

# Koncepce využití nových médií

## MĚSTO LITOMĚŘICE

Autoři:

Mgr. Anna Hrochová (referentka vnějších vztahů a komunikace)

Ing. Eva Břeňová (tisková mluvčí, šéfredaktorka Radničního zpravodaje)

## **Obsah:**

- 1. Co jsou to nová média?**
- 2. Jaká nová média lze využít a k čemu mohou městu pomoci**
- 3. Konkrétní návrh využití nových médií**
  - a) Facebook
  - b) Twitter
  - c) Google
  - d) YouTube
  - e) Instagram
  - f) Mobilní rozhlas
- 4. Komunikace negativních témat prostřednictvím sociálních sítí**
- 5. Závěr**
- 6. Příloha** (Tisková zpráva „Důležité zprávy doručí v Litoměřicích mobilní rozhlas, Příklady interakce na Facebooku města Litoměřice, Grafy počtu „like“ pro Město Litoměřice, Nejvíce komunikovaná témata v termínu od 30. ledna do 28. února 2017)

# 1. Co jsou to nová média?

Jen ve zkratce si v úvodu připomeňme význam sousloví „nová média“, abychom se ujistili, o čem bude v této práci řeč. Wikipedie o nových médiích píše následující:

*„Nová média jsou média založená na digitálním kódování dat. Mezi nová média zařazujeme široké množství mediálních technologií, jako je osobní počítač, tablet nebo mobilní telefon (nebo konkrétní aplikace), ale také počítačové sítě (především internet) či jednotlivé webové služby (internetové vyhledávače, sociální sítě, blogy, wiki servery atd.). Pojem nová média vznikl jako protiklad klasickým, starým médiím – tisk, televize a rozhlas.“*

Hlavní přínos využívání nových médií je interakce mezi samotným médiem a jeho uživatelem, a to bezprostřední a okamžitá, uživatel či odběratel má tak možnost se zapojit. Důležitým aspektem nových médií je jejich dostupnost a možnost sdílení aktualit.

Princip a význam jednoduše popisuje známý publicista a mediální manažer Milan Fridrich:

*„Hlavní princip nové mediální reality je schovaný. Staré médium bylo a je autoritativní a centralizované. V dobrém i špatném smyslu. Nové médium je jeho přesným opakem. Hybatelem nových médií je kdokoliv z nás. Informace proudí jak z médií k uživateli, tak mezi lidmi a médiem ve virtuálním prostoru. Podoba informace se neustále zdokonaluje. Díky YouTube a podobným sítím má audiovizuální podobu. Díky Facebooku a Twitteru, se šíří tak efektivně a rychle, že je využívají i světové zpravodajské agentury. Nová média aktivizovala dosud klidný svět. Z virtuálního prachu se zrodila nová pravidla komunikace, kde člověk už není pasivní čekatel na zprávu, ale její tvůrce a distributor.“*

## 2. Jaká nová média lze využít a čemu mohou městu pomoci?

V současné době existuje mnoho sociálních sítí a jiných služeb. Pro město Litoměřice je však vhodné zaměřit se v první fázi na ty nejvyužívanější, které zajišťují největší dosah k odběratelům informací. Těmi jsou:



Využívání těchto sítí městu přinese především lepší informovanost občanů města i všech, kteří budou médium odebrat (dosah komukoliv na světě – turisté, nadšenci, lidé, které zajímá dění v Litoměřicích či město samotné i jejich přátelé). Kromě pozitivního image města a jeho propagace přináší tato média i důležitou zpětnou vazbu a možnost vyjádření se k problému, tudíž i vtažení do problematiky, lepší informovanost. Důležité je rychlé šíření informace mezi lidmi, které má velký dosah a může být zacíleno přímo na konkrétní uživatele, kteří se o věc zajímají, dostane se i k lidem, které mají v přátelích.

