

Parádní web a Parádní video

Weby měst a obcí se vyrovnávají s novými výzvami



Známe vítěze dalšího ročníku redakční soutěže Veřejné správy, ceny byly slavnostně předány, začínáme sledovat letošní webové dění. Po letmé přehlídce vítězů věnujme pozornost některým myšlenkám z podnětného semináře, který již tradičně následoval po slavnostním ceremoniálu.

Jiří Chum

Ceny za Parádní web 2015 a Parádní video se předávaly 30. března na Ministerstvu vnitra a v úvodu připomněla náměstkyně ministra Jana Vildumetzová, že webové stránky jsou dnes vyhledávanou výkladní skříní vesnice, městyse nebo města. Sekce, kterou řídí, vyhlásila soutěž Přívětivý úřad, určenou pro obce s rozšířenou působností, jejíž vyhodnocení bude počátkem léta a do které se přihlásilo 185 úřadů. I v této soutěži má význam kvalita interakce s veřejností na webu. Mnoho úřadů má elektronický objednávkový systém, téměř všichni úředníci jsou dostupní prostřednictvím kontaktů na webu, mnohdy však radnice neuvádějí jejich mobilní telefony. V době, kdy komunikace co nejrychleji proudí všemi směry a přesouvá se do mobilních přístrojů by takovému trendu měli i úředníci alespoň v pracovní době více nastavit kůži. Význam webů a snahu o jejich interaktivnost a přehlednost zdůraznili následně zastupci partnerů soutěže Dan Jiránek, výkonný ředitel Svazu měst a obcí, Simona Wildová, ředitelka úseku burzovních obchodů Českomoravské komoditní burzy Kladno i Radim Ponert ze společnosti CZ.NIC. Ten následně hovořil o službě mojeID, která měla v den semináře 511 340 uživatelů.

Výsledky soutěže

V kategorii Obce byly třetí Radvanice, druhé místo získal Chudrov, cenu převzal starosta Stanislav Kovář. První místo patřilo městyši Okříšky, starosta Zdeněk Ryšavý je i z hlediska nových technologií mužem na svém místě, neboť již od roku 2009 sám webové stránky městyse vytváří. Považuje je za ucelenou příležitost k prezentaci municipality, a tak vedle úředních věcí web informuje i o kultuře a sportu. Strohý web úřadu by podle jeho názoru tolik pozornosti nepřitáhl, nyní má denně až 700 přístupů, což je vzhledem k dvěma tisícům obyvatel významné. Web Okříšek je responzivní, otvírá se plnohodnotně v počítači i na mobilních přístrojích, městys má svůj facebookový profil.

V kategorii města obsadil třetí místo Rožnov pod Radhoštěm, druhé místo patřilo Litoměřicím, cenu převzal informatik města Jan Černý. Dvojnásobný triumf pak znamenalo město Boskovice. Získalo první místo ve své kategorii a zároveň se stalo absolutním vítězem celého ročníku soutěže. Cenu převzal tajemník městského úřadu David Škvařil. Podle jeho slov zastupitelé i úředníci považují web za důležitý komunikační nástroj a usilují o to, aby byl přehledný a přístupný. Standardní služby jsou velmi rozmanité,

z těch nadstandardních připomeňme webkamery či uživatelsky velmi vstřícnou rubriku Kam na oběd.

V kategorii Parádní video byla udělena jen první cena. Získal ji Úřad Městské části Praha 13 za animované video Šťastní na třináctce (2:40), které velmi vstřícnou formou a na příkladu fiktivní mladé rodiny, jež bydlí na území městské části, seznamuje návštěvníky webu se základními službami úřadu i způsobem, jak mnohé z nich využít dálkově a na úřad se vydat jen v případě, kdy je klientova osobní účast nezbytná. Služby oceněného úřadu Praha 13 jsou skvělým rozvinutím principů Czech POINTu, jehož pilotní projekt byl spojen právě s touto městskou částí. Video má v sobě opět hodně „pilotního“ a může posloužit jako příklad dobré praxe při promyšlené vizualizaci dialogu mezi občanem a radnicí.

