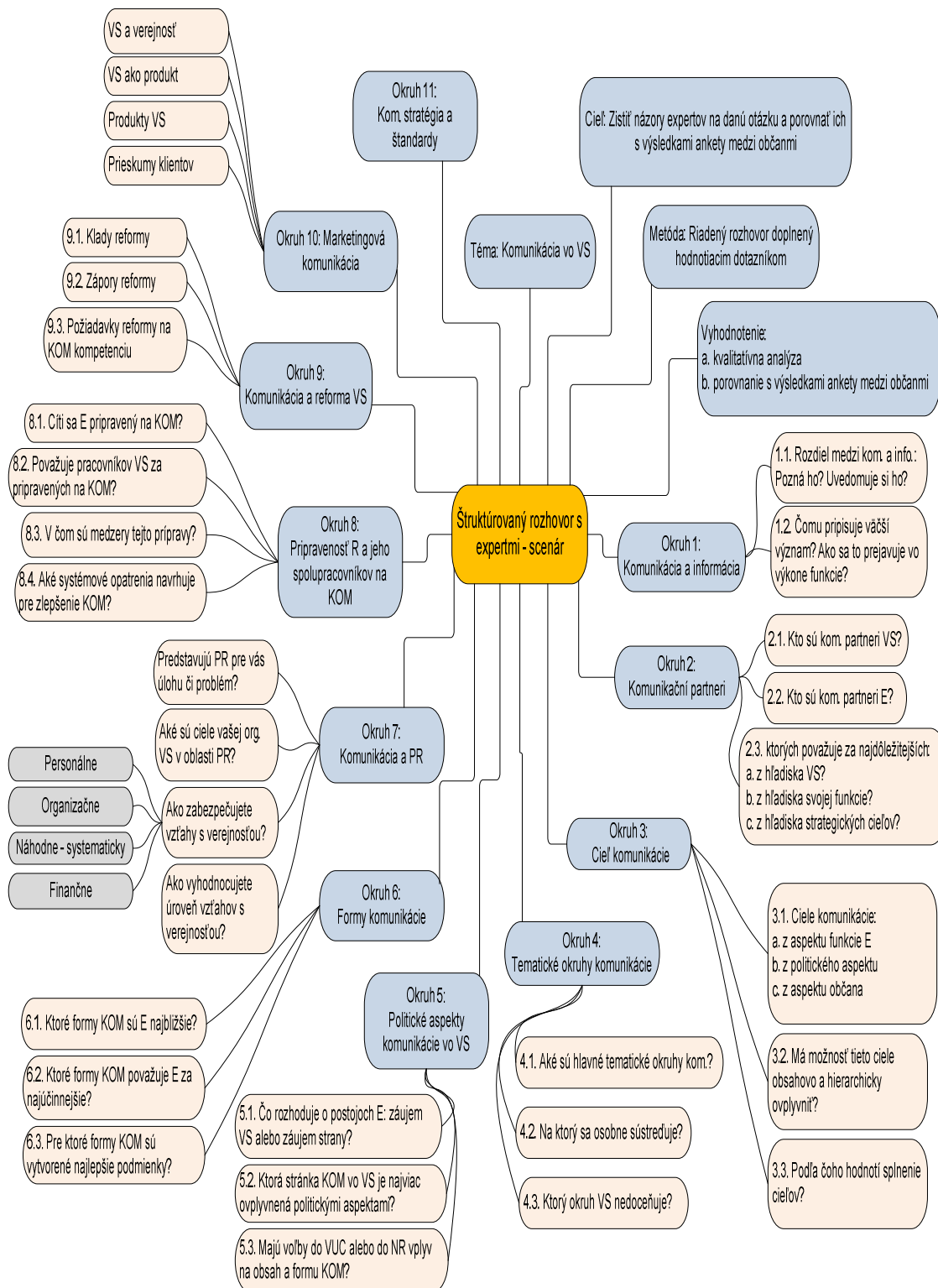
- vytvoriť *školiace pracoviská* pre zvyšovanie komunikačnej

spôsobilosti pracovníkov verejnej správy; zabezpečiť aby každý pracovník absolvoval školenie a certifikovanú skúšku základov správnej komunikácie, ako aj foriem komunikácie vhodných pre prácu vo verejnej správe; osobitnú pozornosť venovať zaškoleniu v *riešení konfliktových situácií*, v komunikácii so sťažovateľom, vo vybavovaní sťažnosti a pod.;

- osobitne *vyškoliť hovorcov* orgánov verejnej správy;
- poskytnúť pracovníkom, ktorí majú na starosti styk s verejnosťou, návody, ako vypracovať *komunikačný plán konkrétnej akcie*, komunikačný plán na určité obdobie a komunikačnú stratégiu danej zložky verejnej správy;
- priblížiť funkcionárom a zainteresovaným pracovníkom *význam marketingovej komunikácie*, možnosti využitia metód marketingu v činnosti verejnej správy, ako aj význam rôznych komunikačných aktov pre *vzťahy s verejnosťou* (Public relation);
- naučiť predstaviteľov a zainteresovaných pracovníkov verejnej správy, ako *spolupracovať s médiami*, ako prehľbovať vzťahy médií a predstaviteľov verejnej správy pre zlepšenie vzťahov VS a občanov;
- vypracovať *metodické listy* týkajúce sa konkrétnych komunikačných situácií a ich kvalifikovaného zvládnutia od organizácie až po realizáciu;
- vypracovať *príručku modelových prejavov*, ktoré by s určitými zmenami mohli predstavitelia verejnej správy prednášať pri rôznych občianskych udalostiach, príležitostiach a v rôznych situáciách;
- urobiť úroveň komunikačnej kompetencie *kritériom pri prijímaní a hodnotení pracovníkov*;
- zaviesť opatrenia, aby sa komunikačné siete a akty verejnej správy nezneužívali na politickú propagandu, najmä v čase pred voľbami;
- dať výsledkom, získaným na úseku komunikácie, postavenie dôležitého *kritéria pre posúdenie schopností pracovníka pre výkon danej funkcie, ako aj pre stanovenie platu a odmien*.

Uvedené tvrdenia sú charakteristikou toho, čo by malo byť obsahom pojmu manažment komunikácie vo verejnej správe, dospeli sme k nim na základe nášho doterajšieho skúmania v rámci rigorózneho práce.

**Obr. 7 Mapa štruktúrovaného rozhovoru s expertmi - scenár**



Prameň: Vlastný zdroj

V našom výskume sme využili kvantitatívny výskum<sup>1</sup>, vytvorili sme výskumný nástroj dotazník, ktorý sme korigovali na základe výsledkov predvýskumu. V ďalšom kroku získané dáta sme analyzovali štatistickými metódami s cieľom ich popisovať, prípadne overovať pravdivosť našich predstáv o vzťahu sledovaných premenných.

Cieľom našej výskumnej práce bolo hodnotenie komunikácie vo verejnej správe z pohľadu radových občanov niektorých obcí a miest. Toto tvorilo základ pre použitie kvantitatívnej analýzy<sup>2</sup>, ktorá bola použitá na zisťovanie foriem komunikácie, ktoré sú v činnosti verejnej správy početne najviac zastúpené. Aby sme mali spoľahlivé kritérium pre posúdenie výsledkov kvantitatívneho skúmania<sup>3</sup>, zostavili sme pomerne početnú skupinu expertov, ktorej názory nám pomohli popri formulovaní pracovných hypotéz predovšetkým definovať základ pre hodnotenie výsledkov ankety. Z rozhovorov s expertmi sme sa dozvedeli, ktoré ciele a úlohy komunikácie považujú za najdôležitejšie.

*Interview s expertmi* sme v empirickej sonde použili predovšetkým na získanie špecifického a koncentrovaného poznania vybratých osôb o presne vymedzenej téme. Téma sa rozvinula na plán, ktorý mal napomáhať štruktúrovaniu rozhovoru do zmysluplných a interpretovateľných celkov. Tento plán bol riadiacim nástrojom nášho rozhovoru, takže ho oprávnené môžeme nazvať riadený rozhovor. (*Scenár štruktúrovaného rozhovoru s expertmi uvádzame na mape obr. 7*).

Pod *expertmi* rozumieme vecne zorientované osobnosti, ktoré ako aktéri v skúmanej oblasti výkonu verejnej správy disponujú špecifickými poznatkami a skúsenosťami, dôležitými pre pochopenie postojov a správania ďalších aktérov. Väčšinou to boli reprezentanti štátnych organizácií alebo inštitúcií, ktorí navyše disponovali poznatkami o ich vnútornej organizácii.

Pri výbere expertov sme sa riadili podľa :

- výberu organizácií,
- postavenia, reputácie a vážnosti relevantných aktérov, resp. osôb,

---

<sup>1</sup> Vzorom kvantitatívneho prístupu k výskumu v sociálnych vedách sú metódy prírodných vied. Kvantitatívny výskum využíva náhodné výbery, experimenty a silne štruktúrovaný zber dát pomocou testov a dotazníkov, alebo pozorovaní. Požaduje sa, aby meranie bolo validné a reliabilné.