## Konkrétní návrh využití nových médií

Zde se pokusíme nastínit, jak mohou být městu nápomocné konkrétní sociální sítě, konkrétní nová média.

### a) Facebook.



Facebook je v České republice nejoblíbenější a nejvyužívanější sociální sítí. Proto i Facebook města je nejoblíbenější z dosud využívaných sociálních sítí.

Dosud se na facebookovou stránku města „překlápěly“ tiskové zprávy a aktuality zveřejňované na hlavní webové stránce města. Vkládání aktualit bude pokračovat, jako je tomu doposud. To však nestačí a je třeba přistoupit k dalšímu zkvalitňování služby.

Facebookové stránky města mají k dnešnímu dni 2516 likes a 2463 sledujících. Počet sledujících přitom neustále narůstá. To znamená, že uveřejní-li se na stránkách jakýkoliv obsah, okamžitě se objeví na zdi (straně s výčtem aktualit) 2463 lidem. Pokud některý z těchto lidí dá obsahu like, zobrazí se i jeho přátelům, kteří si jej mohou rozkliknout, prohlédnout, dát mu like – tím se obsah zobrazí i jejich přátelům atd. Pokud někdo sdílí obsah uveřejněný na profilu města, stává se součástí zdi jeho profilu, a dává tak možnost kdykoliv prohlédnout obsah všem, kdo jej mají v přátelích. Uživatelé nově přichozí na stránky pak mohou dát like celé straně města, a tím se i jim začne zobrazovat pravidelně nově přidávaný obsah.

Nejčastěji sledované obsahy jsou:

1. Fotografie (nejlépe čtverec nebo široké, mohou být i fotogalerie, ale ne příliš velké)
2. Videá (krátká)
3. Texty (pokud nejsou podloženy fotografií, jejich čtenost je zanedbatelná)

Z toho důvodu je zřejmé, že pokud chceme uživatele přilákat ke sledování strany, která má především textový obsah, musíme na stránky vkládat také fotografie a videa (krátké shoty z akcí pořádaných městem se stručnými informacemi či žánrová videa s krátkým informačním textem), které je zaujmou a následně si tyto uživatelé prohlédnou i následující texty.

**Příklad dobré praxe:** Dne 8. února uveřejnila referentka vnějších vztahů a komunikace fotografie zasněžených Litoměřic s textem „Zimní Litoměřice“. Tato fotografie dosáhla během necelých dvou dní na 8600 uživatelů, získala 355 likes. Díky ní tak mohla referentka města oslovit dalších stovku uživatelů ke sledování profilu a z tohoto množství se za tu dobu 43 nových uživatelů ke sledování stránky také přihlásilo, čímž se zvýšil dosah i pro další informace přidávané na Facebook. Celkem 35 uživatelů tuto fotografii sdílelo. Za čtyři dny dosáhla fotografie na 9258 uživatelů, sdílena byla celkem 41 krát a dostala 378 likes.

**Aktuální stav:** K 1. březnu je dosah tohoto příspěvku na 9 316 uživatelů, 42 sdílení přímo ze stránky, 383 likes přímo na stránce města a celkově 577 reakcí (likes, komentáře, sdílení). Celkový dosah po nasdílení obsahu jinými uživateli je potom dokonce 465x likes, 45x „love“ a 10x „wow“. Díky tomuto příspěvku se podařilo tedy upozornit na stránky města 9 316 uživatelů. Aktivita stránek od té doby vzrostla a i u ostatních článků tak vzrostla sledovanost a čtenost.

Ve srovnání s aktualitami je rozdíl jednoznačný. Aktualita má běžně od 0 do 37 likes, nejčastěji pak okolo 3 až 6 likes. Dosah je od 400 do 3800 sledujících.

