

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačních technologií



Diplomová práce

**Návrh informačních webových stránek o ekonomické a
politické situaci v ČR**

Bc. Filip Kolman

© 2020 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Filip Kolman

Hospodářská politika a správa
Podnikání a administrativa

Název práce

Návrh informačních webových stránek o ekonomické a politické situaci v ČR

Název anglicky

Design of a website about the politics and economy of the Czech Republic

Cíle práce

Cílem práce je vytvořit návrh webových stránek, které svým uživatelům poskytnou přehled relevantních informačních zdrojů přispívajících k popisu ekonomické a politické situace v ČR. Uvažované webové stránky budou navrženy zejména pro občany ČR, kteří se chtějí před volebním hlasováním více informovat o politickém a ekonomickém dění.

Vedlejším cílem práce je do obsahu webových stránek zakomponovat i vybrané metody z oboru informační vědy a rozvíjet tak uživatelskou informační a mediální gramotnost.

Metodika

Teoretická část bude tvořena poznatky převážně ze dvou následujících oborů: Informační věda a ekonomie. V rámci informační vědy autor popíše vhodné metody pro vyhledávání informací a pro jejich verifikaci. Tyto metody poslouží jednak autorovi práce pro výběr informačních zdrojů a jednak uživatelům, kterým budou takové metody na webu představovány. V rámci oboru ekonomie se autor pokusí zaznamenat hlavní poznatky zejména z oblasti teorie veřejné volby, které by mohly přispět k lepšímu plnění funkce uvažovaného webu. Vzhledem k tomu, že autor se rozhodl informace poskytovat skrze webové stránky, bude se v teoretické části zabývat i zásadami webové informační architektury, pravidly přístupnosti a použitelnosti a metodikou Search engine optimization.

V praktické části budou pomocí vhodných metod vybrány informační zdroje, které mohou mít přínos pro uživatelskou ekonomickou nebo politickou informovanost. Tyto zdroje budou následně zakomponovány i s vybranými metodami do návrhu webových stránek a to s ohledem i na všechna další zjištění plynoucí z teoretické části této práce.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

Informace, informační gramotnost, mediální gramotnost, ekonomika, politika, volby, webové stránky

Doporučené zdroje informací

BAWDEN, D. – MIKULÁŠEK, K. – ROBINSON, L. – VÉVODOVÁ, D. – LORENZ, M. *Úvod do informační vědy.*

Doubravník: Flow, 2017. ISBN 978-80-88123-10-1.

BRČÁK, Josef. *Česká republika ve světle ekonomických teorií.* Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš

Čeněk, 2012. ISBN 978-80-7380-369-8.

BRČÁK, J. – SEKERKA, B. *Makroekonomie.* Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2010. ISBN

978-80-7380-245-5.

GREGOR, M. – VEJVODOVÁ, P. *Nejlepší kniha o Fake News dezinformacích a manipulacích!!!.* Brno: CPress,

2018. ISBN 978-80-264-1805-4.

JIRÁK, Jan a Helena PAVLIČÍKOVÁ. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního*

vzdělávání). Praha: Powerprint, 2013. ISBN 978-80-87415-70-2.

SPENCER, Donna. *A practical guide to information architecture.* Penarth: Five Simple Steps, 2010. ISBN

9780956174062.

Unesco., & UNESCO Institute for Statistics. *Global media and information literacy (MIL): Assessment*

framework : country readiness and competencies, 2013. ISBN 978 _ 92 _ 3 _ 001221 _ 2

Předběžný termín obhajoby

2019/20 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Václav Lohr, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra informačních technologií

Elektronicky schváleno dne 11. 10. 2019

Ing. Jiří Vaněk, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 14. 10. 2019

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 06. 04. 2020

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Návrh informačních webových stránek o ekonomické a politické situaci v ČR" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 7. dubna 2020

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval Ing. Václavu Lohrovi, Ph.D. za umožnění vypracovat práci na zvolené téma a za následné odborné vedení. Dále děkuji všem těm, kteří se dobrovolně zúčastnili testování či jiným způsobem umožnili vznik této práce.

Návrh informačních webových stránek o ekonomické a politické situaci v ČR

Abstrakt

Práce se zabývá návrhem webových stránek, které poslouží jako webový rozcestník mezi dostupnými a spolehlivými informačními zdroji v daných tématech. Tato snaha je stavěna do kontextu náročného získávání odborných znalostí o veřejných tématech a absence rozcestníku, který by shromažďoval srozumitelné a dostupné informace. Teoretická část práce je věnována práci s informacemi, veřejným volbám a občanské angažovanosti, právu na informace a v neposlední řadě návrhu webových stránek. Vlastní práce pak přináší formulaci nezbytných vstupů pro návrh, výběr a ověření vhodných informačních zdrojů, návrh informační architektury, navigace, rozložení stránek a grafický návrh webu. To vše s ohledem na použitelnost i přístupnost a v souladu s praktikami optimalizace pro vyhledávače. Návrh je v závěru podroben testu použitelnosti. Výstupem práce jsou pak obecné předpoklady úspěšnosti webu, vzorek spolehlivých informačních zdrojů ze stanovených oblastí, mapa webu a grafický návrh, resp. otestovaný grafický prototyp. Výstup práce dále obsahuje návrhy, které se již do práce nevešly a dále rozvíjí současný návrh webu či zajišťují zjištěné nedostatky ze závěrečného testování. Práce se na druhou stranu nezabývá technickým pozadím webu ani přizpůsobením pro mobilní zařízení.

Klíčová slova: informace, informační zdroj, informační hrozby, získávání informací, ověřování informací, veřejné volby, racionální nepozornost, návrh webu, informační architektura, testování použitelnosti

Design of a website about the politics and economy of the Czech Republic

Abstract

This Master's thesis is focused on designing a Web site serving as an online signpost between reliable information sources in given topics. This intent is a result of the difficult obtaining of information about the public topics and the absence of a signpost to gather a clear and accessible information. The theoretical part is devoted to the work with information, to the public choice and civic engagement, to the right to know and finally to the web design. The practical part deals with the necessary inputs for the web design, retrieval and verification of information sources, designing an information architecture and navigation and graphic design of the site in terms of usability, accessibility and in accordance with search engine optimization practices. The draft is then subject of the usability testing. The output of the work are general assumptions of the website, a sample of reliable information sources from the specified areas, sitemap and graphic design (tested graphic prototype). Outcome of the thesis also contain suggestions which could not be covered in the main part of the thesis. These suggestions either further develop the draft or eliminate the usability problems. This work does not deal with a technical background of the website.