Ověřená elektronická identita a její vliv na služby veřejné správy

Radim Ponert ze společnosti CZ.NIC se ve svém vystoupení soustředil na službu mojeID a její využití ve veřejné správě. Firma, kterou zastupuje, je zájmové sdružení právnických osob, komerčně neutrální subjekt, jemuž je svěřena správa české národní domény .CZ. Pojmem mojeID se rozumí ověřená elektronická identita. Jedno jméno a heslo znamená vyšší bezpečnost přihlašovacího procesu, rychlou a snadnou registraci u nových služeb. Zaručena je kontrola nad předáváním údajů službám, projekt je určený fyzickým i právnickým osobám a samozřejmě, předpokladem všeho je kultivované chování na internetu. Služba rozlišuje tři úrovně ověření moje ID, validovaný účet může sloužit také jako elektronický občanský průkaz. Služby již využívá více než 160 měst a obcí, stovky internetových portálů, několik tisíc e-shopů a desítky knihoven. MojeID je možné využít k přihlašování a registraci na webu obce, k úplným elektronickým podáním prostřednictvím inteligentních formulářů, k ověřeným anketám v rámci elektronického referenda, k peticím, diskusním fóřům a rezervačním systémům. Podle Radima Ponerta lze robustní a nákladné řešení elektronických inteligentních formulářů nahradit minimálně klasickým elektronickým formulářem s možností předvyplnění kontaktních údajů, včetně data narození, pomocí validovaného účtu mojeID. Elektronickým formulářem se pak například dá řešit podávání žádostí na úřad, přihlášení nebo odhlášení služeb či objednávky odvozu odpadu. Když se mojeID využije pro přihlašování do anket, je možné garantovat ověřená data, zamezit podvodnému hlasování a kromě jiného využít i trvalého bydliště pro větší relevanci výsledků. Když si občan chce vyřídit na úřadu obce

Výherci soutěže Parádní web 2015

Kategorie Město/městská část

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| 1. Boskovice | www.boskovice.cz |
| 2. Litoměřice | www.litomerice.cz |
| 3. Rožnov pod Radhoštěm | www.roznov.cz |

Kategorie Vesnice/městys

- | | |
|---------------|------------------------|
| 1. Okříšky | www.okrisky.cz |
| 2. Chudarov | www.chudarov.cz |
| 3. Radslavice | www.obecradslavice.com |

Kategorie Video

- | | |
|----------------|-----------------------------|
| 1. MČ Praha 13 | Šťastní na třináctce (2:40) |
|----------------|-----------------------------|

Absolutní vítěz

Boskovice



určitou agendu, musí stále předávat svoje osobní údaje. Pokud je možné přihlásit se do portálu obce centrálně pomocí mojeID, není problém mít stále k dispozici ověřené údaje u všech agend, například objednání na úřad, náhled do rozpočtu, nahlášení závad a poruch, dotazy na řešení životních situací, inzerce nebo vkládání fotografií do galerií.

Moderní design rozhoduje o zájmu návštěvníka webu

Luboš Buračinský ze společnosti Striker Digital upozornil na to, jak je pro návštěvnost webu významné zjistit, kdo je jeho koncovým uživatelem. Lze pak vytvořit archetyp uživatele a z jeho vlastností podobu stránek odvodit. Nesmíme zapomenout, jaké jsou cíle webu. Primárním cílem je informovat občany o aktuálním dění v jejich místě bydliště. Sledujeme, jak se uživatelé dostávají na stránky a jak pak dál putují webem. Stoupá význam mobilních zařízení, a designér proto musí koncipovat typografii, logiku barev, definovat celkový styl tak, aby podoba webové prezentace zůstávala i v takových přístrojích plnohodnotná. Dokonce lze říci, že design webu už se dnes vytváří nejprve pro mobily a teprve pak se adaptuje pro použití v dalších zařízeních. Je potřebné pamatovat na typografii, každý web má přesně dané styly fontů, důležitá je logika barev, které mohou mít specifický účel. Barvy, které obsahují výzvy k akci, zůstávají napříč kategoriemi. Potřebné je též určit, jak se mají jednotlivé komponenty chovat v případě, že na ně uživatel najede myší. Ve struktuře soudobého webu je třeba také respektovat, že hlavní zdroj návštěvnosti tvoří sociální síť.