Proto se na stávajícím facebookovém profilu města zaměříme na častější zveřejňování fotografií, fotogalerií a krátkých shotů z akcí pořádaných městem. Pokud budou dostupná, začneme vkládat v odkaze na YouTube či konkrétní vysílání videa či pořady týkající se Litoměřic i okolí (naučné pořady, historie, turistika...). Facebook nabízí také možnost využití jednoduchých anket s okamžitým vyhodnocením i transparentními počítadly. Takovéto ankety jsou ideální prostředkem jak zaujmout uživatele Facebooku a zároveň získat jednoduchým způsobem zpětnou vazbu.

U získaných likes se zobrazují i profily uživatelů, kteří like dali. Tento výčet hodláme průběžně otevírat, a pokud se mezi uživateli objeví někdo, kdo ještě nesleduje profil města, bude pozván ke sledování.

Nejen propagace města a života v něm, ale postupem času hlavně **komunikace s veřejností** by měla být jednou z priorit. Na facebookový profil chodí dotazy různého typu, na které je potřeba odpovědět nebo uživatele za správnou odpověď alespoň nasměrovat. I to je součástí kompetence referenta vnějších vztahů a komunikace, který musí být v úzkém kontaktu s jednotlivými odbory, od nichž bude čerpat informace důležité pro sepsání krátké odpovědi. Uživatelé dotaz posílají, protože se domnívají, že jim mediátor zprostředkuje odpověď. To je benefitem nových médií, který zároveň posiluje důvěryhodnost města a jeho představitelů. Město musí na facebookovém profilu jednoduše působit jako sympatická a komunikaci vřele nakloněná osoba připravená pomoci. Tím způsobem pak vytváří pozitivní image i samotnému městu.

Výstupy z facebookového profilu města budou průběžně vyhodnocovány v krátké zprávě charakterizující zájmy a dotazy občanů a následně ve zhruba měsíčním intervalu předávány vedení města.

### **„Sesterský profil facebooku“**

Pro rozšíření sledovanost profilu města lze využít ještě jednu „berličku“, a tou je druhý profil. Ten nesmí být přímo pod hlavičkou města a musí být namířený na širší výsek uživatelů. Profil města by však na tento sesterský profil přidával své příspěvky a pozvánky, čímž bude stoupat dosah uživatelů.

Pro tento účel je vhodné vytvořit profil zaměřený pouze na propagaci kultury, sportu a cestovního ruchu, který by měl zaujmout i mladší generaci. Volit jsme mohli ze dvou možností:

- a) Jednou z možností je vytvořit profil s názvem „Litoměřice Srdcem!“. Jeho správcovství by bylo v kompetenci referenta města, a proto by nebylo možné, aby na něj kdokoliv cokoliv přidával bez mého administrátorského svolení, čímž lze předejít příspěvkům, které sem svým charakterem nepatří. Počítáno je s využitím stránek pro zveřejňování fotografií a fotoreportáží, pozvánek na kulturní a hudební akce, prostor pro prezentaci umělců, typy na výlet apod.
- b) Druhou možností je spolupráce s již existujícím profilem Litoměřice (novinky, soutěže, akce), který je cílený podobným způsobem a má 3948 likes. Bohužel však dosud neexistuje propojení mezi profilem Město Litoměřice a Litoměřice (novinky, soutěže, akce) zřízeným Centrem cestovního ruchu (CCR), tedy příspěvkovou organizací města. To je třeba v dohledné době změnit.

Navrhujeme zvolit možnost b), tedy zahájit spolupráci se zástupcem CCR a propojit profily Město Litoměřice s profilem Litoměřice (novinky, soutěže, akce). Benefitem této varianty je již nasbírané množství likes a již zajištěný dosah odběratelů.

Podstatné je zajistit v dohledné době propojení facebookových stránek města se všemi jeho příspěvkovými organizacemi. Za nejdynamičtější profily v tomto směru lze dosud považovat MKZ a Zdravé město Litoměřice.

