

## Miestne zastupiteľstvo mestskej časti Bratislava-Petržalka

Materiál na rokovanie  
Miestneho zastupiteľstva  
dňa 15.decembra 2020

Materiál číslo: 147/2020

### Informačný materiál - Konceptia mediálnej komunikácie

**Predkladatelia:**

Doc. Ľuboš Kačírek, PhD.  
Miroslav Dragun  
Mgr. Juraj Kríž, PhD.  
Mgr. Natália Podhorná  
Mediálna rada MČ Bratislava-Petržalka

**Materiál obsahuje:**

1. Návrh uznesenia
2. Dôvodovú správu
3. Konceptia mediálnej komunikácie

**Zodpovedný:**

Referát komunikácie s verejnosťou

**Spracovateľ:**

Mgr. Daniel Bernát– referát komunikácie s verejnosťou  
Jakub Kuruc– referát čistoty a poriadku

## **Návrh uznesenia**

Miestne zastupiteľstvo mestskej časti Bratislava-Petržalka

berie na vedomie

dokument „Koncepcia mediálnej komunikácie“ ako informačný materiál pre miestne zastupiteľstvo a ako rámcový dokument pre referát komunikácie s verejnosťou miestneho úradu MČ Bratislava-Petržalka.

## **Dôvodová správa**

Koncepcia mediálnej komunikácie (ďalej len „Koncepcia“) vznikla na základe potreby definovať a vymedziť komunikáciu MČ Bratislava-Petržalka prostredníctvom komunikačných kanálov využívaných miestnym úradom MČ Bratislava-Petržalka.

Ide o rámcový dokument, ktorý bude využívať Referát komunikácie s verejnosťou MČ Bratislava-Petržalka pre lepšiu orientáciu v cieľoch komunikácie a pre detailnejšie nastavenie komunikačného mixu. Koncepcia bude taktiež slúžiť ako podkladový materiál pre tvorbu podrobnejších plánov a rozpočtu na príslušný rok.



Mestská časť  
BRATISLAVA-PETRŽALKA

# KONCEPCIA MEDIÁLNEJ KOMUNIKÁCIE

Referát komunikácie s verejnosťou 2020





Petržalka je dynamická mestská časť s veľkým potenciálom, je atraktívna pre mladých ľudí, rodiny a aktívnych obyvateľov v produktívnom veku a zároveň poskytuje zázemie aj pre občanov starších generácií.

Našou ambíciou je prispievať k rozvoju Petržalky vytváraním dobrých vzťahov s verejnosťou a podporiť jej obraz ako otvorenej, transparentnej, modernej a ústretovej mestskej časti. Na tieto účely bude potrebné využiť do veľkej miery digitálne médiá, ktoré majú široký užívateľský dosah a zároveň umožňujú flexibilnú a efektívnu komunikáciu, no musíme mať na mysli sociálnu členitosť mestskej časti a využívať aj ďalšie typy nástrojov na sprostredkovanie informácií. Reagovanie na podnety, otázky, požiadavky verejnosti, zaujímanie sa o jej názory, aktivity a iniciatívy, to je prvý krok v získavaní si jej dôvery.

Vhodné nastavenie komunikácie môže dopomôcť k celkovému zvýšeniu dôvery verejnosti voči činnosti miestneho úradu a vedenia mestskej časti, k postupnému odbúraniu prípadných predsudkov a k uvedomeniu si skutočnosti, že „obe strany“ sú na jednej lodi a že prosperujúca Petržalka je naším spoločným záujmom.



# KOMUNIKAČNÉ KANÁLY MČ BRATISLAVA-PETRŽALKA

## ONLINE

- **a) webová stránka [www.petrzalka.sk](http://www.petrzalka.sk)**

Hlavný komunikačný kanál mestskej časti.

- **b) sociálne siete**



Sociálne siete MČ Bratislava-Petržalka slúžia na podporu informovanosti a realizáciu online podujatí v podobe livestreamov.