Mobilní rozhlas přináší revoluci v komunikaci s občany

Ondřej Švrček ze společnosti Neogenia zmínil nejprve nevýhody klasického obecního rozhlasu, spočívající v nedostatečném plošném pokrytí služby, špatné srozumitelnosti, vysoké pořizovací ceně i provozních nákladech, a představil nová řešení založená na moderních komunikačních prostředcích. Stále více obyvatel odjíždí na celý den z obce a téměř každý má mobilní telefon. Ten postačí k příjmu informací z mobilního rozhlasu, úřady pak potřebují pouze počítač, chytrý telefon a připojení k internetu. Systém funguje nepřetržitě na bázi cloud computingu na vzdálených serverech, není jej třeba instalovat na vlastní počítače. V intuitivním rozhraní si lze vybrat z několika metod komunikace – e-mailové, SMS či hlasové. Hlasové zprávy se vytvářejí buď zadáním textu, jenž

je následně automaticky převeden do mluvené formy, nebo nahráním do počítače. Díky možnosti reagovat na sdělení přímo na mobilním telefonu lze rychle tvořit místní referenda. Odpovědi systém zaznamená a rovnou vyhodnotí. Ondřej Švrček upozornil na to, že zásah rozesílek je jasně měřitelný a zobrazuje se v přehledných statistikách okamžitě po odeslání sdělení. Je možné se obrátit na přesnou skupinu příjemců, třeba z konkrétní ulice, systém je velmi intuitivní a uživatelsky vstřícný rovněž k seniorům. Překážkou funkčnosti systému není ani výpadek proudu a sdělení je možné posílat odkudkoli. Využít jeho prvků lze i na naučných stezkách či v automatických průvodcích po městě.

Blind friendly web

Projekt na semináři zastupoval Radek Pavlíček. Zmínil zkušenosti z testování webů soutěže Parádní web 2015 a upozornil pak na vlastnosti přístupného webu. Při strukturování obsahu webu je třeba mít na paměti, že se k němu potřebují dostat i uživatelé, kteří využívají zprostředkující nástroje. Důležitá je ovladatelnost webu z klávesnice, přeskakovací odkazy a textové alternativy grafických prvků. Za hranice dostupnosti pro uživatele se zrakovým znevýhodněním se často dostávají formuláře, dokumenty v pdf formátu a samozřejmě videa či vizuálně stavěné aplikace. Při tvorbě webových stránek se doporučuje klást důraz na přístupnosti jako součást zadávací dokumentace a vybrat si dodavatele, který dovede přístupnost učinit samozřejmou součástí webu. Nutné je pohlídat si také přístupnost příspěvků, které se na web vkládají, a průběžně ji testovat.

Chtějí radnice vlastní videa?

Co ukázaly dva roky zájmu o obecní videa? Nejčastěji se objevují profily měst, městysů nebo vesnic většinou v profesionálním zpracování. Druhou skupinu, u níž je ještě značně zastoupena tvorba amatérů, představují videofilmy z různých slavností. Třetí, velmi potřebnou skupinu videí tvoří projekty věnované návodům, jak vyřizovat nejčastější záležitosti na úřadě. Mezi nimi mají vysokou úroveň profesionálně připravené animované filmy, jak ostatně potvrdilo i letošní vítězné video. V nabídce videí nalezneme rovněž rozhovory se starosty a zastupiteli či záznamy z jednání zastupitelstva. Najdou se však obdivuhodné výjimky, z nichž stále s radostí doporučuji