#### b) Twitter.



Twitter silně zaostává za facebookem a čeští uživatelé sociálních sítí si jej příliš neosvojili. Twitter města Litoměřice má v tuto chvíli pouze 42 sledujících. Jsou zde publikovány pouze aktuality zveřejňované na webové stránce města a aktuality HC Litoměřice. I zde platí stejná pravidla jako na Facebooku, avšak vzhledem k tomu, že není Twitter v ČR tolik rozšířený, zaměřit bychom se zde měli spíše na zahraniční uživatele, a to nikoliv současným profilem, ale novým.

Navrhujeme zřídit za tímto účelem profil „I love Litoměřice“, na kterém by byly zveřejňovány především fotografie propagující krásy města Litoměřice a videa s krátkými a výstižnými popisky v angličtině, k tomu pozvánky na kulturní akce ve městě výraznějšího typu (vinobraní, pivobraní, Zahrada Čech apod.)

#### c) Google +.



sloužící k prezentaci města.

Tento účet je nejméně využívaný. Město na něj vkládá pouze videoreportáže regionální televize. Je vhodné jej doplňovat také o fotografie. Není nutné tento profil využívat pro aktuality, ale spíše jako jakýsi časosběrný profil

#### d) YouTube.



YouTube umožňuje pouze vkládání videí, z toho důvodu jsou zde v tuto chvíli především příspěvky regionální televize. Mohou se však vkládat také zajímavé pořady týkající se Litoměřicka.

#### e) Instagram.



Instagram je síť pro sdílení fotografií. V podstatě jde o jednoduchou aplikaci vytvořenou na míru pro sdílení fotografií přímo z telefonu, ale lze sdílet i fotografie z počítače. Fotografie mají čtvercový formát, Instagram je sám do tohoto formátu upravuje (lze ale ořez upravit tak, aby výsledek byl pouze zmenšená obdélníková fotografie). Fotografie z Instagramu je možné jednoduše sdílet na sociální sítě (Facebook, Twitter). V tuto

chvíli existuje profil litoměřice\_town, založený Centrem cestovního ruchu, který však není pravidelně aktualizován a ani neobsahuje odkaz na Facebook města Litoměřice. Při vhodně nastaveném správčovství stránky půjde o další krok v propagaci města Litoměřice na sociálních sítích, v ideálním případě ve spolupráci s dalšími litoměřickými fotografy.

#### f) Mobilní rozhlas.



Tato služba je svým způsobem velice specifická, protože se nejedná o službu, která má specifickou interakci mezi odběratelem a sprostředkovatelem zprávy. Její uživatelé se k jejímu odběru hlásí sami a sami si mohou určit, jaký typ informací pro ně služba zprostředkuje. Jedná se navíc o velice důležitou službu zajišťující, že se k odběratelům, v tomto případě tedy občanům města, dostanou ty nejnnutnější informace okamžitě. Tato služba svým způsobem zdokonaluje klasický

místní rozhlas (viz tisková zpráva v příloze).

Jedná se o zasilání zpráv informativního charakteru, a to prostřednictvím e-mailu nebo SMS (jsou i možnosti prostřednictvím mobilní aplikace nebo dokonce zasilání hlasových záznamů např. starosty města). Občané budou dostávat důležité informace o dění ve městě, mohou dostávat zprávy například o dopravních uzavírkách, čištění ulic, výpadku elektrického proudu, odstávkách vody, ale také o kulturních a společenských akcích. Důležitou funkci mají krizové SMS, které bezprostředně informují občany například během povodní nebo prudkého nárazového větru a podobné. Další možností využití mobilního rozhlasu jsou referenda a ankety, lidé mohou také potvrdit účast na akcích nebo odsouhlasit záchranné aktivity.



Při provozování mobilního rozhlasu bude nutná **rychlá a efektivní součinnost** tiskové mluvčí města a referentky vnějších vztahů a komunikace s jednotlivými odbory i městskou a státní policií, aby byla zajištěna okamžitá informovanost.