- **c) vysielanie rozhlas/televízia**

Dodávateľská služba s cieľom osloviť ďalšiu skupinu obyvateľstva preferujúcu tradičné platformy šírenia informácií televízne správy alebo rozhlasové vysielanie pred internetom či novinami.

- **d) ďalšie komunikačné kanály**

Napr. mobilná aplikácia a iné platformy.



## OFFLINE

- **a) noviny "Naša Petržalka"**

Hlavný komunikačný kanál mestskej časti.

- **b) iné tlačoviny – letáky, plagáty, roll-upy a pod.**

Spôsob komunikácie využívaný primárne na podujatiach mestskej časti, prípadne pre podujatia, na ktorých je mestská časť partnerom.

- **c) kontaktné podujatia: Hodinka so starostom, tlačové besedy, poslanecká hodinka**

Formáty podporujúce komunikáciu obyvateľov s vedením samosprávy.

- **d) reklamné predmety**

Reklamné predmety sú doplnkovým komunikačným kanálom, vhodné aj na stálu prezentáciu mestskej časti.



# MČ BRATISLAVA-PETRŽALKA VEDIE KOMUNIKÁCIU NAVONOK S/SO:

1

## Obyvateľmi Petržalky

- a) riešenie podnetov prostredníctvom komunikačných kanálov mestskej časti
- b) informovanie o chode MČ a MÚ
- c) anketový zber názorov

zámer:

Posilňovanie dialógu s obyvateľmi, čo najväčšia spätná väzba zo strany MÚ, zvyšovanie podielu vyriešených podnetov.

2

## Zástupcami médií

- a) poskytovanie odpovedí na novinárske otázky
- b) zasielanie tlačových správ k témam dňa
- c) oslovovanie médií s vlastnými podnetmi na spracovanie

zámer:

búranie bariér medzi "nami" a "nimi", naopak, budovanie dobrých vzájomných vzťahov.

3

## (Spolu)organizátormi podujatí:

- a) súčinnosť pri vybavovaní zážit
- b) priame podieľanie sa na príprave najvýraznejších podujatí
- c) v prípade dôležitých partnerských podujatí poskytovanie darčkových a propagačných predmetov
- d) komunikácia pre potreby informačných výstupov v niektorom z komunikačných kanálov MČ

zámer:

Poskytovaním servisu pri organizácii projektov motivovať ďalších organizátorov.

# MČ BRATISLAVA-PETRŽALKA VEDIE KOMUNIKÁCIU DOVNÚTRA S:

1

## Pracovníkmi MÚ a organizáciami mestskej časti

- a) získavanie informačných podkladov pre tlačové výstupy a odpovedí na podnety
- b) konzultácie odpovedí na novinárske otázky
- c) propagácia podujatí

**zámer:** Komunikácia s odbornými zamestnancami oddelení a referátov je veľmi dôležitá. Stojí na osobných stretnutiach a snahe spoznať kontext riešenej témy. Komunikáciou vzniká potrebná dôvera a kvalitná spolupráca.

Rovnako platí aj pre zástupcov organizácií spadajúcich pod mestskú časť.

(\*Vnútoraná komunikácia môže byť vedená aj s pridruženými organizáciami, ktoré priamo nespádajú pod mestskú časť (napr. Mestská polícia hl. mesta SR Bratislavy.)



# HLAVNÉ CIELE KOMUNIKÁCIE

- Aktuálny a dôveryhodný informačný servis s doplnkovými obsahmi voľnočasového charakteru,
- úzky kontakt s občanmi Petržalky (problémy, príbehy), poskytovanie vedomia, že spolupodielajú na formovaní tváre mestskej časti,
- využívanie komunikačných kanálov nielen ako úložiská informácií, ale robiť z nich živé miesta komunikácie s variabilným prístupom k spracovaniu informačných príspevkov, oslovovanie čo najširšej skupiny prijímateľov,
- posilnenie využívania digitálnych médií, ktoré dokážu osloviť väčší okruh prijímateľov za nižšie náklady (pre poskytovateľov aj užívateľov),
- vzájomné podporovanie jednotlivých komunikačných kanálov, aby sa dopĺňali a zároveň vytvárali sieť so synergickým efektom (propagácia obsahu webovej stránky cez sociálne siete, variabilné sprostredkovanie konkrétnej informácie rôznymi kanálmi a rôznymi spôsobmi...),
- hľadanie spôsobov na adresnejšie zacielenie informácií na základe potenciálu ich využiteľnosti zo strany konkrétnych skupín prijímateľov,
- krízová komunikácia – rýchle, presné, ľahko dostupné informácie prostredníctvom viacerých kanálov vrátane aplikácií a sms notifikácií v špecifických situáciách,
- budovanie pozitívneho imidžu mestskej časti ako dobrého miesta pre život všetkých generácií.