Keywords: information, information source, information-related threats, information retrieval, evaluating information, public choice, rational inattention, web design, information architecture, usability testing

Obsah

1 Úvod	12
2 Cíl práce a metodika.....	13
2.1 Cíl práce.....	13
2.2 Metodika.....	13
3 Teoretická východiska	14
3.1 Informace.....	14
3.1.1 Informační zdroj.....	15
3.1.2 Získávání informací	15
3.1.3 Ověřování informačního zdroje	18
3.1.4 Mediální a informační gramotnost.....	21
3.1.5 Zpravodajská média	22
3.1.6 Informační hrozby.....	24
3.2 Veřejné volby.....	26
3.2.1 Teorie veřejné volby.....	28
3.3 Občanská společnost a angažovanost.....	31
3.3.1 Neziskové organizace.....	32
3.3.2 Politické analýzy a Think tanky.....	33
3.4 Zákon o svobodném přístupu k informacím.....	34
3.4.1 Povinné subjekty a poskytované informace	34
3.4.2 Otevřená data veřejné správy.....	36
3.5 Webové stránky.....	38
3.5.1 Informační architektura	39
3.5.2 Navigace a rozložení stránek	41
3.5.3 Grafický návrh	44
3.5.4 Použitelnost a testování	44
3.5.5 Přístupný web	47
3.5.6 Webový katalog	48
3.5.7 Webový vyhledávač	49
3.5.8 Optimalizace pro vyhledávač	51
3.6 Politická a ekonomická situace v ČR.....	53
4 Vlastní práce	56
4.1 Specifikace návrhu	56
4.1.1 Funkce	56
4.1.2 Cílová skupina	57
4.1.3 Doména a slogan.....	58
4.1.4 Konkurence.....	58

4.1.5	Persony	60
4.1.6	Scénáře	62
4.1.6.1	Testovací scénář 1	63
4.1.6.2	Testovací scénář 2	63
4.2	Výběr informačních zdrojů	64
4.2.1	Metodika výběru a ověření zdroje	64
4.2.2	Ověření vybraných zdrojů	66
4.3	Tvorba informační architektury	74
4.3.1	Kategorizace a pojmenování	74
4.3.2	Testování názvů	76
4.4	Navigace a rozložení stránek	78
4.5	Grafický návrh	79
4.6	Testování prototypu	79
5	Výsledky a diskuse	82
5.1	Vliv informující se společnosti	82
5.2	Vyhledání vhodných informací	83
5.3	Návrh webových stránek	84
5.4	Další rozvoj	88
6	Závěr	90
7	Seznam použitých zdrojů	91
8	Přílohy	101
	Příloha A – SERP obsahující potenciální konkurenty	101
	Příloha B – Zástupci cílových skupin	101
	Příloha C – Inventář stránek	102
	Příloha D – Původní mapa webu	105
	Příloha E – Odpovědi z testování názvů	105
	Příloha F - Závěrečná mapa webu	108
	Příloha G – Drátěný model	108
	Příloha H – Ukázky prototypu	109
	Příloha I – Zápis z testování scénářů	111
	Příloha J – Další rozvoj – Úvodní stránka	114
	Příloha K – Další rozvoj – Mapa webu	114

Seznam obrázků

Obrázek 1: Vzorová Mapa webu (Spencer, 2010, s. 246).....	40
Obrázek 2: Vzorový Drátěný model (Spencer, 2010, s. 297	43
Obrázek 3: Ukázka grafického návrhu (Vlastní zpracování).....	87

Seznam použitých zkratek

V textu jsou postupně zavedeny a následně používány tyto zkratky:

CVVM – Centrum pro výzkum veřejného mínění

ČNB – Česká národní banka

ČSU – Český statistický úřad

ČTK – Česká tisková kancelář

EACEA – Výkonná agentura pro vzdělávání, kulturu a audiovizuální oblast

IA – Informační architektura ve smyslu prvku webu

InfZ – Zákon č. 106/1999 Sb. o svobodném přístupu k informacím

nfz – Nadační fond nezávislé žurnalistiky

SERP – Stránka, na které vyhledávač řadí vrácené výsledky („Search engine result pages“)

OSF – Nadace Open Society Fund

1 Úvod

Internet umožňuje zveřejňovat informace se vzdáleným a neomezeným přístupem. Jedinec se tak může informovat v libovolný čas a o čemkoliv, co je na internetu veřejně publikováno. Internet má ovšem daleko širší obsah než jen ten, který jedinec zrovna vyžaduje. Informační gramotnost přitom v mnoha případech bývá podceňována a jedinec se tak často stává obětí dezinformace či jiných manipulativních technik. To může vyústit nejen v komplikace v osobním životě, ale i v neadekvátní reakce na veřejná témata. Chováním voličů u veřejných voleb se zabývají teorie veřejných voleb, které se mimo jiné snaží zodpovědět otázku proč nejsou voliči odborně informováni. Jednou z možných odpovědí je, že si každý jedinec podvědomě porovnává přínosy a nechce ztrácet čas s něčím co nemůže ovlivnit. Za znalosti pro adekvátní rozhodnutí u voleb se běžně považují znalosti ekonomů. Ty ovšem bývají podloženy nadměrným množstvím odborných informací, které mohou být pro širší veřejnost nesrozumitelné.

Tato práce se snaží využít příležitosti internetu, který z nejrůznějších důvodů obsahuje i spolehlivé souhrny pojednávající o komplikovaných jevech ve srozumitelné formě. Cílem práce je navrhnout webové stránky, které takové informační zdroje budou shromažďovat. Jelikož práce nepředpokládá, že by odborníci vysvětlovali každý jev či událost, je cíl vztažen i na další spolehlivé relevantní zdroje, které mohou sloužit pro doplnění znalostí či pro ověření nějakého sdělení. Práce se tímto způsobem snaží odborné znalosti co nejvíce přiblížit široké veřejnosti a zvýšit přínosy informované společnosti.