*Obsahová analýza*, bola hlavnou metódou kvalitatívnej analýzy, ktorú sme využili v práci. Je možné uviesť, že jej vznik je reakciou na veľmi povrchnú kvantitatívnu analýzu, ktorá nebrala do úvahy latentný obsah a kontext, keď pracovala so zjednodušujúcou a deformujúcou kvantifikáciou študovaných javov. Jej korene možno sledovať až do 70. rokov minulého storočia, keď etnológovia začali hľadať nové metódy, ako objektívne interpretovať početné výpovede pamätníkov udalostí, nositeľov zvykov a pod. (Bahrtdt, 1975)

<sup>2</sup> Kvantitatívne analýzy sa robia obvykle na základe výskumnikom definovanej sústavy pracovných hypotéz. I keď sa výskumník pri formulovaní hypotéz opiera o štúdium prameňov a z nich čerpá základný poznatkový fond pre svoju hypotetickú výpoveď o sociálnej skutočnosti, predsa len sú tieto sústavy značne subjektívne.

<sup>3</sup> Kvalitatívne štúdie sa vyznačujú osobitným plánom skúmania, ktorý je zameraný na získanie a vyhodnotenie informácií zo skúmaného výskumného objektu, resp. objektov. Cieľom týchto štúdií je podchytenie *subjektívnych odhadov a hodnotení, významových vzorcov a zameranosti konania s ohľadom na špecifickú situáciu a spoločenský či kultúrny kontext*. Veľmi dôležité je zistenie špecificky osobných predstáv, ktoré sa v kvantitatívnych skupinových štúdiách spravidla „utopia“ v balaste spriemerovaných hodnôt. Pomerne časté je využívanie štúdií zapodievajúcich sa ojedinelým prípadom alebo malou skupinou na korigovanie kvantitatívno-štatistických analýz. Vtedy hovoríme o *exploratívnom* poznávacom ciele na rozdiel od *kontrolného* poznávacieho cieľa, ktorý sa sleduje pri porovnaní výskumných hypotéz s výsledkami analýz prípadových štúdií. (Silverman, 2005).

– ich rozhodovacieho vplyvu. <sup>4</sup>

Pri príprave plánu sme dbali na jasnú štruktúru a logické usporiadanie, t. j. taký poriadok, ktorý respondent dokázal bezprostredne pochopiť. Otázky boli jasne formulované a týkali sa informácii, ktoré sa bezprostredne viažu na špecifické poznanie experta.

*Pri spracovaní dát, získaných rozhovorom, sme si kládli za cieľ vyhnúť sa svojvoľnej interpretácii rozhovoru. Mali sme pripravený systematický postup, ktorý najlepšie priblížil jadro informácie poskytnutej expertom. Jeho vyhodnotenie dát malo:*

- a. konceptnú *plánovitosť* (pridržiavanie sa cieľa projektu),
- b. *platnosť*, overenú konsenzom vo výskumnej skupine,
- c. *zovšeobecniteľnosť*, teda kvalitu, ktorá umožňuje zovšeobecnenie získanej informácie (tu pomôžu analógie a porovnateľné prípady),
- d. *overiteľnosť* porovnaním s názormi odbornej literatúry a ďalších expertov (vecná a odborná validita).

Pri skúmaní názorov občanov sme využili možnosti, ktoré poskytuje anketa. Zber údajov pomocou ankety sa konal v dňoch 27.09.2005 až 5.10.2005 v mestách a obciach okresu *Vranov nad Topľou*. V okrese Vranov nad Topľou majú štatút mesta – okrem sídla okresu – ešte *Hanušovce nad Topľou*. V okrese je 68 obcí, z nich sme dotazník distribuovali v 23, teda približne v 1/3 obcí. V súbore boli zastúpení respondenti z týchto obcí: *Banské, Čaklov, Čičava, Davidov, Dlhé Klčovo, Hencovce, Hlinné, Holčíkovce, Jusková Voľa, Komárany, Kučín, Kvakovce, Majerovce, Merník, Michalok, Ondavské Matiašovce, Sačurov, Sečovská Polianka, Skrabské, Slovenská Kajňa, Sol', Továrne, Zámutov*.

Podľa empirických zistení skupina expertov jednoznačne zdôraznila význam otvorenej komunikácie predstaviteľov verejnej správy s občanmi, ako nevyhnutnú podmienku úspešného plnenia aktuálnych úloh. Na základe podrobnej obsahovej analýzy názorov skupiny expertov, reprezentujúcich elitu verejnej správy v SR v oblasti štátnej správy a regionálnej samosprávy je možné skonštatovať, že *konceptné a riadiace zložky vo verejnej správe si v plnej miere uvedomujú podmienenosť výsledkov riadiacej činnosti a jej konzekvencií vyspelosťou komunikácie*.

Expertná skupina sa zhodla v tom, že väčšina opýtaných akcentovala politické a praktické aspekty komunikácie, avšak už menšia pozornosť bola venovaná *kvalite informácií*. V týchto súvislostiach je potrebné uviesť, že pravdivosť, otvorenosť, dostupnosť, aktuálnosť informácií sa pokladá za štandard. Od verejného činiteľa, štátneho, alebo samosprávneho orgánu sa predpokladá, že jeho verejné vyhlásenia budú spĺňať tieto kritériá, avšak z praxe je zrejmé, že nie menej sú dôležité etické kvality, ktoré v konečnom dôsledku rozhodujú o uplatnení zákona, sú tou najnáročnejšou oblasťou – náročnou nielen na dodržiavanie, ale aj na kontrolu, výklad a disciplinárne alebo trestné postihy. Prehrešky

---

<sup>4</sup> Pri skúmaní problémov vymedzenej oblasti sa často prizývajú osobnosti z manažmentu, vedúci riadiaci pracovníci alebo členovia ústredných štábov. Prizvanie *rôznych* expertov z rovnakej organizácie alebo oblasti má tú výhodu, že prináša alternatívne vnemy, pohľady, diferencovanú optiku, ktorá lepšie pomôže odhaliť jemné, ale dôležité súvislosti. Takáto voľba sa v nemeckej odbornej literatúre označuje ako *prístup z viacerých perspektív (Mehr-Perspektiven-Ansatz)*.

v tejto oblasti sú dôležitým nástrojom spochybňovania politického súpera, a teda aj boja o pozície na miestnej úrovni.

Zo stanovísk expertov jednoznačne vyznieva, že komunikácia by mala byť *systematická, cieľavedomá, obojstranná, mala by kreovať strategické ciele a mala by plniť dôležitú úlohu nástroja sociálnej kontroly.*

Z komunikačných foriem podľa názoru občanov sú najdôležitejšie a najúčinnnejšie *osobné komunikačné akty*, priame (verejné zhromaždenie), alebo sprostredkované (miestne noviny, médiá a pod.) Avšak musíme konštatovať, že z výskumu vyplynulo, že existuje celý rad obcí, kde tento inštitút je aplikovaný zriedkavo, alebo nikdy, verejné zhromaždenia sa nekonajú, lebo sa im starosta radšej vyhne. V neprospech predstaviteľov verejnej správy vyznievajú aj konštatovania občanov, že pre mnohých funkcionárov je verejné zhromaždenie len formálnou záležitosťou, pričom mnohí z nich sa k občanom správajú povýšenecky. Riešenie problémov komunikácie bude predpokladať aj vypracovanie modelových programov, ktoré by funkcionárom verejnej správy umožnili organizovať účinné a obojstranne prospešné verejné zhromaždenia a akcie, v ktorých dochádza k otvorenej komunikácii občana s predstaviteľmi verejnej správy. Veľký význam má konštituovanie a rozvoj miestnych médií - regionálneho rozhlasu, tlače a televízie, ktoré by mali reagovať na požiadavky a potreby verejnej správy v danej lokalite a reflektovať ich význam pre komunikáciu občanov s verejnou správou ako určitú formu realizácie naplňania ľudských a občianskych práv, ktorých súčasťou je právo na informácie.

#### **4. Ciele výskumu, výskumné problémy a výskumné hypotézy**

##### **Hlavný cieľ:**

Zistiť charakter komunikácie vo sfére verejnej správy.

##### **Čiastkové ciele:**

1. Zistiť mieru informovanosti občanov o veciach zo života obce a regiónu.
2. Zistiť hodnotenie miery účinnosti nástrojov komunikácie vo verejnej správe.
3. Zistiť mieru spokojnosti občanov s vybranými formami komunikácie vo verejnej správe.
4. Zistiť charakter komunikačných bariér vo verejnej správe.

##### **Hlavný problém:**

Aký je charakter komunikácie vo sfére verejnej správy z pohľadu občanov?



### **Čiastkové problémy:**

1. Aká je miera informovanosti občanov o veciach zo života obce a regiónu?
2. Aké je hodnotenie miery účinnosti nástrojov komunikácie vo verejnej správe?
3. Aká je miera spokojnosti občanov s vybranými formami komunikácie vo verejnej správe?
4. Aký je charakter komunikačných bariér vo verejnej správe?