# DIGITÁLNE MÉDIÁ

- Sledovanie pravidelných analýz užívateľského správania na sociálnych sieťach a na webovej stránke a na základe získaných informácií nastavovať efektívnejšie plány v rámci umiestňovania a typológie príspevkov,
- prehodnocovanie štruktúry webovej stránky,
- dôraz na vizualitu, storytelling, živosť a atraktivnosť obsahov i spôsobu ich komunikácie,
- cielená komunikácia na sociálnych sieťach prostredníctvom sponzorovaných príspevkov,
- zverejňovanie vlastného videoobsahu,
- využívanie ďalších komunikačných kanálov, na ktorých sa užívateľ dostane jednoduchým, pohodlným a rýchlym spôsobom k najužitočnejším informáciám o dianí v MČ vrátane videoreportáží, ako aj k ďalším doplnkovým obsahom (napr. mobilná aplikácia, YouTube...).



# NOVINY "NAŠA PETRŽALKA"

- Informovanie o aktuálne dôležitých otázkach a témach súvisiacich s mestskou časťou prostredníctvom pravidelných rubriík, ale aj tých menej pravidelných,
- informovanie o prospešných projektoch a aktivitách v rámci mestskej časti a/alebo s jej príspevom,
- informovanie o sociálnych skupinách vyžadujúcich si špeciálnu starostlivosť či pomoc (strediská pre týrané ženy, školy poskytujúce vzdelávanie deťom s poruchami autistického spektra...),
- smerovanie pozornosti k ekologicky zodpovednému správaniu, osвета a upozorňovanie na zaujímavosti a špecifiká MČ,
- servisné informácie pre zmysluplné trávenie voľného času (kultúra, šport) a tiež informácie o málo známych fenoménoch, javoch, udalostiach, aspektoch mestskej časti, často previazané s históriou,
- zábava (tajnička, karikatúra, hlavolamy...) a poradenstvo (rada právnik, tipy a triky...),
- inzercia podľa platného cenníka inzercie.



# INÉ TLAČOVINY

- Užitočné doplnkové informovanie obyvateľov v rámci informačných kampaní, krízovej komunikácie a servisných oznamov mestskej časti prostredníctvom tlačených letákov, plagátov, nálepiek a brožúr,
- propagačné materiály využiteľné na internú prezentáciu MČ aj na prezentáciu MČ v rámci partnerských podujatí (roll-up bannery, fotostena),
- reklamné predmety.

# LOKÁLNY ROZHLAS/TELEVÍZIA

- Informačné pokrytie diania v MČ: spravodajstvo (aktuálne dianie), publicistika (reportáž, publicistický rozhovor, politické a odborné diskusie atď.). Obsahy rozhlasových a/alebo televíznych výstupov viazané na MČ Petržalka budú dostupné pre voľnú manipuláciu miestneho úradu MČ.
- Propagácia mestskej časti Bratislava-Petržalka.



# ROZPOČTOVÉ KRYTIE

Ambíciou referátu komunikácie s verejnosťou je upravovať podielové členenie rozpočtu na pokrývanie jednotlivých činností tak, aby boli posilnené všetky komunikačné kanály, ktoré mestská časť Bratislava-Petržalka využíva alebo bude v pláne využívať.



Mestská časť  
BRATISLAVA-PETRŽALKA

# ĎAKUJEME ZA POZORNOSŤ

Referát komunikácie s verejnosťou 2020

