Spolufinancováno Evropskou unií

ASOCIACE ORGANIZACÍ V OBLASTI VĚZEŇSTVÍ

STANDARD TRANSPARENTNÍ KOMUNIKACE

2025

TRANSPARENTNÍ KOMUNIKACE

ÚVOD

Transparentní komunikace je klíčovým prvkem pro zajištění důvěryhodnosti a efektivity každé organizace, a to zejména v neziskovém sektoru, kde jsou veřejné prostředky a podpora od dárců nezbytné pro udržení činností organizace. K transparentnosti nepatří jen otevřenost v oblasti financí, ale i jasné a srozumitelné předávání informací o cílech, aktivitách, úspěších i výzvách organizace. Tím, že organizace komunikuje otevřeně, zodpovědně a pravidelně, vytváří pozitivní vztah s veřejností, dárci, partnery a dalšími zúčastněnými stranami. Transparentnost nejen že podporuje důvěru, ale také zajišťuje odpovědnost organizace vůči jejímu poslání a cílům

Dodržování standardů transparentní komunikace je nezbytné pro dosažení dlouhodobé udržitelnosti a profesionality organizace. Když organizace aplikuje doporučení týkající se transparentnosti, nejen že přispívá k vlastní reputaci, ale zároveň i ke zdravé kultuře, která je základem pro další rozvoj neziskového sektoru.

Zásady transparentnosti napomáhají eliminaci případných nedorozumění, zajišťují odpovědnost za rozhodnutí a procesy a umožňují efektivní monitoring a evaluaci aktivit organizace. V tomto kontextu jsou doporučení pro transparentní komunikaci užitečná nejen pro udržení integrity, ale i pro podporu a motivaci všech klíčových zainteresovaných stran.

.

1. PRINCIPY KOMUNIKACE

PRINCIPY KOMUNIKACE

by měly být pro členské organizace vodítkem, podle čeho vlastní komunikaci směřovat a na které aspekty se soustředit.

- **Jasnost a srozumitelnost:** Jednoduchost komunikace pro pochopení širším publikem, vyhnout se přílišné složitosti a odbornému žargonu, pokud to není nezbytné.
- **Přesnost a relevantní informace:** Obsah by měl být fakticky správný a relevantní. Struktura: Informace by měly být podávány logicky, jasně a s ohledem na cílové publikum.
- **Konzistence a jednotnost sdělení:** Ujistit se, že informace podávané různými kanály (sociální, web, e-mail, intranet, veřejné akce) jsou konzistentní a neodporují si.
- **Autenticita a maximální otevřenost:** Pravdivé sdílení jak pozitivních, tak případně i negativních zpráv, zejména v situaci krizové komunikace, odpovědí na kritiku, apod.
- **Pravidelnost a předvídatelnost:** Zavedení pravidelné komunikace, například týdenních nebo měsíčních přehledů, aby cílové skupiny věděli, co mohou očekávat.
- **Proaktivita:** Komunikace by neměla být reaktivní (třeba když vznikne problém), ale proaktivní (sdílení plánů, výsledků a rizik předem).
- **Podpora zpětné vazby a naslouchání:** Poskytnutí prostoru, kde mohou jednotlivci, klienti, partneři sdílet své názory, otázky a obavy, zohlednění této zpětné vazby v další činnosti organizace. Možnost zavést i whistleblowerský mechanismus, nebo jeho zjednodušenou podobu.

2. LEGISLATIVNÍ RÁMEC

LEGISLATIVNÍ RÁMEC POVINNĚ ZVEŘEJŇOVANÝCH INFORMACÍ

Povinnost spolku zveřejňovat (dle zákona o veřejných rejstřících) ve sbírce listin:

a) stanovy spolku, zakládací listina
b) usnesení z ustavující schůze spolku (u nových při vzniku)
c) rozhodnutí o volbě nebo jmenování, odvolání nebo doklad o jiném ukončení funkce osob, které jsou členem statutárního orgánu (zpravidla předseda spolku),
d) výroční zprávy – pokud je součástí výroční zprávy účetní uzávěrka a audit; jinak účetní uzávěrka, a to rozvaha, výkaz zisků a ztrát a příloha k účetní závěrce
e) rozhodnutí o zrušení právnické osoby, rozhodnutí, jímž se ruší rozhodnutí o zrušení právnické osoby, rozhodnutí o přeměně právnické osoby, rozhodnutí o zrušení rozhodnutí o přeměně právnické osoby, rozhodnutí soudu o neplatnosti právnické osoby a konečnou zprávu o průběhu likvidace,
f) smlouvu o sloučení spolků, smlouvu o splynutí spolků a smlouvu o rozdělení
sloučením, projekt rozdělení spolků se založením nových spolků a rozhodnutí o změně právní formy spolku,
g) rozhodnutí o úpadku nebo jiné rozhodnutí o insolvenčním návrhu,
h) rozhodnutí soudu o neplatnosti rozhodnutí orgánu právnické osoby,
i) další listiny, o kterých tak stanoví zákon, nebo o jejichž uložení požádá zapsaná osoba, má-li na tom právní zájem.

Povinnost zveřejňování na webových stránkách z žádného zákona nevyplývá.