### **Hlavný hypotéza:**

Predpokladáme, že existujú diferencie v charaktere komunikácie vo verejnej správe z pohľadu občanov s ohľadom na sociálno – demografické charakteristiky.

### **Čiastkové hypotézy:**

1. Predpokladáme, že existujú diferencie v miere informovanosti občanov s ohľadom na sociálno – demografické charakteristiky o veciach zo života obce a regiónu.
2. Predpokladáme, že existujú diferencie hodnotenia miery s ohľadom na sociálno – demografické charakteristiky účinnosti nástrojov komunikácie vo verejnej správe.
3. Predpokladáme, že existujú diferencie miery spokojnosti občanov s ohľadom na sociálno – demografické charakteristiky s vybranými formami komunikácie vo verejnej správe.
4. Predpokladáme, že existujú diferencie charakteru komunikačných bariér s ohľadom na sociálno – demografické charakteristiky vo verejnej správe.

## **5. Metóda výskumu a spôsob spracovania údajov**

Výskumnú metodiku MKO-1 sme zostavili s ohľadom na stanovené ciele výskumu so zámerom zistiť charakter komunikácie vo sfére verejnej správy.

V štruktúrovanom dotazníku sme skúmali charakter komunikácie na štyroch úrovniach - *indikátory charakteru komunikácie vo verejnej správe:*

- *miera spokojnosti s informovanosťou o veciach zo života obce a regiónu;*
- *miera účinnosti nástrojov komunikácie;*
- *miera spokojnosti s využívaním vybraných foriem komunikácie;*
- *komunikačné bariéry.*

Úlohou respondentov bolo prostredníctvom 7-bodovej testovacej škály (1 = rozhodne áno, 7 = rozhodne nie) indikovať mieru svojej spokojnosti s vymedzenými položkami za predpokladu, že miera ich spokojnosti rastie k najnižšiemu možnému skóre (1).

Dáta, ktoré sme výskumom získali boli spracované v programe STATISTICA 5.5 prostredníctvom metód deskriptívnej štatistiky, testov reliability, jednoduchej analýzy rozptylu – ONEWAY a multidimenzionálnej analýzy rozptylu – MANOVA (opakované meranie).

Podľa výsledkov testov reliability sú hodnoty Cronbachovej alfy (tab. 1) pre súbory položiek na jednotlivých úrovniach vysoko konzistentné a použitie výsledkov pre ďalšie štatistické testovanie je korektné. Cronbachova alfa sa pohybuje v rozpätí od 0,82 do 0,90.

**Tab. 1 Hodnoty Crombachovej alfy**

INDIKÁTORY MIERY SPOKOJNOSTI		ALFA
<b>INFO</b>	Spokojnosť s poskytovaním informácií	0,8891
<b>PROSTRIEDKY</b>	O problémoch, ktoré riešia orgány obce/mesta	0,8291
	O možných pripravovaných riešeniach problémoch	0,8693
	O priebehu riešenia problémov	0,8749
	Ako boli problémy vyriešené	0,8444
<b>NÁSTROJE</b>	Účinnosť komunikačných foriem pri riešení problémov	0,8531
<b>BARIÉRY</b>	V komunikácii s primátorom/starostom	0,9196
	V komunikácii s pracovníkmi verejnej správy	0,8288
	V komunikácii s ostatnými pracovníkmi VS	0,9277
	V komunikácii s poslancami	0,9095

Prameň: Vlastný výskum

## 6. Výber výskumnej vzorky

### a organizácia terénneho zberu empirických údajov

Výskumnú vzorku tvorilo 580 náhodne vybraných obyvateľov okresu Vranov nad Topľou, s ohľadom na hlavnú hypotézu.

Samotný zber empirických údajov prebiehal v dňoch 08.09.2009 až 15.09.2009 v mestách a obciach okresu *Vranov nad Topľou*. V okrese Vranov nad Topľou majú štatút mesta – okrem sídla okresu – ešte *Hanušovce nad Topľou*. V okrese je 68 obcí, z nich sme dotazník distribuovali v 23, teda približne v 1/3 obcí. V súbore sú zastúpení respondenti (R) z týchto obcí: *Banské, Čaklov, Čičava, Davidov, Dlhé Klčovo, Hencovce, Hlinné, Holčíkovec, Jusková Voľa, Komárany, Kučín, Kvakovce, Majerovce, Merník, Michalok, Ondavské Matiašovce, Sačurov, Sečovská Polianka, Skrabské, Slovenská Kajňa, Sol', Továrne, Zámutov*.

Na distribúciu výskumnej metodiky a zaznamenávanie odpovedí respondentov sme použili dobrovoľných anketárov – žiakov *Gymnázia vo Vranove n. Topľou* z tried Septima A, 3. A a 3.B. Vďaka tejto organizácii distribúcie zberu sa nám podarilo dosiahnuť vysokú návratnosť dotazníkov: Anketárov sme pred anketou inštruovali o všetkých dôležitých úkonoch, ktoré majú vykonať, o náhodnom výbere pri oslovovaní respondentov, ako aj o ich spoločenskom vystupovaní pri kontakte s respondentmi. Anketári nám ani raz nehlásili, že by vyzvaní občania a zamestnanci VS odmietli zúčastniť sa ankety. Naopak, informovali nás o veľkom záujme o tému a o ochote spolupracovať.

## 7. Výsledky výskumu

### 7.1. Popis výskumnej vzorky

Výskumnú vzorku tvorilo celkom 580 respondentov okresu Vranov nad Topľou. Z celkového počtu respondentov sa výskumu zúčastnilo 48,62% mužov (282) a 51,38 % žien (298). Demografické charakteristiky výskumného súboru boli sledované prostredníctvom identifikačných znakov: pohlavie, vek, vzdelanie, miesto bydliska a sféra kde respondent pracuje.

Štruktúra výskumnej vzorky z hľadiska pohlavia a veku je uvedená v tabuľke 2 a poukazuje na to, že vcelku najpočetnejšou je veková skupina od 41 do 50 rokov (22,76%), naopak najmenej početné sú skupiny nad 60 rokov (6,21%), od 26 do 30 rokov (10,69%), od 51 do 60 rokov (11,21%). Zastúpenie respondentov podľa vekových kategórií v skupine mužov a v skupine žien nevykazuje výrazné diferencie vzhľadom na vekové skupiny. Rozdiely v skupine mužov a v skupine žien sú minimálne.

**Tab. 2 Štruktúra výskumnej vzorky podľa pohlavia a veku (v% z riadku)**

POHLAVIE	VEK							SPOLU
	18 - 20	21 - 25	26 – 30	31 – 40	41 -50	51 – 60	nad 60	
<b>Muži</b>	<b>20,57</b>	<b>10,64</b>	<b>10,98</b>	<b>18,09</b>	<b>21,63</b>	<b>11,35</b>	<b>6,74</b>	100
<b>Ženy</b>	<b>13,09</b>	<b>13,09</b>	<b>10,40</b>	<b>22,82</b>	<b>23,83</b>	<b>11,07</b>	<b>5,70</b>	100
<b>SPOLU</b>	16,72	11,90	10,69	20,52	22,76	11,21	6,21	100

Prameň: Vlastný výskum

Štruktúra výskumnej vzorky z hľadiska pohlavia a veku je uvedená v tabuľke 2 a poukazuje na to, že vcelku najpočetnejšou je veková skupina od 41 do 50 rokov (22,76%), naopak najmenej početné sú skupiny nad 60 rokov (6,21%), od 26 do 30 rokov (10,69%), od 51 do 60 rokov (11,21%). Zastúpenie respondentov podľa vekových kategórií v skupine

mužov a v skupine žien nevykazuje výrazné diferencie vzhľadom na vekové skupiny. Rozdiely v skupine mužov a v skupine žien sú minimálne.

**Tab. 3 Štruktúra výskumnej vzorky podľa pohlavia a vzdelania (v% z riadku)**

POHLAVIE	V Z D E L A N I E					SPOLU
	Základné	SO bez maturity	Všeobecné s maturitou	SO s maturitou	Vysokoškolské II. stupeň	
<b>Muži</b>	<b>7,80</b>	<b>19,86</b>	<b>19,50</b>	<b>33,33</b>	<b>19,51</b>	100
<b>Ženy</b>	<b>6,71</b>	<b>15,77</b>	<b>18,46</b>	<b>34,90</b>	<b>54,16</b>	100
<b>SPOLU</b>	7,24	17,76	18,97	34,14	21,39	100

Prameň: Vlastný výskum

Štruktúra výskumnej vzorky podľa vzdelania uvedená v tabuľke 3 z celého súboru najviac respondentov má stredoškolské odborné vzdelanie s maturitou (34,14%), (21,39%) respondentov uviedlo vysokoškolské vzdelanie II. stupňa. Žiadny respondent neuviedol ukončené vysokoškolské vzdelanie I. a III. stupňa. Všeobecné s maturitou (18,97%) a stredné odborné bez maturity (17,76%) bolo skoro na rovnakej úrovni. Najmenej zastúpených respondentov bolo s ukončeným základným vzdelaním (7,24%). V skupine respondentov podľa vzdelanostnej kategórie a podľa pohlavia zaznamenávame rozdiely vzhľadom na vysokoškolské vzdelanie II. stupňa, kde je početnejšie zastúpenie respondentov tejto kategórie v skupine žien (54,46%) než v skupine mužov (19,51%). V ostatných vzdelanostných kategóriách sú rozdiely v skupine mužov a žien minimálne.