Teoretická část se zabývá informací, jak se s nimi běžně pracuje a jak se s nimi má pracovat správně. Dále je popsán volební systém ČR a informovanost jedinců u voleb. Částečně je popsán legislativní důvod existence některých informačních zdrojů a vzhledem k cíli práce je značný prostor věnován i návrhu webu. Teorii ukončuje rešerše témat objevujících se při popisech ekonomické či politické situace. Praktickou část pak tvoří formulace vstupních parametrů, ověřování vzorových informačních zdrojů, návrh informační architektury, grafický návrh a testování použitelnosti. Celý návrh je tvořen s ohledem na použitelnost i přístupnost a v souladu s praktikami optimalizace pro vyhledávače. Práce se na druhou stranu nevěnuje technickému pozadí ani mobilnímu zobrazení.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem práce je vytvořit návrh webových stránek, které svým uživatelům poskytnou přehled relevantních informačních zdrojů přispívajících k popisu ekonomické a politické situace v ČR. Uvažované webové stránky budou navrženy zejména pro občany ČR, kteří se chtějí před volebním hlasováním více informovat o politickém a ekonomickém dění.

Vedlejším cílem práce je do obsahu webových stránek zakomponovat i vybrané metody z oboru informační vědy a rozvíjet tak uživatelskou informační a mediální gramotnost.

2.2 Metodika

Teoretická část bude tvořena poznatky převážně ze dvou následujících oborů: Informační věda a ekonomie. V rámci informační vědy autor popíše vhodné metody pro vyhledávání informací a pro jejich verifikaci. Tyto metody poslouží jednak autorovi práce pro výběr informačních zdrojů a jednak uživatelům, kterým budou takové metody na webu představovány. V rámci oboru ekonomie se autor pokusí zaznamenat hlavní poznatky zejména z oblasti teorie veřejné volby, které by mohly přispět k lepšímu plnění funkce uvažovaného webu. Vzhledem k tomu, že autor se rozhodl informace poskytovat skrze webové stránky, bude se v teoretické části zabývat i zásadami webové informační architektury, pravidly přístupnosti a použitelnosti a metodikou Search engine optimalization.

V praktické části budou pomocí vhodných metod vybrány informační zdroje, které mohou mít přínos pro uživatelskou ekonomickou nebo politickou informovanost. Tyto zdroje budou následně zakomponovány i s vybranými metodami do návrhu webových stránek, a to s ohledem i na všechna další zjištění plynoucí z teoretické části této práce.

3 Teoretická východiska

3.1 Informace

Pojem informace je hlavním předmětem **informační vědy**. Ta pojednává o jejich shromažďování, ukládání, vyhledávání a používání. Jedním z oborů této vědy je pak teorie informace, která se používá pro vyjádření informace ve vědě (Bawden a kol., 2017).

Základem teorie informace je dílo s názvem „A Mathematical Theory of Communication“ z roku 1948. Shannon se v něm snaží specifikovat a matematicky vyjádřit do té doby spíše abstraktní pojem informace. Používá k tomu pojem entropie, kterou převzal ze statistické mechaniky. Entropie je míra nejistoty, neznalosti či překvapení a informaci potom Shannon vysvětluje jako míru, která entropii snižuje (Aftab, a kol., 2001).

Weiner pracuje s podobnou definicí informace a vyvozuje, že data, tedy údaje o jevech či objektech, jsou pouze potenciální informace a informací se stávají až v okamžiku, kdy snižují míru entropie (Polčák, 2016, s. 62).

Jelikož se tato práce opírá o Zákon o svobodném přístupu k informacím, je vhodné zde uvést i definici podle tohoto zákona. Ta je uvedena v § 3 ods. 3 následovně:

„Informací se pro účely tohoto zákona rozumí jakýkoliv obsah nebo jeho část v jakékoliv podobě, zaznamenaný na jakémkoliv nosiči, zejména obsah písemného záznamu na listině, záznamu uloženého v elektronické podobě nebo záznamu zvukového, obrazového nebo audiovizuálního.“ (Zákon č. 109/1999 Sb.).

Poláček upozorňuje na to, že citovaný výklad pojmu informace není v souladu s obecnou informační teorií, resp. s výkladem pojmu informace dle Wienera. Zatímco dle informační teorie je informace tvořena daty v určitém kontextu, české právní normy jako informace stanovují i samotná data (Polčák, 2016, s. 62).

Kromě samotného vyjádření pojmu informace představil Shannon i schéma obecného komunikačního systému. Toto schéma znázorňuje přenos informace mezi

tvůrcem a příjemcem. Při přenosu na informaci působí šum, který má představovat všechny faktory zkreslující přenášenou informaci (Shannon, 1948).

Schultz (2019) zveřejnil článek, který shromažďuje studie zabývající se množstvím vytvořených informací na internetu v roce 2019. Vzhledem k tomu, že sociální média jsou obrovským fenoménem a každý rok přibývají stovky milionů nových uživatelů, jsou studie zaměřeny především na ně. Dle zahrnutých analýz je každý den na Twitter přidáno 697 milionů příspěvků, nahrány 4 miliony hodin obsahu na Youtube a přidáno přes 67 milionů příspěvků na Instagram. Ani emailová komunikace ovšem nezaostává a každý den je odesláno téměř 300 miliard emailů.

3.1.1 Informační zdroj

Shannon ve schématu obecného komunikačního systému jako informační zdroj označuje tvůrce zprávy určené k přenosu (Shannon, 1948, s. 2).

Informace ovšem nekončí pouze u prvního příjemce. Příjemce může tuto informaci použít a výstup znovu poslat komunikačním přenosem. I přesto, že sdělení nese tu samou informaci, je teď na místě informačního zdroje jiný subjekt než při prvním přenosu. Informační zdroje se pak zpravidla kategorizují právě podle vzdálenosti od původní události či jevu na:

- primární – jsou první informační zdroje, jsou nejbližší popisované události či jevu,
- sekundární – jsou zpracované primární zdroje, například učebnice, analýzy, komentáře a další,
- terciální – jsou souhrny, rešerše a seznamy především sekundárních zdrojů, například Wikipedie (University of Minnesota, © 2020).