webové stránky obce Čížkov www.obec-cizkov.cz, kde jsou skvělé rozhovory s pamětníky a opravdu nedostižné vycházky do okolní přírody se starostou obce. Menší část videí umísťují radnice na vlastních serverech, ponejvíce směřují odkazy na YouTube nebo Vimeo. Forma je rozmanitá, za nejjednodušší zpracování lze považovat i sledy fotografií, doplněné o prolínačky i zoomy a provázené hudbou. Jaká je optimální délka? Stále považují za optimální stopáž nejvýše třiminutovou, většina záznamů ze slavnosti bývá však přímo nezřízeně dlouhá, výjimkou není více než hodina. Otázkou je, kdo takový záznam vydrží sledovat. Zmíním se ještě o zvukové stopě. Často ji tvoří hudba a mnohdy tak příšerná, že spíše ruší atmosféru snímku. Daleko působivější je, a to i u amatérského videa, zvládnutý kontaktní zvuk. Problematický může být i mluvený komentář, když se stane, že se předhání s hudbou. Samostatnou kapitolou jsou titulky. Když pomínou, že by měly mít typografickou kázeň, vždy mě vyděsí jejich délka. U dvou z finalistů parádního videa tvořily titulky v případě téměř sedmiminutových videí téměř dvě minuty. Opravdu, méně je více.

Na semináři vystoupil k pravidlům tvorby obecních videí Lukáš Kellner z Fakulty designu a umění Ladislava Sutnara Západočeské univerzity v Plzni. Když obec nemá peníze na profesionální firmu, zapojí nadšence. Ti se většinou věnují videím, která informují o tom, co se stalo v krátkodobém horizontu. Délka videa, umístěného na sociální média, by se měla pohybovat od 15 do 50 vteřin. O tom, zda video zaujme, se rozhoduje v prvních pěti vteřinách. Video na webu se obrací k těm, kteří mají o událost hlubší zájem, neměla by však přesáhnout pět minut. Potřebná je kvalitní příprava, schopnost tvůrců rychle reagovat na situace, zachycení atmosféry podtrhuje střihová skladba. Grafika má být jednoduchá, na konci videa loga sponzorů a stručné poděkování spolupracovníkům.

Jak jsme již předeslali, cenu z kategorie Parádní video si odnesl animovaný film. Bylo proto na místě zařadit do programu semináře také příspěvek na téma Animace jako moderní prezentace obce, s nímž vystoupil Jakub Obraz z animačního studia KLUCIVESPOLEK. Svoje vystoupení doplnil několika ukázkami (zájemci si je mohou prohlédnout na www.klucivespolek.com). Animace je podle Jakuba Obraze vhodná všude tam, kde zadavatelé potřebují, aby video tolik nestálo, a také když je téma abstraktní a nemá fyzickou podobu. Jednou z ukázek byla His-

torie kolínské vodárny pojednaná přehledně, s patřičným nadsledem i jemným humorem. Příprava animovaného projektu začíná sběrem informací, počítá se s potřebou velkého množství informací a grafiky. Ty jsou pak podrobeny přísnému zhuštění a nezbytnému zjednodušení. Animace se mnohdy kombinují s filmy pořízenými kamerou z dronu. Nejde o levnou záležitost, v průměru se náklady na třiminutové animované video pohybují kolem 50 tisíc korun. Motivy z animovaných videí se však mohou promítnout také do korporátního image města a objevit se i na tištěných materiálech nebo na reklamních předmětech.