Štruktúra výskumnej vzorky podľa bydliska uvedená v tabuľke 4 nie je diferencovaná a je v podstate vyrovnaná, v meste (48,62%) v obci (51,38%). V kategóriách bydliska sú rozdiely v skupine a mužov a v skupine žien minimálne.

**Tab. 4 Štruktúra výskumnej vzorky podľa pohlavia a bydliska (v% z riadku)**

VEK	BYDLISKO		SPOLU
	Mesto	Obec	
<b>Muži</b>	43,27	56,73	100
<b>Ženy</b>	42,98	57,02	100
<b>SPOLU</b>	48,62	51,38	100

Prameň: Vlastný výskum

**Tab. 5 Štruktúra výskumnej vzorky podľa pohlavia a pracovnej sféry (v% z riadku)**

POHLAVIE	V KTOREJ SFÉRE PRACUJE							SPOLU
	Súkromná	Živnostník	Verejná	Nezamestnaný	Dôchodca	Študent	Iné	
<b>Muž</b>	<b>25,89</b>	<b>13,83</b>	<b>17,73</b>	<b>10,99</b>	<b>8,51</b>	<b>20,92</b>	<b>2,13</b>	100
<b>Žena</b>	<b>18,79</b>	<b>7,72</b>	<b>31,54</b>	<b>13,42</b>	<b>9,40</b>	<b>17,45</b>	<b>1,68</b>	100
<b>SPOLU</b>	22,24	10,69	24,83	12,24	8,97	19,14	1,90	100

Prameň: Vlastný výskum

**Tab. 6 Štruktúra výskumnej vzorky podľa veku a vzdelania (v% z riadku)**

VEK	V Z D E L A N I E					SPOLU
	Základné	SO bez maturity	Všeobecné s maturitou	SO s maturitou	Vysokoškolské II. stupeň	
<b>18 – 20</b>	<b>26,80</b>	<b>7,22</b>	<b>38,14</b>	<b>23,71</b>	<b>4,12</b>	100
<b>21 – 25</b>	<b>0,00</b>	<b>8,70</b>	<b>27,54</b>	<b>33,33</b>	<b>30,43</b>	100
<b>26 – 30</b>	<b>0,00</b>	<b>11,29</b>	<b>12,90</b>	<b>27,42</b>	<b>48,39</b>	100
<b>31 – 40</b>	<b>0,84</b>	<b>18,49</b>	<b>15,13</b>	<b>44,54</b>	<b>21,01</b>	100
<b>41 – 50</b>	<b>1,52</b>	<b>21,21</b>	<b>10,61</b>	<b>43,94</b>	<b>22,73</b>	100
<b>51 – 60</b>	<b>4,62</b>	<b>26,15</b>	<b>20,00</b>	<b>27,69</b>	<b>21,54</b>	100
<b>Nad 60</b>	<b>27,78</b>	<b>44,44</b>	<b>2,78</b>	<b>16,67</b>	<b>8,33</b>	100
<b>SPOLU</b>	7,24	17,76	18,97	34,14	21,89	100

Prameň: Vlastný výskum

Najvyššie percento respondentov uvedené v tabuľke 5 pracuje vo verejnej sfére (24,83), nasleduje skupina respondentov pracujúca v súkromnej sfére – závislá činnosť- nie podnikatelia (22,24%). Zaujímavú vzorku respondentov tvorila skupina študentov (19,14%), ďalší nezamestnaní (12,24%), živnostníci – podnikatelia (10,69%) a najnižšie zastúpená skupina respondentov ktorá uviedla iné pracovné zaradenie bez konkrétneho zaradenia (1,90%). Zastúpenie respondentov podľa sféry v ktorej pracuje v skupine mužov a v skupine žien vykazuje výrazné diferencie vzhľadom na skupinu verejnej sféry, kde je výrazne vyšší počet respondentov v tejto kategórii v skupine žien (31,54%), než v skupine mužov (17,73%). V ostatných kategóriách pracovnej sféry sú rozdiely podľa pohlavia minimálne.

Sledovanie štruktúry výskumnej vzorky podľa veku a vzdelania uvedenej v tabuľke 6, zastúpené podľa jednotlivých sfér vzdelania je v sledovaných vekových kategóriách rôzne. V skupine respondentov od 26 – 30 rokov je zjavná prevaha respondentov s ukončeným vysokoškolským štúdiom II. stupňa (48,39%). Vo veku 31 – 40 a 41 – 50 približne rovnomerne zastúpené súbory respondentov s ukončením vzdelaním SO s maturitou (44,54%, 43,94%). Vo veku nad 60 rokov je najpočetnejšia skupina respondentov s ukončeným vzdelaním SO bez maturity (44,44%). Približne o polovicu menej je skupina respondentov vo veku 31 – 40 rokov a to s ukončeným vzdelaním SO bez maturity (18,49%), všeobecné vzdelanie

s maturitou (15,13%), vysokoškolské vzdelanie II. stupňa (21,01%. Najmenej respondentov vo veku 31 – 40 a 41 – 50 rokov uvádza základné vzdelanie (0,84%, a 1,52%), vo veku nad 60 rokov najmenej uvádzajú respondenti všeobecné vzdelanie s maturitou (2,78%) a a vysokoškolské štúdium II. stupňa (8,33%). Bez ohľadu na vek najpočetnejšou skupinou respondentov sú respondenti s ukončeným stredným odborným vzdelaním s maturitou (34,14%) a najnižšie zastúpená skupina respondentov s ukončeným základným vzdelaním (7,24%). Ďalej sú respondenti s ukončeným vysokoškolským štúdiom II. stupňa (21,89%), všeobecné s maturitou (18,97%), a stredné odborné bez maturity (17,76%).

**Tab. 7 Štruktúra výskumnej vzorky podľa veku a bydliska (v% z riadku)**

VEK	BYDLISKO		SPOLU
	Mesto	Obec	
18 – 20	35,05	63,92	100
21 – 25	34,78	65,22	100
26 – 30	43,55	56,45	100
31 – 40	48,74	49,58	100
41 – 50	46,21	57,79	100
51 – 60	49,23	50,77	100
Nad 60	36,11	63,89	100
SPOLU	42,93	57,07	100

Prameň: vlastný výskum

V štruktúre výskumnej vzorky podľa veku a bydliska uvedenej v tabuľke 7 zaznamenáme nasledujúce rozdiely vzhľadom na kategóriu bydliska a veku, a to: vo veku 21 – 25 v meste (34,78%) v obci (65,22%), veku 31 – 40 v meste (48,74%) v obci (49,58%). V porovnaní na celkovú vzoru z pohľadu bydliska možno konštatovať podstatne vyrovnaný pomer respondentov z mesta a obci.

**Tab. 8 Štruktúra výskumnej vzorky podľa veku a sféry v ktorej pracuje (v% z riadku)**

VEK	V KTOREJ SFÉRE PRACUJE							SPOLU
	Súkromná	Živnostník	Verejná	Nezamestnaný	Dôchodca	Študent	Iné	
18 – 20	3,09	3,09	1,03	14,43	0,00	77,32	1,03	100
21 – 25	11,59	5,80	18,84	17,39	0,00	42,03	4,35	100
26 – 30	24,19	19,35	35,48	16,13	0,00	4,84	0,00	100
31 – 40	33,61	15,13	36,13	12,61	0,00	0,84	1,68	100
41 – 50	33,33	14,39	32,58	12,12	3,03	1,52	3,03	100
51 – 60	29,23	9,23	33,85	6,15	20,00	0,00	1,54	100
Nad 60	0,00	0,00	0,00	0,00	97,22	2,78	0,00	100
SPOLU	22,24	10,69	24,83	12,24	8,97	19,14	1,90	100

Prameň: Vlastný výskum

Zastúpenie jednotlivých sfér práce v tabuľke 8 je v sledovaných vekových kategóriách rôzne, v skupine respondentov od 18 do 20 rokov je zjavná prevaha študentov (77,32%), podobne, aj keď o niečo menej je tomu v kategórii od 21 do 25 rokov (42,03%). Od 26 do 60 roku je približne rovnomerne zastúpený verejný a súkromný sektor, približne o polovicu menej respondentov uvádza kategóriu „živnostník“. Najpočetnejšiu skupinu dôchodcov tvorí skupina respondentov nad 60 rokov (97,22%).