3.1.2 Získávání informací

Brawden a kol. (2017) popisují 5 níže uvedených metod, kterými může zájemce k hledané informaci v online prostředí dojít. Ještě před představením samotných způsobů je nutné se seznámit s „Boolean Operators“, v publikaci přeložené jako **logické operátory**, které jsou při jednotlivých metodách využívány.

Příručka knihovny v Alliant International University vysvětluje logické operátory jako spojky, pomocí kterých lze při zadávání výrazu kombinovat klíčová slova a dosáhnout tak přesnějších výsledků vyhledávání. Operátor „AND“ způsobuje podmínku, že výsledek hledání musí obsahovat všechny klíčová slova spojená tímto slovem. Operátor „OR“ nastavuje podmínku, že vrácený výsledek bude obsahovat klíčové slovo před, nebo za tímto slovem. Operátor „NOT“ a „OR NOT“ slouží pro získání výsledku, který obsahuje první klíčové slovo a zároveň neobsahuje klíčové slovo po uvedeném operátoru (Zimmer, 2017).

Massachusettský institut technických knihoven nicméně upozorňuje, že většina databází nerozpozná spojovací operátor ve vyhledávaném výrazu a pracuje s výrazem jako s celkem. Pro eliminaci tohoto problému je nutné, aby byla klíčová slova v uvozovkách. Vyhledávač tak získá informaci o tom, co je klíčové slovo a co operátor. Uvozovky zároveň způsobí, že výsledek hledání bude obsahovat přesnou shodu hledaných klíčových slov. Variabilitu koncovek u klíčových slov lze podchytit nahrazením koncovky symbolem „*“. Vyhledávač tak poskytne výsledek, který obsahuje klíčová slova se stejným kořenem. U komplikovanějších dotazů (složené z více operátorů) lze nastavit prioritizaci skrze vložení některého operátoru s klíčovými slovy do závorek (MIT libraries, Nedatováno).

Instrukce pro efektivní využívání vyhledávače bývají uvedeny u daného navigačního prvku a mohou se u každého vyhledávače lišit. Například vyhledávač Google nepracuje s operátorem „AND“, nýbrž více klíčových slov se oddělují samotnou mezerou. Další užitečnou pomůckou Google vyhledávače je vyhledávání na konkrétním webu nebo doméně. Toho se docílí vyhledávacím výrazem „Site:“ před daným názvem nebo doménou (Google, Nedatováno1).

První metodou je **Sbírání plodů**. Tato metoda, v angličtině známá pod termínem „Berry picking“, byla představená Marcií J. Bates v publikaci *The design of browsing and berry picking techniques for the online search interface* z roku 1989. Tato metoda je vhodná zejména v případě, kdy se uživatel s tématem teprve seznamuje. Uživatel začíná vyhledávat s malým počtem klíčových termínů. Z výsledku článků si přečte 2-3 nejzajímavější články (výsledky). Pokud zde nenarazil na potřebné informace, upraví si na

za základě nově získaných vědomostí původní klíčové termíny a tento postup opakuje, dokud nedojde ke chtěnému výsledku.

Další metodou jsou **Stavební kameny**, v angličtině „building blocks“. Jedná se o metodu, která je vhodná pro uživatele, který ví, co chce najít. Uživatel si nejprve rozdělí předmět hledání na jednotlivá témata. V rámci každého tématu si vybere vhodná klíčová slova, která oddělí operátorem „OR“. Následně všechna témata spojí operátorem „AND“ a takovýmto dotazem docílí výsledku, který s vysokou přesností odpovídá vyhledávané problematice. Pokud je seznam výsledků stále dlouhý, je vhodné optimalizovat klíčová slova v rámci témat, nebo se pokusit specifikovat dotaz dalším tématem.

Rostoucí perla, anglicky „Pearl Growing“, je další metodou pro vyhledání požadované informace a je vhodná pro uživatele, který si chce spíše rozšířit zdroje k dané problematice. Princip spočívá v tom, že uživatel začne jemu známým zdrojem a následně pokračuje v dalších zdrojích, které s ním souvisí (reference, primární data, přílohy, další možné dokumenty podle uváděných klíčových slov a mnoho dalších).

Osekávání, anglicky „Successive Fractions“, je metoda, kdy se první výsledek získá dotazem složeným z několika klíčových slov spojených operátorem „AND“. Pokud jsou některé zobrazené zdroje irrelevantní, vybere uživatel klíčová slova z tohoto výsledku a doplní je s operátorem „NOT“ nebo „OR NOT“ do vyhledávacího výrazu. Pokud se nějaký zdroj přibližuje požadované informaci, zařadí uživatel jeho klíčová slova společně s operátorem „AND“ do vyhledávacího výrazu. Tento proces opakuje, dokud nenalezne požadovanou informaci.

Poslední popisovanou metodou je **Rychlé vyhledávání**, v originále „Quicksearch“. Podobně jako u Stavebních kamenů, i zde si uživatel rozdělí předmět hledání na jednotlivá témata. V tomto případě ale použije už samotná témata jako klíčová slova spojená operátory „AND“. Pro získání požadované informace většinou následuje metoda Rostoucí perla.

3.1.3 Ověřování informačního zdroje

Česká školní inspekce („ČŠI“) v roce 2018/2019 provedla průzkum na vybraných středních školách. Tématem průzkumu bylo hodnocení informační gramotnosti na středních školách a tematickou zprávu ČŠI vydala v listopadu 2019. Jeden ze zjištění zprávy je, že středoškoláci si informační zdroje neověřují a při případném zadání to ani často nezvládají. Pramení to zejména z toho, že při běžné výuce bývají zdroje vybrány učiteli a po žácích již ověření v drtivé většině případů nebývá požadováno (Česká školní inspekce, 2019, s. 7).