Hackerská etika a výzva pro generaci Y

Pro webové stránky i pro videa platí, že nevznikají ve vzduchu-prázdnu. Samozřejmě, od webů obcí s rozšířenou působností nemůžeme čekat žádnou „avantgardu“, neotřelé, kreativní pojetí webové prezentace zůstane přece jen výsadou špičkových firem. Navíc musí úřady dodržet nabídku povinných informací a jejich stránky potřebují být čitelné i v mobilních zařízeních. Přesto se autor tohoto textu domnívá, že stále velký prostor pro kreativitu zůstává menším sídlům. Weby městysů a vesnic by měly vedle úředních informací dýchat ještě člověčinou, umět být nezaměnitelné. Nikde jinde není větší příležitost zapojit do tvorby webu výrazné individuality. Když však po zajímavých webech pátráme, brzy nás vysílí stovky nevynalézavých, vesnici od vesnice se opakujících šablon.

V knize *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age* (2001) zdůrazňuje finský filozof Pekka Himanen (nar. 1973) hackerský vztah k práci v původním významu termínu, tedy jako přístup bytosti, která je vášnivě oddaná své práci, ovšem touží její výsledky sdílet s ostatními. Takový přístup k práci osvobozuje kreativitu a energii, naplňuje život radostí i významem. Hackerská etika mění zaměstnaneckou kulturu ve prospěch tvůrčích osobností a atmosféry důvěry. Malé, flexibilní firmy jedenadvacátého století podporují ve svých zaměstnancích spontánnost a radost ze života v pracovní i soukromé sféře. Podobnou cestou by se měla vydat právě malá sídla a mezi svými občany dát – určitě při tvorbě webu a rozvoji sociálních sítí – příležitost nesmlouvavosti a vynalézavosti nastupující generace Y. Internetové aktivity vesnic, městysů a sídel pak snadněji vyplují ze stojatých vod a informační věk bude o něco lidštější, Parádní web pak ještě parádnější. ■

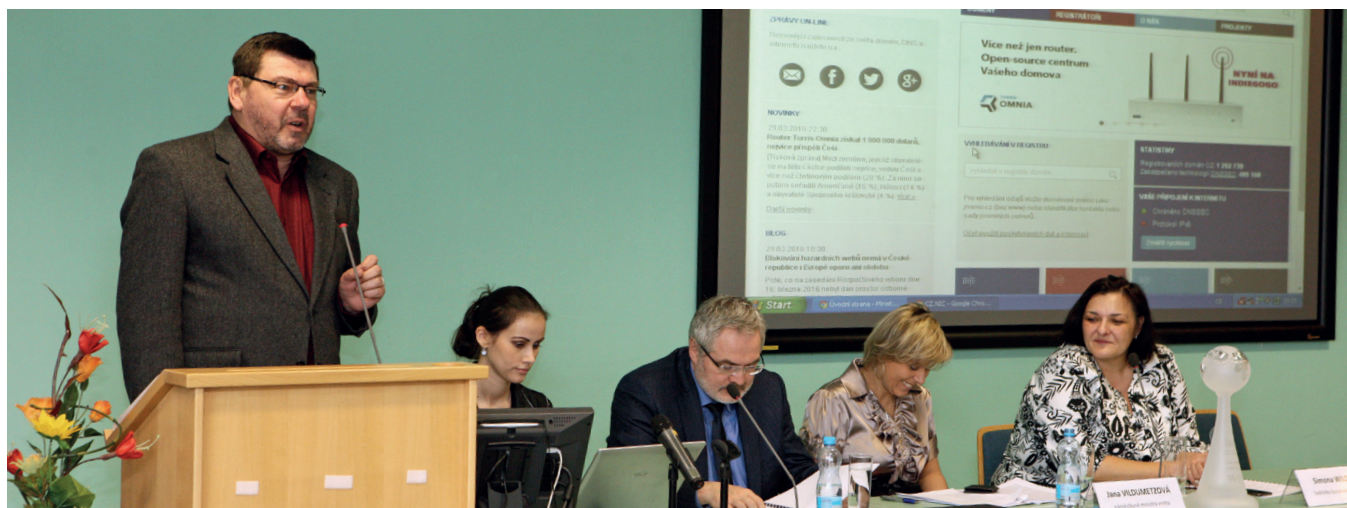


FOTO: RADOSLAV BERNAT 21