Zaujímavý údaj zaznamenávame v kategórii vek nad 60 rokov, kde respondenti uvádzajú, že sú študentmi (2,78%), z čoho usudzujeme, že medzi respondentmi boli zrejme študenti tretej univerzity.

**Tab. 9 Štruktúra výskumnej vzorky podľa vzdelania a bydliska (v% z riadku)**

VZDELANIE	BYDLISKO		SPOLU
	Mesto	Obec	
<b>Základné</b>	<b>28,57</b>	<b>71,43</b>	100
<b>SO bez maturity</b>	27,18	71,84	100
<b>Všeobecné s maturitou</b>	46,36	53,64	100
<b>SO s maturitou</b>	<b>44,44</b>	<b>54,55</b>	100
<b>Vysokoškolské II. st.</b>	<b>55,56</b>	<b>44,44</b>	100
<b>SPOLU</b>	42,93	57,07	100

Prameň: Vlastný výskum

**Tab. 10 Štruktúra výskumnej vzorky podľa vzdelania a v ktorej sfére pracuje (v% z riadku)**

VZDELANIE	V KTOREJ SFÉRE PRACUJE							SPOLU
	Súkromná	Živnostník	Verejná	Nezamestnaný	Dôchodca	Študent	Iné	
<b>Základné</b>	<b>2,38</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>4,76</b>	<b>58,57</b>	<b>64,29</b>	<b>0,00</b>	100
<b>SO bez maturity</b>	<b>22,33</b>	<b>11,65</b>	<b>20,39</b>	<b>20,39</b>	<b>22,38</b>	<b>1,94</b>	<b>0,97</b>	100
<b>Všeobecné s maturitou</b>	<b>15,45</b>	<b>12,73</b>	<b>14,55</b>	<b>13,64</b>	<b>3,64</b>	<b>40,00</b>	<b>0,00</b>	100
<b>SO s maturitou</b>	<b>30,81</b>	<b>11,62</b>	<b>25,25</b>	<b>13,13</b>	<b>5,56</b>	<b>11,62</b>	<b>0,69</b>	100
<b>Vysokoškolské II. st.</b>	<b>21,43</b>	<b>10,32</b>	<b>45,24</b>	<b>5,56</b>	<b>1,59</b>	<b>11,11</b>	<b>4,76</b>	100
<b>SPOLU</b>	22,24	10,69	24,83	12,24	8,97	19,14	1,90	100

Prameň: Vlastný výskum

V štruktúre výskumnej vzorky podľa vzdelania a bydliska uvedenej v tabuľke 9 zaznamenávame v skupine vzdelania SO bez maturity najviac zastúpených respondentov v obci (71,84%), približne rovnako v skupine vzdelania základného (71,43%) respondentov taktiež v obci. Menej je to v skupine všeobecného vzdelania s maturitou v meste (46,36%) a

(53,64%) v obci, v skupine vysokoškolského vzdelania II. stupňa približne na rovnakej úrovni uvádzajú respondenti bydlisko (55,56%) mesto a (44,44%) obec. Takmer o polovicu menej uvádzajú respondenti vzhľadom na základné vzdelanie (28,57%) mesto, a respondenti s SO bez maturity (27,18%) taktiež mesto.

Podľa pracovného zaradenia respondentov vzhľadom na ich vzdelanie uvedené v tabuľke 10 so základným vzdelaním je najviac zastúpených respondentov z radov študentov (64,29%) a dôchodcov (58,57%) a najmenej respondentov pracujúcich v súkromnej sfére (2,38%). O niečo menej zaznamenávame respondentov s vysokoškolským vzdelaním II. stupňa pracujúcich vo verejnej sfére (45,24%), najmenej dôchodcov (1,59%) a zaujímavý ukazovateľ (5,56%) uvádzajú respondenti ako nezamestnaní. Respondenti s vzdelaním SO bez maturity najviac uviedli dôchodcovia (23,38%), tesne na rovnakej úrovni (20,39%) uviedli nezamestnaní a pracujúci vo verejnej sfére. Respondenti so všeobecným vzdelaním s maturitou študujúcich (40,00%), najmenej respondentov (3,64%) ako dôchodcovia.

**Tab. 11 Štruktúra výskumnej vzorky podľa bydliska a v ktorej sfére pracuje (v% z riadku)**

BYDLISKO	V KTOREJ SFÉRE PRACUJE							SPOLU
	Súkromná	Živnostník	Verejná	Nezamestnaný	Dôchodca	Študent	Iné	
<b>Mesto</b>	<b>27,31</b>	<b>29,51</b>	<b>25,30</b>	<b>27,10</b>	<b>6,83</b>	<b>31,92</b>	<b>2,01</b>	100
<b>Obec</b>	<b>18,35</b>	<b>25,53</b>	<b>24,77</b>	<b>30,12</b>	<b>10,70</b>	<b>38,68</b>	<b>1,83</b>	100
<b>SPOLU</b>	22,24	10,69	24,83	12,24	8,97	19,14	1,90	100

Prameň: Vlastný výskum

Najvyššie percento zastúpenia respondentov v tabuľke 11 podľa pracovného zaradenia je vo verejnom sektore (24,83%) v meste (25,30%, v súkromnej sfére (22,24%) v meste (27,31%), študenti (19,14%) v obci (38,68%), nezamestnaní (12,24%) v obci (30,12%), živnostníci (10,69%) v meste (29,51%), dôchodcovia (8,97%) v obci (10,70%).

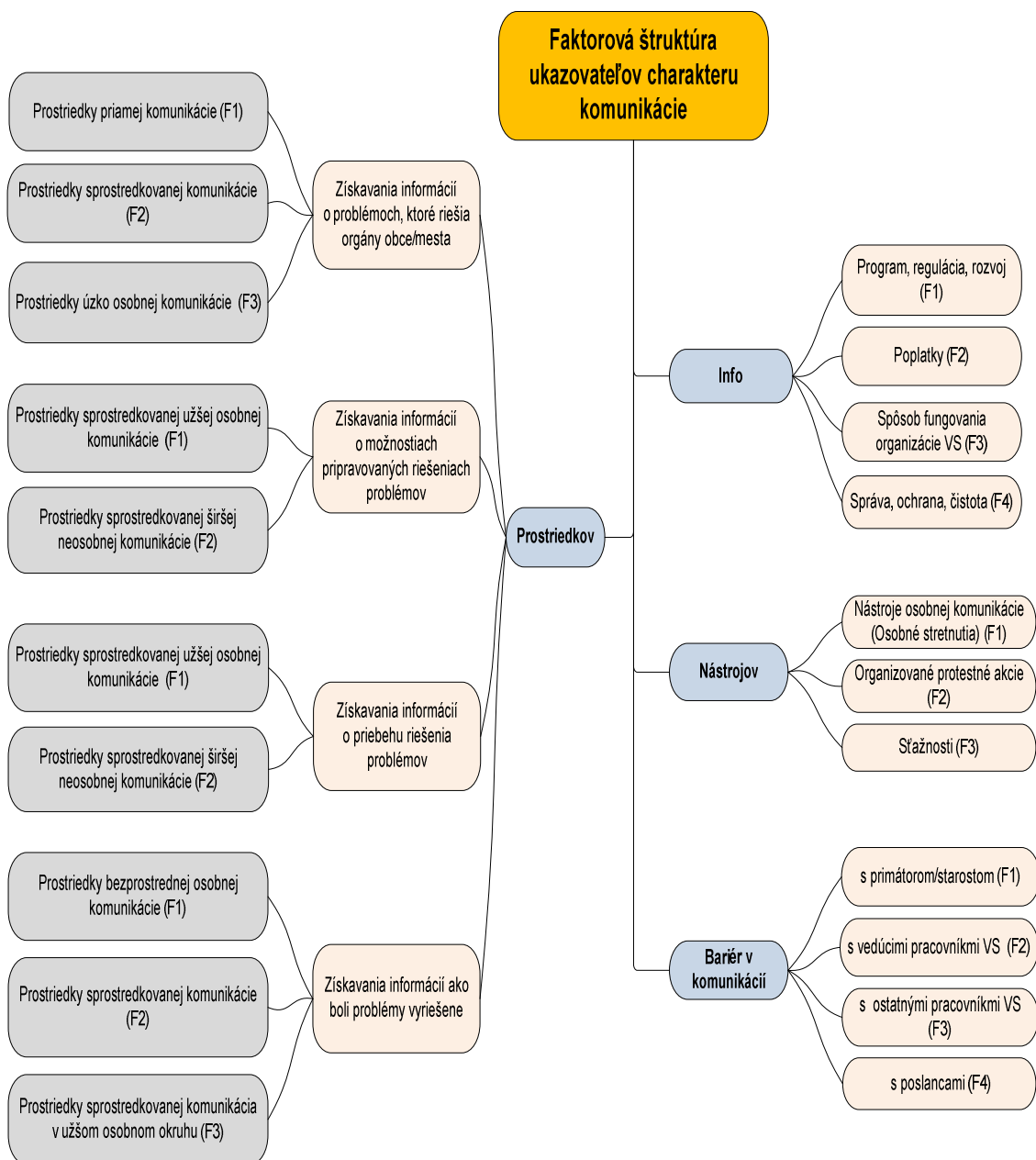
Pri porovnaní na bydlisko a pracovného zaradenia najviac respondentov z obcí sú študenti (38,68%). O niečo menej respondentov z radov študentov uvádza mesto (31,92%). Ak sa pozrieme na nezamestnanosť, viac respondentov uvádza obec (30,12%) a len o niečo menej mesto (27,10%). Celkom vyvážený je súbor respondentov pracujúcich vo verejnom sektore, kde (25,30%) uvádza mesto a (24,77%) obec. O niečo vyššie sledujeme zastúpenie respondentov – živnostníkov, kde (29,51%) uvádza mesto a (25,53%) obec. V tesnej blízkosti to môžeme sledovať aj u respondentov, ktorí uviedli, že pracujú v súkromnej sfére (27,31%) z mesta a (18,35%) obci.