Organizace Člověk v tísni se skrze svůj vzdělávací program Jeden svět na školách snaží změnit nedostatečné znalosti středoškoláků zejména z mediální oblasti a pro snadné ověření spolehlivosti informace organizace publikovala metodickou koncepci **5 klíčových otázek**. Tato metoda poskytuje uživateli sadu otázek, kterými by si měl zhodnotit vhodnost vybraného zdroje. Otázky jsou rozděleny do 5 samostatných celků:

- **KDO?** Kdo je autorem nebo tvůrcem sdělení? Jaké informace lze o autorovi nebo tvůrci sdělení dohledat? Kdo má kontrolu nad vznikem a šířením sdělení?
- **CO?** Co je obsahem sdělení? Jaké názory či hodnoty jsou ve sdělení přítomny? Jsou ve sdělení uvedené zdroje a jak se dají obsažené informace ověřit? Jaké informace či vyjádření nejsou ve sdělení zahrnuty?
- **KOMU?** Jaké cílové skupině je sdělení určeno? Jakým způsobem se sdělení k příjemcům dostává a jak se případně dále šíří? Jak může sdělení ovlivnit názory, postoje a chování příjemců?
- **JAK?** Jak se sdělení snaží upoutat pozornost? Jaký je jazyk a audiovizuální forma sdělení a proč? Jaké emoce může sdělení v příjemcích vyvolat a proč?
- **PROČ?** Proč bylo sdělení vytvořeno? Kdo má ze sdělení prospěch či užitek? (Člověk v tísni, Nedatováno)

Podobně cílenou koncepcí je i metoda **Surfařův průvodce po internetu** vydaný neziskovou organizací Zvol si info. Tento metodický návod je také formulován především pro středoškoláky a to tak, aby mohl každý jedinec rozeznat jednotlivé manipulativní techniky moderní propagandy. Návod obsahuje řešerši jednotlivých témat, někdy doprovázeny otázkami, které by si měl uživatel zodpovědět a zamyslet se nad nimi. Jednotlivá témata jsou:

- Zdroje: Je autor dohledatelný? Co je to za druh textu? Je článek nestranný? Je to věrohodná a dohledatelná studie nebo průzkum? Je citovaný odborník opravdu znalcem tématu? Jestli je zpráva důležitá a pravdivá, bude dohledatelná i v jiných médiích.
- Svalování viny a nálepkování: Pokud je poukazováno na stále ty samé “viníky”, kteří za vše můžou, je to náznak manipulace. Pokud web používá až příliš přívlastků, které ve čtenáři vyvolávají odpor, nejedná se o seriózní novinářinu.
- Vymyšlení faktů: Pokud danou informací disponuje pouze jeden web, je něco špatně. Pokud jsou uváděné zdroje zacyklené a nedaří se nalézt primární zdroj, jde pravděpodobně o výmysl.
- Manipulace obrazem: Fotka lze vložit do Google Images nebo TinEye.com, které následně ukáží stránky, na kterých byla fotka použita. Lze tak zjistit skutečný původ fotky i její okolnosti. Postupně se také do popředí dostávají „fakevideos“, tedy upravovaná videa se záměrem dezinformovat.
- Hra se strachem a emocemi: Dramatické titulky, vykřičníky nebo přísná obvinění jsou znakem, že se nejedná o seriózní zprávu. Člověk má tendenci věřit tomu, o čem je již přesvědčen. Článek je kvalitnější, pokud je postaven na faktech a uvádí různé pohledy na věc. Algoritmy na sociálních sítích i ve vyhledávacích primárně zobrazují takový obsah, se kterým uživatel souhlasí (Zvol si info, Nedatováno).

Metoda **CRAP** vznáší klíčové otázky, jejichž odpovědi vedou k závěru o jak dobrý nebo špatný informační zdroj se jedná. Název tvoří akronym jednotlivých oblastí, které metoda objasňuje. Za autory jsou považováni Molly Beestrum a Kenneth Orenic z Dominikánské Univerzity. Používání této metody se datuje už k roku 2007, kdy byli studenti Dominikánské univerzity začleněni do projektu „Wiki“ a hodnotili touto metodou školní články a weby (Beestrom, 2010). Uživatel hodnotí kvalitu informačního zdroje zodpovězením si následujících otázek rozdělených do 4 tematických celků:

- „Currency“, ve volném překladu Aktuálnost: Jak moc je informace stará? Kdy byl naposledy aktualizovaný web? Je takováto aktuálnost informace dostačující pro vaše téma?
- „Reliability“, ve volném překladu Spolehlivost: Jaký typ informace je ve zdroji obsažen? Je obsah zdroje převážně názorový? Je vyvážený? Poskytuje autor referenci, citaci nebo zdrojová data k dané informaci?

- „Authority“, v doslovném překladu Autorita: Kdo je tvůrcem nebo autorem? Jaká je jeho kredibilita? Kdo je vydavatelem informace a kdo je sponzorem? Mají nějakou reputaci? Jaké jsou zájmy vydavatele ve zveřejnění této informace? Je na webu nějaká reklama?
- „Purpose/point of view“, ve volném překladu Důvod existence: Je informace fakt nebo názor autora? Je informace neobjektivní? Snaží se autor/vydavatel tímto informačním zdrojem něco prodat (Orenic, 2009)?

Poslední metodou v této kapitole je **CRAAP Test**. Tým knihovníků z Meriam Library, CSU metodu CRAP rozvinuli a novou verzi pojmenovali opět akronymem zastávající všech 5 oblastí, pro které pokládá klíčové otázky. Duke University Libraries na svém webu dále uvádějí, že každá oblast se následně hodnotí na škále od 1-10. (Duke University Libraries, Nedatováno). V Samotné publikaci z Meriam Library, CSU ovšem žádná metodika pro bodování není. Podobně jako u CRAP metody, i zde si uživatel snaží zodpovědět sérii otázek rozdělených do, tentokrát, 5 tematických celků:

- „Currency“, ve volném překladu Aktuálnost: Kdy byla informace zveřejněná? Byla informace revidovaná či aktualizovaná Jak stará může být informace pro vaše téma? Jsou odkazy funkční? (v případě webového zdroje)
- „Relevance“, ve volném překladu Důležitost: Souvisí informace s vaším tématem nebo zodpovídá vaše otázky? Kdo je myšlená cílová skupina zveřejněné informace? Je informace na přípustné úrovni? Prošel/la jste si nějaké alternativní zdroje předtím, než jste si zvolil/a tento? Cítoval/a byste tento zdroj ve své práci/průzkumu?
- „Authority“, v doslovném překladu Autorita: Kdo je autorem, vydavatelem, zdrojem či sponzorem? Jaká je autorova kredibilita či přidružení dané organizace? Je autor kvalifikovaný pro vytvoření dané informace? Je u zdroje kontakt? Lze něco vyčíst z adresy webu?
- „Accuracy“, ve volném překladu přesnost a Věrohodnost: Odkad' informace pochází? Je informace podpořena důkazem? Byly informace přezkoumány (revidovány) nebo byly schváleny? Můžete alespoň část informací ověřit podle jiného zdroje či svých znalostí? Vypadá obsah nezaujatě a bez emocí? Obsahuje zdroj gramatické, pravopisné nebo typografické chyby?