V souvislosti se spuštěním mobilního rozhlasu bude realizována informační kampaň vedoucí k rozšíření povědomí o této službě.

## **4. Komunikace negativních témat prostřednictvím sociálních sítí**

Město Litoměřice dlouhodobě úspěšně buduje pozitivní mediální obraz. Nebojí se přitom tzv. tradiční cestou komunikovat témata, která nejsou pro město jen pozitivní. Ideálním prostorem jak zapojit veřejnost do diskuse jsou kromě veřejných diskusních fór i sociální sítě. Je dobré vědět, co si obyvatelé města myslí a zjišťovat nálady ve společnosti. Jen tak se město může posouvat dál.

Sociální sítě jsou ideálním místem, kde lze otevírat velká témata (příklad pěší zóny, výstavba parkovacího domu, zdražení parkovného v centru apod.) a jejich prostřednictvím zjišťovat názory obyvatel. A zároveň je prostřednictvím vhodných nástrojů analyzovat a předávat vedení města pro další rozhodování. Ve vyšší míře tak přistoupíme k participaci obyvatel na veřejném životě, což je ostatně jeden z principů Místní agendy 21 a Zdravého města Litoměřice.

## 5. Závěr

Z výše uvedeného vyplývá, že největší přínos má pro město využití Facebooku a mobilního rozhlasu. **Facebook** dokáže oslovit veřejnost i tam, kam běžné webové stránky nemohou dosáhnout. Zároveň umožňuje zveřejňovat daleko širší výčet aktualit a informací než webové stránky. Přibližuje město víc lidem, běžnému životu. Nemusí a ani nemá být zatěžující, nepotřebuje tedy hluboká témata a myšlenky, ale na druhou stranu může nabízet kromě kratochvíle i aktuality města. Zde přichází vhod možnost vyjádření názoru, která tyto aktuality jakoby vrací „zpět občanovi“, který může reagovat.

Město Litoměřice má negativní zkušenost z veřejného diskusního fóra, na kterém často zaznívaly urážky a invectivy. V případě Facebooku je situace odlišná. Vzhledem k tomu, že uživatel reaguje ze svého soukromého profilu, nedovolí si tolik, co na jiných diskusních fórech, kde vystupuje anonymně. Navíc diskusi je možné moderovat.

Facebooková stránka města má být především pozitivní, tím pádem napomáhají i pozitivnímu image města.

Jedním z úkolů referenta vnitřních věcí a komunikací by měla být i koordinace spolupráce se správci facebookových stránek jednotlivých příspěvkových organizací, protože jejich stránky nejsou vzájemně propojeny. Ba co víc, ani neodkazují na facebookové stránky svého zřizovatele, kterým je město Litoměřice.

Naproti tomu **mobilní rozhlas** přináší věcné informace různé stupně důležitosti. Uživatelé si sami určují, co jim bude chodit za zprávy, co chtějí sledovat. V budoucnu se bude jednat o důležitý informační kanál nejen v případě krizových situacích. Mobilní rozhlas má potenciál stát se důležitým a skalním médiem pro okamžitou informovanost občanů města v nejnútnejších případech, informace o kulturních akcích či provozních záležitostech jsou jakousi přidanou, leč také důležitou hodnotou tohoto média.

Ostatní sítě sice v současnosti nemají takový význam, jako výše zmíněné, ale i přesto svou důležitost mají. Existuje zde propojenost jednotlivých sítí (například YouTube, Google +, Facebook/Twitter/Mobilní rozhlas) a zároveň pestrost možností využití jednotlivých sítí. Větší potenciál těchto sítí se může projevit i v budoucnu, proto je dobré je nadále rozvíjet, případně rozšiřovat. Příkladem může být Snapchat, který si například hlavní město Praha založila s cílem postihnout cílovou skupinu ve věku od 14 do 21 let.