## 7.2. Faktorová štruktúra ukazovateľov charakteru komunikácie vo VS

Súčasťou analýzy miery spokojnosti občanov s charakterom komunikácie bolo sledovanie faktorovej štruktúry spokojnosti a účinnosti komunikácie v jednotlivých okruhoch. Pre prehľadnenie jednotlivých faktorov uvádzame schému faktorovej štruktúry ukazovateľov charakteru komunikácie, obr. 8.

**Obr. 8 Faktorová štruktúra ukazovateľov charakteru komunikácie**



Prameň: Vlastný zdroj

Podľa údajov v tabuľke 12 na úrovni „INFO“ boli identifikované štyri faktory, čo poukazuje na to, že súbor položiek pomocou ktorých bola sledovaná spokojnosť občanov miery informovanosti, je jednoznačne štruktúrovaný. Faktor 1 možno označiť ako „program a regulácia a rozvoj“, eigenvalue =6,44 a % rozptylu =35,77, je sýtený položkami: ...program rozvoja územného obvodu, rozpočet obce, hospodárenie s majetkom obce, zakladanie právnických osôb a zariadení, obecné záväzné vyhlášky a nariadenia, rozvoj školstva, zdravotníctva a kultúry. Faktor 2 sme označili ako „poplatky“, pri eigenvalue =1,99 a % rozptylu =11,10 je sýtený položkami: ...stanovenie výšky miestnych poplatkov, výber miestnych poplatkov. Faktor 3 „spôsob fungovania organizácie VS“ pri eigenvalue =1,37 a % rozptylu 7,64 je sýtený položkami: ...čistenie odpadových vôd, hlavné ciele v organizácii VS, problémy vo fungovaní organizácie VS, spôsob odmeňovania pracovníkov VS, spôsob riešenia aktuálnych problémov. Faktor 4 „správa, ochrana, čistota“ pri eigenvalue =1,10 a % rozptylu =6,11 je sýtený položkami: ...správa a údržba zariadení vo vlastníctve obce ,otázky bezpečnosti a verejného poriadku, čistota obce, odvoz komunálneho odpadu.

**Tab. 12 Faktorová štruktúra „INFO“**

P.č.	I N F O	F A K T O R Y			
		1	2	3	4
1.	Program rozvoja územného obvodu	0,68			
2.	Rozpočet obce	0,73			
3.	Hospodárenia s majetkom obce	0,74			
4.	Zakladanie právnických osôb a zariadení	0,51			
5.	Obecné záväzné vyhlášky a nariadenia	0,58			
6.	Stanovenie výšky miestnych poplatkov		0,84		
7.	Výber miestnych poplatkov		0,82		
8.	Rozvoj školstva, zdravotníctva, kultúry	0,51			
9.	Správa a údržba zariadení vo vlastníctve obce				0,61
10.	Otázky bezpečnosti a verejného poriadku				0,52
11.	Čistota obce				0,73
12.	Odvoz komunálneho odpadu				0,54
13.	Zásobovanie vodou				
14.	Čistenie odpadových vôd			0,58	
15.	Hlavné ciele v organizácii VS			0,76	
16.	Problémy vo fungovaní organizácie VS			0,76	
17.	Spôsob odmeňovania pracovníkov VS			0,70	
18.	Spôsob riešenia aktuálnych problémov			0,52	
	Eigenvalue:	6,44	1,99	1,37	1,10
	% rozptylu:	35,77	11,10	7,64	6,11

Prameň: Vlastný výskum

Podľa údajov v tabuľke 13 V súbore „PROSTRIEDKOV“ získavania informácií o problémoch, ktoré riešia orgány obce/mesta boli identifikované tri faktory, čo poukazuje

na to, že súbor položiek pomocou ktorých bola sledovaná miera účinnosti nástrojov komunikácie vo verejnej správe, je jednoznačne štruktúrovaný. Faktor 1 sme označili ako „prostriedky priamej komunikácie“ pri eigenvalue =4,38 a % rozptylu =33,74, je sýtený položkami účinnosti priamej komunikácie na: ...verejných zhromaždeniach občanov, poslancov obecného/mestského zastupiteľstva, starostom, zamestnancami obecného/mestského úradu. Faktor 2, ktorý sme označili ako „prostriedky sprostredkovanej komunikácie“ pri eigenvalue =1,94 a % rozptylu =14,96, je sýtený položkami účinnosti: ...verejnoprávnych médií, denníkov a týždenníkov a internet. Faktor 3 označený ako „prostriedky úzko osobnej komunikácie“ pri eigenvalue =1,13 a % rozptylu =8,75, je sýtený položkami účinnosti nástrojov: ...miestneho rozhlasu, príbuzných, susedov a známych ako aj písomného oznámenia doručeného priamo občanovi.

**Tab. 13 Faktorová štruktúra „PROSTRIEDKOV“ získavania informácií o problémoch, ktoré riešia orgány obce/mesta**

P.č.	PROSTRIEDKY	FAKTORY		
		1	2	3
1.	Z vyhláškovej tabule			
2.	Z miestneho rozhlasu			0,63
3.	Z miestnej televízie			
4.	Z miestnych/regionálnych novín			
5.	Od príbuzných – susedov – známych			0,69
6.	Z písomného oznámenia, ktoré dostanem domov			0,63
7.	Z verejnoprávnych médií		0,66	
8.	Z denníkov a týždenníkov		0,65	
9.	Na verejných zhromaždeniach občanov	0,65		
10.	Cez internet		0,63	
11.	Poslanci obecného/mestského zastupiteľstva	0,81		
12.	Starosta	0,84		
13.	Zamestnanci obecného/mestského úradu	0,80		
	<b>Eigenvalue:</b>	4,38	1,94	1,13
	<b>% rozptylu:</b>	33,74	14,96	8,75

Prameň: Vlastný výskum

Podľa údajov v tabuľke 14 Faktorovej štruktúry „PROSTRIEDKOV“ získavania informácií o možnostiach pripravovaných riešení problémoch tvoria dva faktory, čo poukazuje na to, že súbor položiek pomocou ktorých bola sledovaná miera účinnosti nástrojov komunikácie vo verejnej správe, je jednoznačne štruktúrovaný. Faktor 1 označený ako „prostriedky sprostredkovanej užšej osobnej komunikácie“ pri eigenvalue = 5,14 a % rozptylu =39,56, je sýtený položkami: ...z vyhláškovej tabule, z miestneho rozhlasu, z písomného oznámenia, ktoré dostane občan domov, na verejných zhromaždeniach občanov, poslanci obecného/mestského zastupiteľstva, starosta, zamestnanci obecného/mestského

úradu. Faktor 2 „prostriedky sprostredkovanej širšej komunikácie“ pri eigenvalue =1,91 a % rozptylu =14,69, je sýtený položkami: ...z miestnej televízie, z miestnych/regionálnych novín, z verejnoprávnych médií, z denníkov a týždenníkov, cez internet.

**Tab. 14 Faktorová štruktúra „PROSTRIEDKOV“ získavania informácií o možnostiach pripravovaných riešení problémov**

P.č.	PROSTRIEDKY	FAKTORY	
		1	2
1.	Z vyhláškovej tabule	0,61	
2.	Z miestneho rozhlasu	0,63	
3.	Z miestnej televízie		0,74
4.	Z miestnych/regionálnych novín		0,79
5.	Od príbuzných – susedov – známych		
6.	Z písomného oznámenia, ktoré dostanem domov	0,51	
7.	Z verejnoprávnych médií		0,76
8.	Z denníkov a týždenníkov		0,76
9.	Na verejných zhromaždeniach občanov	0,68	
10.	Cez internet		0,66
11.	Poslanci obecného/mestského zastupiteľstva	0,77	
12.	Starosta	0,85	
13.	Zamestnanci obecného/mestského úradu	0,82	
	Eigenvalue:	5,14	1,91
	% rozptylu:	39,56	14,69

Prameň: Vlastný výskum

V súbore položiek „PROSTRIEDKOV“ získavanie informácií o priebehu riešenia problémov, tabuľka 14 tabuľke 15 boli extrahované dva faktory, čo poukazuje na to, že súbor položiek pomocou ktorých bola sledovaná miera účinnosti nástrojov komunikácie vo verejnej správe, je jednoznačne štruktúrovaný. Faktor 1 sme označili ako „prostriedky sprostredkovanej užšej osobnej komunikácie“ pri eigenvalue = 5,27 a % rozptylu =40,55 je sýtený položkami: ...z vyhláškovej tabule, z miestneho rozhlasu, z písomného oznámenia, ktoré dostane občan domov, na verejných zhromaždeniach občanov, poslanci obecného/mestského zastupiteľstva, starosta, zamestnanci obecného/mestského úradu. Faktor 2 označený ako „prostriedky sprostredkovanej širšej neosobnej komunikácie“ pri eigenvalue =2,08 a % rozptylu =16,02, je sýtený položkami: ...z miestnej televízie, z miestnych /regionálnych novín, z verejnoprávnych médií, z denníkov a týždenníkov, cez internet.