- „Purpose“, ve volném překladu důvod existence: Jaký je účel informace? Je to informovat, učit, prodávat, bavit nebo přesvědčovat? Dává autor či sponzor jasně najevo svůj záměr nebo účel zveřejnění informace? Jedná se o popis faktu, názoru nebo propagandu? Jeví se obsah objektivní a nestranný? Objevuje se v obsahu politická, ideologická, kulturní, institucionální či osobní předpojatost (Meriam Library, © 2019)?

3.1.4 Mediální a informační gramotnost

Gramotnost je schopnost rozpoznávat písmena i význam jednotlivých slov. Byť dříve se gramotnost bezesporu vztahovala především ke psaným slovům, dnes se aplikuje na celou multimediální kulturu, tedy i obraz a zvuk (Strachota, a kol., 2010, s. 15).

Mediální gramotnost je pak vztahována právě na svět médií. Člověk v tísni ve vzdělávacím programu Jeden svět na školách ji vysvětluje jako chápání role médií ve společnosti, schopnost kritického myšlení a sebevyjádření (Strachota, a kol., 2010 s. 16). Strachota, a kol. (2010) i Jiráček, a kol (2013) o mediální gramotnosti pojednávají jako o cíli mediálního vzdělávání, které by mělo probíhat celoživotně.

Informační gramotnost je potom schopnost práce s informacemi bez ohledu na jejich oblast a informační věda na ni shromažďuje hned několik pohledů. Jejich shodu lze ovšem sledovat na posloupnosti jednotlivých kroků. Většinou je informační gramotnost popisována na následujícím postupu: Rozpoznání informační potřeby, identifikace potřebných informací, jejich nalezení, vyhodnocení, organizace těchto informací a jejich efektivní využití (Bawden a kol., 2017).

Česká školní inspekce si při hodnocení podmínek a průběhu vzdělávání tento termín vykládá jako soubor následujících dovedností:

- Identifikace a specifikace potřebné informace v problémové situaci
- Hledání, získání, posouzení a vhodné použití informace s přihlédnutím k jejímu charakteru a obsahu
- Zpracování informace a její využití k modelování problému
- Použití vhodných pracovních postupů při efektivním řešení problému
- Spolupráce s ostatními v procesu získávání a zpracování informace

- Prezentování a sdílení informace vhodným způsobem
- Dodržování etických pravidel, právních norem a zásad bezpečnosti
- Využívání digitálních technologií za účelem dosažení vzdělávacích, sociálních, ale i osobních cílů (Česká školní inspekce, 2019, s. 3).

Informačně a mediálně gramotný jedinec pak dokáže přijmout, nabyt, pochopit, vyhodnotit a použít sdílenou či vytvořenou informaci i obsah médií ve všech formátech, za pomoci nejrůznějších nástrojů, kritickým, etickým a efektivním způsobem za účelem dosažení osobních, pracovních či společenských cílů (UNESCO, 2013, s. 29).

3.1.5 Zpravodajská média

Stehnová (2019) média považuje za jeden z pilířů demokracie. Svou činností zásadně ovlivňují společenské, ekonomické a kulturní dění a formují veřejné diskuze. Slouží jako informační kanál přenášející zprávy nejrůznějších témat od názorových článků až po oficiální vyjádření politické reprezentace. I přes rozmach sociálních sítí mají média stále zásadní vliv, a to zejména díky vyšší kredibilitě a profesionalitě. V České republice jsou média jak veřejnoprávní, tedy zřízená zákonem, tak soukromá neboli komerční, zpravodajská mediální domy a zpravodajské servery.

Pokud nastane nějaká zásadní událost, národní i nadnárodní tiskové agentury se o tom vzájemně informují. Hlavním cílem **tiskových agentur** je neustále získávat faktické informace zpravodajského charakteru. Ty největší mají tisíce zaměstnanců po celém světě a jednotlivá národní zpravodajství si jejich služby předplácí. V ČR byla zřízena zákonem č. 517/1992 Sb. Česká tisková kancelář (dále jen „ČTK“) (Gregor, a kol., 2018, s. 40).

ČTK je národní zpravodajská agentura a zároveň jedna ze tří celostátních veřejnoprávních médií v ČR. Na rozdíl od České televize a Českého rozhlasu, které jsou financovány z koncesionářských poplatků, je ČTK financována z vlastních výnosů. Plnění jejího poslání s důrazem na politickou neutralitu je garantováno Radou ČTK (Stehnová, 2019). Je zcela běžné, že nadnárodní agentura může mít předplacené zprávy od národních agentur, aby zajistila informace z dané lokality a i obráceně, národní agentury mívají předplacené zprávy od nadnárodních agentur, aby mohli zajistit zprávy ze světa (Gregor, a kol., 2018, s. 40).

Takové zprávy jsou následně přebírány ostatními soukromými zpravodajskými médii a většinou obohaceny i o další informace. To, jakými informacemi je zpráva obohacena, záleží na daném editorovi. Ti jsou většinou orientováni především na maximalizaci čtenářů/posluchačů/diváků. To bývá hlavní důvod, proč se do zpráv prioritně dostávají populární události. Dalším faktorem degradace zpráv, který přišel společně s internetem, je velký důraz na rychlost jejich publikace. Zatímco kdysi měl redaktor i celý den na ověření zdrojů a následně to samé pro kontrolu prováděl ještě editor, dnes se informační média předhánají, kdo zprávu publikuje první (Gregor, a kol., 2018).