## 6. Přílohy:

Tisková zpráva:

### Důležité zprávy doručí v Litoměřicích mobilní rozhlas



Máte zájem dostat do svého mobilu zprávu o dopravní uzavírce, odstávce energie, stavu ovzduší, úklidu ulic, ale třeba i kulturních akcí konaných v Litoměřicích? V takovém případě se připojte k projektu „Mobilní rozhlas“. Jako novou službu občanům ho

v zájmu rychlé informovanosti spouští 6. března město Litoměřice.

Mobilní rozhlas bude doručovat důležité zprávy přímo do mobilních telefonů nebo emailových schránek všem přihlášeným uživatelům. Významnou úlohu má plnit v krizových situacích, kdy se stane důležitým nástrojem k okamžité informovanosti osob, kterých se mimořádná událost konkrétně týká. „V podstatě jde o zdokonalení všem dobře známého místního rozhlasu. Chceme zajistit, aby se důležité informace dostaly do každé domácnosti, aby zprávu nikdo nemohl přeslechnout, aby si na každého počkala v telefonu nebo emailové schránce,“ vysvětlil tajemník Městského úřadu Litoměřice Milan Čigáš.

#### Jak se přihlásit?

„Stačí se zaregistrovat, vyplnit telefonní číslo a e-mail. Následně pak budete zdarma dostávat SMS zprávy, hlasové zprávy a e-maily o dění ve městě. Lidé mohou prostřednictvím této služby odpovídat také na referenda a ankety, mohou potvrdit účast na akcích nebo odsouhlasit záchranné aktivity,“ upřesnil Ondřej Švrček, zakladatel projektu Mobilní rozhlas.

Pro přísun informací z mobilního rozhlasu Litoměřice se zaregistrujte na internetové adrese: <https://litomerice.mobilnirozhlas.cz/>

#### Nejsme jediní

Spuštěním služby Mobilní rozhlas se město Litoměřice připojilo k dalším 150 městům a obcím v České republice, jako je například Praha 10, Benešov nebo Znojmo.

Mobilní rozhlas se také umístil na 4. místě v Křišťálové lupě 2016 – Cena českého Internetu, kategorie Veřejně prospěšná služba. Křišťálová lupa oceňuje nejoblíbenější a nejzajímavější projekty a služby v daném roce.

## Příklady interakce na Facebooku Město Litoměřice

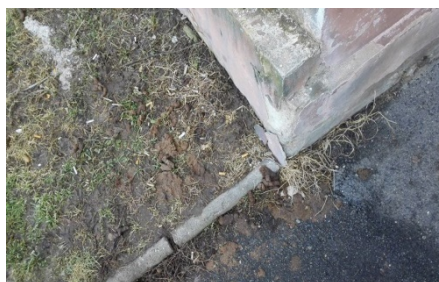
Během února 2017 se podařilo zahájit otevřenou i soukromou komunikaci s občany města Litoměřice. Občané se svěřují s problémy týkajícími se města, referentka na tyto dotazy reaguje a snaží se dávat konkrétní odpovědi. Občané se na stránky vrací a i negativní témata pak uzavírají pozitivní odpovědí nebo dají jednoduše like (i to je pozitivní reakce).

Příklad komunikace na Facebooku:

### Soukromá komunikace (interní zprávy, nejsou veřejně přístupné, probíhají vždy mezi komunikujícími subjekty)



Lucie Joštová: Dobry den. Rada bych se zeptala jestli mesto Litomerice hodla neco udelat s psimi exkrementy. Je to opravdu silene, s kocarkem se jim neustale vyhybam... Chapu, ze byl ted dlouho snih a vse vylezlo, ale bylo by fajn vyslat do ulic nekoho kdo by to uklidil, je toho opravdu pozehnane. Verim ze nejsem ani prvni a ani posledni, kdo si na tento neporadek stezuje. Posilam napr. foto ze zacatku ulice Turgenevova, kde je toho opravdu mraky...