**Tab. 15** Faktorová štruktúra „PROSTRIEDKOV“ získavania informácií o priebehu riešenia problémov

P.č.	PROSTRIEDKY	FAKTORY	
		1	2
1.	Z vyhláškovej tabule	0,61	
2.	Z miestneho rozhlasu	0,57	
3.	Z miestnej televízie		0,76
4.	Z miestnych/regionálnych novín		0,82
5.	Od príbuzných – susedov – známych		
6.	Z písomného oznámenia, ktoré dostanem domov	0,55	
7.	Z verejnoprávnych médií		0,80
8.	Z denníkov a týždenníkov		0,79
9.	Na verejných zhromaždeniach občanov	0,72	
10.	Cez internet		0,64
11.	Poslanci obecného/mestského zastupiteľstva	0,82	
12.	Starosta	0,85	
13.	Zamestnanci obecného/mestského úradu	0,83	
	<b>Eigenvalue:</b>	5,27	2,08
	<b>% rozptylu:</b>	40,55	16,02

Prameň: Vlastný výskum

**Tab. 16** Faktorová štruktúra „PROSTRIEDKOV“ získavania informácií ako boli problémy vyriešene

P.č.	PROSTRIEDKY	FAKTORY		
		1	2	3
1.	Z vyhláškovej tabule			0,77
2.	Z miestneho rozhlasu			0,84
3.	Z miestnej televízie		0,80	
4.	Z miestnych/regionálnych novín		0,80	
5.	Od príbuzných – susedov – známych			
6.	Z písomného oznámenia, ktoré dostanem domov			0,52
7.	Z verejnoprávnych médií			
8.	Z denníkov a týždenníkov		0,70	
9.	Na verejných zhromaždeniach občanov	0,70		
10.	Cez internet		0,70	
11.	Poslanci obecného/mestského zastupiteľstva	0,84		
12.	Starosta	0,83		
13.	Zamestnanci obecného/mestského úradu	0,81		
	<b>Eigenvalue:</b>	4,98	1,87	1,00
	<b>% rozptylu:</b>	38,36	14,10	7,73

Prameň: Vlastný výskum

V súbore položiek „PROSTRIEDKOV“ získavania informácií o tom ako boli problémy vyriešené, tabuľka 16, boli extrahované tri faktory, čo tiež potvrdzuje, že súbor položiek je štruktúrovaný. Faktor 1 označený ako „prostriedky bezprostrednej komunikácie“ pri eigenvalue =4,98 a % rozptylu =38,36, je sýtený položkami: ...na verejných zhromaždeniach občanov, poslanci obecného/mestského zastupiteľstva, starosta, zamestnanci obecného/mestského úrad. Faktor 2 označený ako „prostriedky sprostredkovanej komunikácie“ pri eigenvalue =1,87 a % rozptylu =14,10, je sýtený položkami: ...z miestnej televízie, z miestnych/regionálnych novín, z denníkov a týždenníkov, cez internet. Faktor 3 označený ako „prostriedky sprostredkovanej komunikácie v užšom osobnom okruhu“ pri eigenvalue =1,00 a % rozptylu 7,73, je sýtený položkami: ...z vyhláškovej tabule, z miestneho rozhlasu, z písomného oznámenia ktoré dostane občan domov.

V súbore položiek „NÁSTROJOV“ do akej miery sú formy komunikácie účinné pri riešení problémov, tabuľka 17, boli identifikované tri faktory, čo potvrdzuje, že súbor položiek je štruktúrovaný. Faktor 1 „nástroje osobnej komunikácie“ pri eigenvalue =4,18 a % rozptylu =46,47, je sýtený položkami: ...protestné zhromaždenia, organizovanie petičnej akcie a referendum. Faktor 2 „organizovanie protesnej akcie“ pri eigenvalue =1,41 a % rozptylu =15,70, je sýtený položkami: ...osobné stretnutia s primátorom/starostom, s poslancami a diskusné stretnutia. Faktor 3 „sťažností“ pri eigenvalue =1,07 a pri % rozptylu =11,95, je sýtený položkami: ...individuálna sťažnosť a sťažnosť skupiny občanov.

**Tab. 17 Faktorová štruktúra „NÁSTROJOV“**

P.č.	N Á S T R O J E	F A K T O R Y		
		1	2	3
78.	Stretnutie s primátorom/starostom		0,83	
79.	Stretnutie s poslancami		0,85	
80.	Diskusné stretnutia		0,76	
81.	Protestné zhromaždenie	0,79		
82.	Protestný list – rezolúcia – vyhlásenie	0,84		
83.	Organizovanie petičnej akcie	0,84		
84.	Referendum	0,72		
85.	Individuálna sťažnosť			0,90
86.	Sťažnosť skupiny občanov			0,79
	<b>Eigenvalue:</b>	4,18	1,41	1,07
	% rozptylu:	46,47	15,70	11,95

Prameň: Vlastný výskum

Štvrtá úroveň hodnotenia úspešnosti komunikácie ovplyvňovanej rôznymi spôsobmi je zameraná na predstaviteľov verejnej správy a ich prejavy, keďže samotní predstavitelia VS sú významným činiteľom, ktorý spoluvytvára komplexný obraz úspešnej komunikácie

ovplyvňovanej rôznymi spôsobmi, tak ako sa predstavitelia VS prejavujú. Výsledky faktorovej analýzy poukazujú na to, že súbor položiek, operacionalizovaných atribútov prejavov predstaviteľov VS nie je vnútorne štruktúrovaný a vystupuje ako jeden faktor.

V súbore položiek „BARIÉRY“ na úrovni primátora/starostu, tabuľka 18, bol faktorovou analýzou extrahovaný jeden faktor. Faktor 1 označený „na úrovni primátora“ s eigenvalue =6,38 a % rozptylu =53,20 je sýtený položkami: ...presadzovaním len svojich názorov, povýšeneckým správaním, neangažovanosťou sa v riešení problémov, ignorovaním existujúcich problémov, neprofesionalitou pri riešení problémov, netrpezlivosťou, sledovaním len vlastných cieľov, nenačúvaním, neľudským prístupom, nedôveryhodnosťou a čestnosťou, nezásadovosťou a primeranou vytrvalosťou, nie sebakritikou.

**Tab. 18 Faktorová štruktúra „BARIÉR“ v komunikácií s primátorom/starostom**

P.č.	BARIÉRY	FAKTOR
		1
1.	Presadzuje len svoj názor	0,67
2.	Správa sa povýšenecky	0,77
3.	Neangažuje sa v riešení problémov	0,67
4.	Ignoruje existujúce problémy	0,75
5.	Pri riešení problému nie je profesionálom	0,69
6.	Je netrpezlivý	0,70
7.	Sleduje len vlastné ciele	0,78
8.	Nevie dobre načúvať	0,72
9.	Nemá ľudský prístup	0,73
10.	Nie je dôveryhodný a čestný	0,77
11.	Nie je zásadový a primerane vytrvalý	0,75
12.	Nie je k sebe kritický	0,68
	Eigenvalue:	6,38
	% rozptylu:	53,20

Prameň: Vlastný výskum

V súbore položiek „BARIÉRY“ na úrovni - vedúci pracovníci verejnej správy, tabuľka 19, bol faktorovou analýzou extrahovaný jeden faktor. Faktor 1 označený ako „bariéry na úrovni vedúcich pracovníkov verejnej správy“ s eigenvalue =6,75 a % rozptylu =56,25, je sýtený položkami: ...presadzujú len svoj názor, správajú sa povýšenecky, neangažujú sa v riešení problémov, ignorujú existujúce problémy, pri riešení problému nie sú profesionáli, sú netrpezliví, sledujú len vlastné ciele, nevedia dobre načúvať, nemajú ľudský prístup, nie sú dôveryhodní a čestní, nie sú zásadoví a primerane vytrvalí, nie sú k sebe kritickí.