3. GDPR

GDPR - ZPRACOVÁVÁNÍ OSOBNÍCH ÚDAJŮ:

- **žadatelů o členství ve spolku** – za účelem rozhodnutí o (ne)přijetí konkrétního žadatele za člena spolku
    - základní kontaktní informace, informace o důvodech zájmu členství ve spolku a příp. o dalších očekáváních žadatele
    - dle čl. 6 odst. 1 písm. b) GDPR

- **členů** – za účelem umožnění výkonu práv spojených s členstvím ve spolku a zároveň možnosti kontroly plnění povinností plynoucích z členství ve spolku
    - dle čl. 6 odst. 1 písm. f) GDPR + plnění právní povinnosti podle čl. 6 odst. 1 písm. c) GDPR

- **členů**, bývalých členů, žadatelů o členství ve spolku či jiných osob (např. dárců) za účelem zasílání newsletteru, pozvánek na události pořádané spolkem nebo jiných nekomerčních či komerčních sdělení
    - dle čl. 6 odst. 1 písm. a) GDPR (na základě souhlasu subjektů údajů)
    - dle čl. 6 odst. 1 písm. f) GDPR (oprávněný zájem spolku)

- **členů**, žadatelů o členství ve spolku, osob, kterým zasílá newslettery apod. za účelem vedení evidence žádostí subjektů údajů a způsobu jejich vyřízení
    - dle čl. 6 odst. 1 písm. f) GDPR (oprávněný zájem spolku)

4. DOBROVOLNÉ INFORMACE

DOBROVOLNĚ ZVEŘEJŇOVANÉ INFORMACE

V rámci zajištění transparentnosti je důležité pravidelně zveřejňovat a také pravidelně aktualizovat informace, které nejsou stanovené legislativou, ale přispívají k větší otevřenosti, důvěryhodnosti a společenské odpovědnosti organizace. Níže jsou uvedeny body, které jsou v rámci dodržení transparentnosti z pohledu AOOV doporučené.

- **Finanční oblast organizace**

I pokud zákon nestanoví, je v rámci důvěryhodnosti organizace nutné zveřejňovat výsledky hospodaření, výdaje spojené s jednotlivými projekty, a další klíčové položky v rozpočtu (zde je na posouzení každé jednotlivé organizace, jak detailní výčet svých nákladů vč. např. mzdových zveřejní). Tyto informace je nutné aktualizovat min. jednou za 12 měsíců.

- **Etické zásady a hodnoty**

Je nezbytné, zveřejnit etické zásady a hodnoty, kterými se organizace řídí. Tyto informace by měly být přístupné široké veřejnosti na webových stránkách organizace.

- **Podrobnosti o projektech a programech**

Je vhodné pravidelně zveřejňovat informace o projektech, které jsou organizací realizovány. Každý projekt by měl mít vyčleněný prostor na pro něj nejvhodnějších komunikačních kanálech, kde je sdílen jeho aktuální stav, dosažené výsledky, probíhající aktivity a plány do budoucna. Dopečenými kanály jsou: webové stránky, sociální sítě, newslettery, tiskové zprávy.

- **Statutární orgán, zaměstnanci a dobrovolníci**

Je klíčové mít na svých webových stránkách uvedeny členy statutárního orgánu (vhodné např. s krátkým medailonkem). Dále je důležité zveřejnit informace o zaměstnancích a dobrovolnících, kteří se podílejí na realizaci projektů. Z pohledu veřejnosti e důležité vědět, kdo za organizací
a jejími projekty přímo stojí.

5. IMPLEMENTACE KOMUNIKACE

IMPLEMENTACE TRANSPARENTNÍ KOMUNIKACE

Určení odpovědností
Uvnitř organizace musí být jasně stanoveno, kdo vkládá, na jaké komunikační kanály jednotlivé informace. Před zveřejněním je nutné vždy zkontrolovat jejich správnost.

Zajištění odpovědnosti a kontroly
Aby bylo možné zajistit správnost a včasnost informací, je nezbytné mít uvnitř organizace mechanismy pro kontrolu komunikačních aktivit.

Pravidelné zveřejňování informací
Aby organizace zajistila transparentnost, musí pravidelně aktualizovat zveřejňované informace. Je důležité mít stanovený harmonogram pro aktualizaci a zveřejňování jednotlivých typů informací.

Finanční informace (např. rozpočty, výsledky hospodaření) by měly být aktualizovány a zveřejňovány alespoň jednou ročně a dohledatelné min. 3 roky zpětně.

Etické zásady a hodnoty organizace by měly být vždy přístupné na webových stránkách, aktualizují se pouze v případě jejich změn.

Informace o statutárních orgánech a zaměstnancích by měly být aktualizovány při změnách ve vedení nebo personálním složení. V případě změn ve vedení je vhodné informovat veřejnost a partnery v krátkém časovém úseku, při změně řadových zaměstnanců může být časový úsek delší (např. ukončení zkušební doby, apod.)

Informace o projektech by měly být aktualizovány průběžně, například prostřednictvím měsíčních nebo čtvrtletních přehledů, které budou k dispozici na webových stránkách, anebo v newsletterech.

5. IMPLEMENTACE KOMUNIKACE

Kanály pro komunikaci
Pro efektivní šíření informací by organizace měla využívat různé komunikační kanály. Každý projekt a každá oblast komunikace by měla mít definovanou strategii, jakým způsobem a jak často budou informace zveřejňovány. Ty by měly zahrnovat:

- Webové stránky organizace, které budou sloužit jako centrální místo pro všechny důležité informace a aktuality,
- Sociální sítě pro rychlé a pravidelné sdílení novinek a budování komunity.
- Tiskové zprávy a newslettery pro podrobnější informace o klíčových aktivitách a výsledcích.