Opakované přebírání zprávy různými zdroji se odborně nazývá „**Information laundering**“. Přebírané informace při takové cestě bývají často komoleny a konečný zdroj tak může o té samé události poskytnout diametrálně odlišný obrázek. Tyto informace jsou časově náročné na ověření, jelikož mohou vykazovat standardní znaky kvalitní informace. Uživatel tak při jejich ověřování musí spoléhat zejména na důvěryhodnost celého webu či redakce (Transparency International, 2019a).

Jan Tvrdoň, bývalý vedoucí projektu Demagog.cz, ve videu ze série Informační imulologie rozebírá samotné ověřování výroků. Tuto činnost odborně nazývá „**Fact checking**“. I Tvrdoň připouští, že byť je ověřování neodmyslitelnou složkou žurnalistiky, je některými informačními zdroji opomíjena. Hlavními důvody jsou zejména časová a finanční náročnost. Komplikovanost tohoto ověřování Tvrdoň demonstruje 2 odlišnými případy: Pokud politik hovoří o výši nezaměstnanosti za jeho vlády, bude primárním zdrojem pro ověření oficiální web některého z veřejných institutů s informacemi o nezaměstnanosti, např. web Úřadu práce. Pokud politik prohlašuje, že je jeho návrh dobrý a má podporu diskuterů na novinky.cz, budou primárním zdrojem pro ověření komentáře pod daným článkem a taková analýza již je časově náročnější (Transparency International, 2019b).

Nadační fond nezávislé žurnalistiky (dále jen „nfnz“) monitoruje vybraná zpravodajská média a pomocí známek hodnotí jejich obecnou důvěryhodnost na základě transparentnosti, práce se zdroji a práce se sdělením. Projektem se nfnz snaží usnadnit práci poctivým novinářům, kteří si výroky ověřují, a zároveň i usnadnit orientaci

samotným čtenářům. Monitoring je k dispozici na adrese <https://rating.nfnz.cz> (nfnz, 2019).

3.1.6 Informační hrozby

Předešlé kapitoly již uvedly několik problémů spojených s informacemi. Tato kapitola poskytuje souhrn dalších informačních hrozeb, které by měl mít informačně gramotný jedinec vždy na paměti.

Informační zahlcení vyjadřuje stav, kdy na jedince působí nadměrná hojnost dostupných informací vede k nářkům na příliš mnoho informací. Různorodost dostupných formátů a postupů jedince přivádí do stavu, kdy je ochromen obrovskou množinou možností a uchyluje se k jednoduché heuristice. Informační zahlcení může vést až k přetížení a úzkosti. To nastává v momentě, když má jedinec k dispozici tolik důležitých a potenciálně užitečných informací, že se mu stávají spíše překážkou než pomocí. Tento problém byl poprvé zmíněn v 90. letech, kdy řada zpráv upozornila na plýtvání časem, snížení efektivity, a dokonce zhoršení zdraví v důsledku informačního zahlcení. Je také hypotéza, že čím dál snadnější dostupnost informačních a komunikačních zdrojů vedou k neschopnosti se soustředit (Bawden, a kol., 2017). Jiráková, a kol. (2013, s. 85) problém nadměrné hojnosti dostupných informací popisují i na straně médií, neboť v takovém množství informací se jejich obsah dostává čím dál obtížněji k cílovým čtenářům.

Další hrozbou je **Informační bublina**, která je způsobována především **personalizací** webových stránek. Tato, na první pohled užitečná funkce, ale zároveň způsobuje i to, že zobrazovaný obsah přestává být objektivní a posiluje jedincovo přesvědčení ve své názory a postoje. Toto automatické filtrování obsahu je typické jak pro vyhledávače, tak i **sociální sítě**. Tímto způsobem se vytváří tzv. Informační bubliny, které postrádají společnou platformu pro otevřené debaty. Tím, že se k jedinci nedostává rovnovážného obsahu, dostává se do intelektuální izolace. Jako příklad je uvedena teorie placaté země. Pokud tomu člověk věří a o téma se zajímá, budou mu přednostně vybírány zdroje, které pracují se stejným názorem. Za zmínku stojí i příklad amerických prezidentských voleb 2016, o který se podělila analytická redakce Wall Street Journal. Redakce poukazovala na obrovský rozdíl mezi obsahem, který Facebook zobrazoval fanouškům Donalda Trumpa a obsahem, který byl zobrazován příznivcům Hillary

Clintonové. U obou stran absolutně chyběl obsah druhého kandidáta. Personalizován byl v tomto případě nejen obsah médií a institucí, ale i příspěvky a aktivita přátel a ostatních osob, se kterými byli jedinci spojeni. Ani přes přísliby gigantů jako jsou Google, Facebook nebo Twitter nelze očekávat zásadní redukce této praktiky, neboť personalizace je značným prvkem jejich obchodního modelu (Gregor, a kol., 2018).

Další praktikou, která k informačním bublinám přispívá, je „**Dark posting**“. Ondřej Cakl to ve videu ze série Informační imunologie vysvětluje jako marketingový nástroj na sociálních sítích, díky kterému může inzerent cílit odlišný obsah na různé cílové skupiny. Specifikum tohoto jevu je v tom, že obsah se zobrazuje pouze cílové skupině a nikdo jiný nemá možnost obsah vidět, a to ani na profilu inzerenta. Jako příklad uvádí americké prezidentské volby 2016, kdy Donald Trump vedl mírně xenofobní kampaň zaměřenou na bílé voliče a zároveň touto praktikou cílil obsah na určité cílové skupiny afroamerické populace (Transparency International, 2020).

Dezinformace a fámy, politiky zpopularizované pod pojmem „**Fakenews**“, odborným pojmem **misinformace**, jsou naplánované nesprávné informace s cílem ovlivnit vybranou skupinu. První zmínka tohoto pojmu je už z roku 1923. Tehdy v rámci ruské tajné policie a zpravodajské služby GPU vzniklo speciální oddělení s úkolem šířit dezinformace a ovlivňovat tak rozhodovací procesy v cizích státech. Za nejvýznamnější dezinformační kampaň se považuje Vylodění v Normandii, kdy spojenci záměrně vypustili dezinformace o plánovaném vylodění (Gregor, a kol., 2018).