V súbore položiek „BARIÉRY“ na úrovni s ostatnými zamestnancami VS, tabuľka 20, bol faktorovou analýzou extrahovaný jeden faktor. Faktor 1 označený ako „bariéry

**Tab. 19 Faktorová štruktúra „BARIÉR“ v komunikácií s vedúcimi pracovníkmi VS**

P.č.	B A R I É R Y	F A K T O R
		1
1.	Presadzujú len svoj názor	0,68
2.	Správajú sa povýšenecky	0,76
3.	Neangažujú sa v riešení problémov	0,72
4.	Ignorujú existujúce problémy	0,79
5.	Pri riešení problému nie sú profesionáli	0,71
6.	Sú netrpezliví	0,73
7.	Sledujú len vlastné ciele	0,78
8.	Nevedia dobre načúvať	0,78
9.	Nemajú ľudský prístup	0,77
10.	Nie sú dôveryhodní a čestní	0,77
11.	Nie sú zásadoví a primerane vytrvalí	0,74
12.	Nie sú k sebe kritickí	0,69
	<b>Eigenvalue:</b>	6,75
	% rozptylu:	56,25

Prameň: Vlastný výskum

**Tab. 20 Faktorová štruktúra „BARIÉR“ v komunikácií s ostatnými pracovníkmi VS**

P.č.	B A R I É R Y	F A K T O R
		1
1.	Presadzujú len svoj názor	0,71
2.	Správajú sa povýšenecky	0,78
3.	Neangažujú sa v riešení problémov	0,76
4.	Ignorujú existujúce problémy	0,79
5.	Pri riešení problému nie sú profesionáli	0,67
6.	Sú netrpezliví	0,70
7.	Sledujú len vlastné ciele	0,74
8.	Nevedia dobre načúvať	0,74
9.	Nemajú ľudský prístup	0,77
10.	Nie sú dôveryhodní a čestní	0,76
11.	Nie sú zásadoví a primerane vytrvalí	0,75
12.	Nie sú k sebe kritickí	0,72
	<b>Eigenvalue:</b>	6,70
	% rozptylu:	55,89

Prameň: Vlastný výskum

prejavujúce sa u ostatných zamestnancov“ s eigenvalue =6,70 a % rozptylu =55,89, je sýtený položkami: ...presadzovaním len svojich názorov, povýšeneckým správaním, neangažovanosťou sa v riešení problémov, ignorovaním existujúcich problémov, neprofesionalitou pri riešení problémov, netrpezlivosťou, sledovaním len vlastných cieľov, nenačúvaním, neľudským prístu-



pom, nedôveryhodnosťou a čestnosťou, nezásadovosťou a primeranou vytrvalosťou, nie sebakritikou.

V súbore položiek „BARIÉRY“ v komunikácií na úrovni s poslancami, tabuľka 21, bol faktorovou analýzou extrahovaný jeden faktor. Faktor 1 označený „bariéry prejavujúce sa u poslancov“ s eigenvalue =6,78 a % rozptylu =56,51 je sýtený položkami: ...presadzovaním len svojich názorov, povýšeneckým správaním, neangažovanosťou sa v riešení problémov, ignorovaním existujúcich problémov, neprofesionalitou pri riešení problémov, netrpezlivosťou, sledovaním len vlastných cieľov, nenačúvaním, neľudským prístupom, nedôveryhodnosťou a čestnosťou, nezásadovosťou a primeranou vytrvalosťou, nie sebakritikou.

**Tab. 21 Faktorová štruktúra „BARIÉR“ v komunikácií s poslancami**

P.č.	BARIÉRY	FAKTOR
		1
1.	Presadzujú len svoj názor	
2.	Správajú sa povýšenecky	0,77
3.	Neangažujú sa v riešení problémov	0,73
4.	Ignorujú existujúce problémy	0,78
5.	Pri riešení problému nie sú profesionáli	0,74
6.	Sú netrpezliví	0,76
7.	Sledujú len vlastné ciele	0,74
8.	Nevedia dobre načúvať	0,80
9.	Nemajú ľudský prístup	0,80
10.	Nie sú dôveryhodní a čestní	0,82
11.	Nie sú zásadoví a primerane vytrvalí	0,78
12.	Nie sú k sebe kritickí	0,73
	Eigenvalue:	6,78
	% rozptylu:	56,51

Prameň: Vlastný výskum

Na záver sledovania faktorovej štruktúry spokojnosti a účinnosti komunikácie v jednotlivých okruhoch môžeme konštatovať, že súbory položiek, pre meranie ukazovateľov charakteru komunikácie vo VS sú podľa výsledkov faktorovej analýzy štruktúrované – okrem súboru položiek pre sledovanie bariér komunikácie pre všetky 4 subjekty, kde bol extrahovaný jeden faktor, teda sledované položky vytvárajú kompaktný celok jedného faktora

## Literatúra:

1. BEŇUŠKA, P. (2002): Interná komunikácia volených a zamestnaneckých zložiek samosprávy ako základný predpoklad pre budovanie vzťahov s občanmi. In:

SLIMÁKOVÁ Ľ. et al.: Informovanosťou proti korupcii 2 : Odborné texty pre volených predstaviteľov a pracovníkov v samospráve. Bratislava, Dom Európy. Dostupné na internete: <[http://www.osf.sk/Slovak/Dokumenty/kor\\_02.pdf](http://www.osf.sk/Slovak/Dokumenty/kor_02.pdf)>

2. Citizens' Participation and Local Government in Slovakia, (2001): Správa zo sociologického výskumu USAID. 1. vydanie: Bratislava, USAID. Citované podľa NIŽŇANSKÝ, Viktor: Decentralizácia na Slovensku : Bilancia nekonečného príbehu (1995 – 2005). Bratislava : Úrad vlády Slovenskej republiky, Kancelária splnomocnenca vlády SR pre decentralizáciu verejnej správy
3. GÁFRIKOVÁ, O. (2004): Komunikačná stratégia ZMOS. Návrh. 1. vydanie: Bratislava, ZMOS a CUI, Interná tlačovina
4. CHRISTENSEN, M.R. (2005): Styk s verejnosťou. Informácia o stratégii komunikácie/styku s verejnosťou pre Úrad pre štátnu službu (ÚŠS) v Bratislave, Slovensko. 1. vydanie : Bratislava , ÚŠS 2005. Communique /Twinningový projekt, Dánska škola pre verejnú správu, (Interný materiál ÚŠS.)
5. KOL. (2005): Názory občanov na zmeny v decentralizácii verejnej správy (prieskum verejnej mienky jún 2005). Bratislava, FOCUS – centrum pre marketingovú analýzu Bratislava
5. KAMENEC, P. (2006): Komunikácia vo verejnej správe. Rigorózna práca. Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta manažmentu
6. NIŽŇANSKÝ, V. (2006): Verejná správa. In: Bútora M., Ivantyšin M. (ed.): *Slovensko 1997; Súhrnná správa o stave spoločnosti a trendoch na rok 1998*. Bratislava, Inštitút pre verejné otázky 1998. Dostupné na Internete: <http://www.internet.sk/mesa10/SLOVENSK/PUBLICAT/GLOB97/GLOB97.HTM>
7. NIŽŇANSKÝ, V. (2006): Decentralizácia na Slovensku : Bilancia nekonečného príbehu (1995 – 2005). Bratislava : Úrad vlády Slovenskej republiky, Kancelária splnomocnenca vlády SR pre decentralizáciu verejnej správy
8. PAVLÁT, J. (2005): Komunikace s veřejností a budování partnerství. Veřejná správa 26.1.2005, s. 8. Dostupné aj na internete: <<http://www.cpkp.cz/page.php?id=446>>
9. SLIMÁKOVÁ Ľ. (2002): et al.: Informovanosťou proti korupcii 2 : Odborné texty pre volených predstaviteľov a pracovníkov v samospráve, Bratislava, Dom Európy 2002. Dostupné na internete: <[http://www.osf.sk/Slovak/Dokumenty/kor\\_02.pdf](http://www.osf.sk/Slovak/Dokumenty/kor_02.pdf)>
10. SZARKOVÁ, M. (2006): Význam komunikácie v procese koncipovania občianskeho správania. (Vybrané problémy.) 6. medzinárodné kolokvium Koncipování budoucnosti v Evropě 2001. <[http://www.sweb.cz/ofs/ofs2001\\_c.pdf](http://www.sweb.cz/ofs/ofs2001_c.pdf)>

---

## **The Analysis of Communication in the Field of Public Administration Satisfaction**

### **Abstract**

Communication is a decisive part of every social, administrative or technical system. It is valid also for public administration the effectiveness of which is distinctively conditioned by the level of communication. Communication should be systematic and purposeful. It should have strategic targets and it should fulfil its essential purpose of a means of control - thus it should be managed. The term of maturity and effectiveness of communication is not only related to technical devices and media by the means of which the subjects in public administration communicate but it is also a direct mirror of the competence of people who are entering the system of public administration its representatives and employees on one hand and citizens on the other hand.

---

**Key words:** public administration, active citizen, partnership, verbal communication, forms and types of communication, communication preferences of the citizens, sociological research, proposal of systemic measures, management