Dobrý den! Zrovna nedávno jsme psali na Facebook města, že technické služby v těchto dnech posilují služby zejména na sídlištích a v parcích. Bohužel, není možné v této době zvýšit personální obsazení služeb, město disponuje dvěma vysavači exkrementů. I přesto v těchto měsících nasbírají 1,5 tuny exkrementů. Je možné, že k Vám pracovníci ještě nedorazili. Vaši fotku i s adresou "výskytu" proto přeposílám na technické služby, aby se k Vám pracovníci vypravili co nejdříve. Za dotaz a podnět děkujeme! S pozdravem, Mgr. Anna Hrochová, referentka vnějších vztahů a komunikace MěÚ Litoměřice.



Lucie Valsová: Dobrý den, přijde vám toto normální? Denně se tu najde několik řidičů, kteří zaparkují do 3 řady. Pak nemáme šanci vyjet ven.. A nebo ti co se vedle auta postaví tak, že ani dveře neotevřete. Nemáte v úvaze, zde nechat namalovat pruhy k parkování? A také by sem mohla více zajíždět MP.. Děkuji



Město Litoměřice

Dobrý den! Děkujeme za podnět, zítra Vaši zprávu i s fotografií předám na příslušný odbor. Případné vyjádření Vám samozřejmě přepošu. S pozdravem, Mgr. Anna Hrochová, referent vnějších vztahů a komunikace



Lucie Valsová: Ja vam strasne dekuji.. V teto fotografii sice stoji ted auto mesta Ltm, ale denne se tu najde i 5 aut co vytvori 3 radu a spousta lidi z Ruzovky nema moznost autem vyjet. Jinak preji hezky zbytek dne

Město Litoměřice

Dobrý den! Přeposílám odpověď od vedoucího odboru dopravy a SH Bc. Jana Jakuba:

Město Litoměřice

Dobrý den, pokusím se krátce a stručně popsat situaci, která je zachycena na fotografii... Jedná se o lokalitu na rozhraní ul. Daliborova a Růžovka - viz také naše fotografie v příloze z jiného pohledu. Tento prostor, který byl kdysi jakousi nepřímou součástí čerpací stanice Benzina, sloužil částečně pro příjezd vozidel na tuto stanici a částečně jako křižovatka jednotlivých ramen místních komunikací po dlouhá desetiletí. V nedávné minulosti však došlo ke kompletnímu zrušení tohoto zařízení, včetně technologií, pozemek byl následně upraven a zasypan do současné podoby. Z pochopitelných důvodů se následně celá část zpevněných ploch počala občany využívat k parkování vozidel, což však z uvedené plochy ale ještě nedělá nějaké oficiální řádné parkoviště. Tato plocha nebyla jako parkoviště kolaudována. Obecně se dá říci, že parkování vozidel ve stávajícím rozsahu na dotčeném místě je všemi, včetně složek obou policií, pouze jaksi "tolerováno", umožněno... Na místě

tedy platí obecná pravidla provozu na poz. komunikacích ukotvená v zák. č. 361/2000 Sb. jako kdekoliv jinde. Pokud tedy někdo brání jinému vozidlu v odjezdu či vyjetí, pak se dopouští jednání, které je v rozporu s pravidly provozu. Rovnou však konstatuji, že na místě bude zřejmě dosti problematické komunikativně prokazovat, zda byla parkovací řada ta či ona vytvořena dříve než jiná, resp. tedy, kdo byl poslední parkující ve "třetí či první řadě na místě", což má zásadní vliv na posouzení případného přestupku. Z výše uvedených důvodů nelze "zhojit" situaci na místě prostým vyznačením pruhů na parkování. Celá záležitost by musela být řešena dle našeho názoru jako investiční akce, konečnou podobu by musel navrhnout projektant na dopravní stavby a pravděpodobně by došlo i na stavební úpravy. Tento rozsah činností a návazností by v případě zájmu a s vazbou na priority města zajišťoval majetkový správce místních komunikací, kterým je odbor územního rozvoje. Závěrem podotýkám, že pokud by došlo na jakékoliv oficiální vyznačování parkovacích míst, ohraničení parkoviště, řešení formy provozu na místě, vjezdu, výjezdu apod. dle platných předpisů, pak by zcela jistě došlo k významnému poklesu momentální využívané absorpční kapacity plochy. Co se týká příp. zvýšeného dozoru ze strany MP, pak uvádím, že zdejší odbor není kompetentní se k tomuto vyjádřit a proto si tento e-mail dovoluji zaslat rovnou na vědomí i veliteli MP Litoměřice p. I. Králíkovi k případnému vyhodnocení dotčené problematiky.

## **Veřejná komunikace (příklad je z hodnocení města, které je veřejně dostupné komunikativně)**

[Denisa Dentistka Mojžíšová](#) reviewed [Město Litoměřice](#) — *4 star*

Docela jsme s městem a vedením spokojeni, až na dvě věci. 1. nechápu proč musím platit tak vysoký poplatek za psa, když bydlíme na kraji města a pes je celý den na zahradě, do města nechodí tudíž s ním nemá město žádné náklady a za 2. jsem šokovaná zaměstnanci technických služeb, kteří mají tu drzost že hladí a krmí cizí psy přes plot, jednou nám psa otrávil a navíc co kdyby je ten pes kousnul? Fakt nechápu!!!

[Město Litoměřice](#) Dobrý den! Děkujeme Vám za Váš názor. Mrzí nás Vaše špatné zkušenosti se zaměstnanci technických služeb, jsme rádi, že se i přesto na nás s důvěrou obracíte a pokusíme se v tomto směru "zabrat". Je pravda, že poplatky za psa není možné v současné době rozdělit podle městské části, a tak se náklady na úklid po našich psích přátelích rozpočítávají mezi všechny majitele psů. Město Litoměřice

[Daniela Bartoli Benzi](#) reviewed [Město Litoměřice](#) — *5 star*

Pozdravuji Litoměřice z Itálie, pekne okresni mestecko, narodili se tam moji bratri.

[Město Litoměřice](#) I my Vás zdravíme do Itálie, děkujeme Vám!

## Grafy počtu „like“ pro Město Litoměřice:

Profil Facebooku Město Litoměřice měl k 31. lednu 2017 2423 likes



K 28. únoru 2017 se počet likes zvýšil na 2547 likes, tedy o 124 likes.



## Nejvíce komunikovaná témata v termínu od 30. ledna do 28. února 2017

1. Foto „Zimní Litoměřice“: **9,3 tisíce** oslovených uživatelů
2. Palachovu ulici čeká zásadní proměna: **2,4 tisíce** oslovených uživatelů
3. Na Výstavišti Zahrada Čech právě probíhá výstava Děti a zvířata (krátké video s informacemi): **2,3 tisíce** oslovených uživatelů
4. Pod roztálm sněhem se objevily „nechtěné dárky“ (úklid MS): **1,8 tisíce** oslovených uživatelů
5. Rada města ukončila nájemní smlouvu společnosti Zahrada Čech: **1,7 tisíce** oslovených uživatelů
6. Zapojte se do plánování rozvoje školství na Litoměřicku: **1,6 tisíce** oslovených uživatelů
7. Zapojte se do plánování rozvoje školství na Litoměřicku: **1,6 tisíce** oslovených uživatelů
8. Víte, že v litoměřické knihovně si můžete zapůjčit také e-knihy?: **1,3 tisíce** oslovených uživatelů
9. Mírové náměstí bude od března snímat nová webkamera: **1,1 tisíce** oslovených uživatelů
10. Elektromobily se opravdu vyplatily: **1,1 tisíce** oslovených uživatelů

V termínu **30. ledna až 28. února 2017** bylo na facebookovém profilu města uveřejněno celkem **46 příspěvků**.