Byť rovnost přístupu k informacím vychází z hodnot informační vědy a bývá zakomponována i v legislativách, **informační propasti** jsou patrné – ekonomické rozdělní (bohatí vs chudí), národnostní (vyspělý svět vs rozvojový) nebo oblastní (hlavní město vs vesnice). Další forma propasti, která vyvolává znepokojení, je ta **generační**. Každá generace má odlišné postoje a vzory chování. Do toho patří i informační chování, jelikož každá vyrůstá v jiném informačním prostředí. Problém, který tímto nastává, je, že různé generace vyžadují různé formy poskytování informací. Starší generace neovládá nové ICT a většinou tak tvoří skupinu informačně chudých. Mladá generace má na druhou stranu blízko k novým ICT, ale nemusí být zase schopná se zabývat informačním zdrojem hlouběji a soustavně. Provedené výzkumy ovšem neprokazují stálé generační rozdíly.

Informační chudobou se pak označují situace, kdy daný jedinec nemá dostatečný přístup k informacím (Bawden, a kol., 2017).

Propaganda znamená úmyslné formování myšlenek jedince s cílem dosáhnout určité reakce. První záznam tohoto pojmu je již ze 17. století z Vatikánu, kde papež Řehoř XV. vytvořil posvátnou kongregaci pro šíření víry. Propaganda je z latinského jazyka a znamená rozhlašovat, rozšiřovat. Svůj negativní rozměr pojem získal až s definicí ve slovníku vědy, literatury a umění z roku 1842. Zbyněk Zeman propagandu dělí na 3 směry podle jejich zdrojů Bílá propaganda využívá objektivní informace k ovlivňování veřejného mínění. Například nabádání k očkování. Černá propaganda již využívá polopravd, věrohodně působící dezinformace a skandalizace. Takové zdroje jsou buď falešné anebo úmyslně zavádějící. Příkladem mohou být americké prezidentské volby 2016. Šedá propaganda je pochopitelně mezi dvěma předcházejícími směry. Používá argumenty na pravdivém základě, ale jejich zdroje většinou nejsou zřejmé nebo nemohou být spolehlivě ověřeny. Příkladem jsou tiskoviny „Nachrichten fur die truppen“, které byly shazovány spojenci na nacistické území, aby narušili jejich morálku. Tím, že se ani nesnažily působit jako německé médium, se z nich stává šedá propaganda (Gregor, a kol., 2018).

Tou nejpobulárnější online informační hrozbou jsou ovšem **Hoaxy**. Jedná se o zprávy nabádající k dalšímu rozesílání či sdílení. Nabývají různých obsahů: informace o urgentním nebezpečí, falešné prosby, petice atd (Gregor, a kol., 2018).

3.2 Veřejné volby

Volební systém je v České republice charakterizován 6 následujícími typy voleb:

- Volby do zastupitelstev obcí se konají každé 4 roky. Zastupitelstva obcí mají dle počtu obyvatel 5 až 55 zastupitelů a volič může své hlasy dát buď jedné kandidující volební straně nebo jednotlivým kandidátům anebo kombinací obou předešlých možností hlasovat přednostně pro zvolené kandidáty a zbytek svých hlasů dát označené kandidující volební straně. Volit může plnoletý občan ČR nebo cizinec ze země EU s trvalým pobytem v dané obci.
- Volby do zastupitelstev krajů se konají každé 4 roky a zastupitelstvo krajů má dle počtu obyvatel kraje mezi 45 až 65 zastupiteli. Volič zde může dát hlas vybrané volební straně jako celku. Volit může plnoletý občan ČR.

- Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR se konají každé 4 roky. Volič může dát hlas vybrané volební straně jako celku. Poslanecká sněmovna má 200 poslanců. Volit může plnoletý občan ČR.
- Volby do Senátu Parlamentu ČR se konají každé 2 roky, při kterých se obměňuje 1/3 senátorů. Volič může dát svůj hlas jednomu kandidátovi/senátorovi v každém ze dvou kol voleb. Volit může plnoletý občan ČR.
- Volby do Evropského parlamentu se konají každých 5 let a ČR má v Evropském parlamentu 21 mandátů. Volič může dát svůj hlas vybrané volební straně jako celku. Volit může plnoletý občan ČR nebo cizinec ze země EU s trvalým, nebo přechodným pobytem v ČR v délce trvání nejméně 45 dní před konáním voleb.
- Volby prezidenta republiky se konají každých 5 let a volič může dát hlas 1 kandidátovi a stejně tak může učinit i v případném druhém kole voleb. Volit může plnoletý občan ČR (Kolektiv autorů, 2017).

Nejdůležitějšími volbami jsou ty prezidentské, alespoň podle mínění občanů. Hned za nimi následují volby do obecních zastupitelstev a následně volby do Poslanecké sněmovny. Jako nejméně důležité volby vnímají občané volby do Evropského parlamentu a podobně dopadlo i hodnocení voleb do Senátu (Spurný, 2019).

Zhruba 70 % Čechů o nadcházejících volbách (pozn. šetření se uskutečnilo měsíc před volbami do zastupitelstev obcí) přemýšlí celkem málo anebo vůbec. Červenka (2019) uvádí přímou závislost mezi přemýšlením o nadcházejících volbách a věkem, vzděláním, volební účastí a zájmem o politiku. Téměř polovina předpokládaných voličů měsíc před volbami odpověděla, že se ještě nerozhodla anebo, že svoje rozhodnutí možná ještě změní.

Za zpracování výsledků voleb zodpovídá Český statistický úřad a na svém webu poskytuje informace o proběhlých, ale těch nadcházejících. Momentálně jsou nejbližší volby do zastupitelstev krajů a volby do Senátu Parlamentu České republiky. Oboje se budou konat na podzim 2020. Posledními konanými volbami byly volby do Evropského parlamentu 2019 s volební účastí 28,27 %. Před nimi to byly Volby prezidenta republiky 2018, které měly ve 2. kole volební účast 66,60 % (ČSÚ, 2020).

Předvolební výzkumy jsou již nedílnou součástí politických témat ve zpravodajství. Dle Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR (dále jen „SIMAR“) je účelem těchto výzkumů poskytnout občanům informace o aktuálních politických preferencích (Huntová, © 2020).

Centrum pro výzkum veřejného mínění (dále jen „CVVM“) upozorňuje, že předvolební výzkum měří aktuální rozložení voličských preferencí a nemá za cíl predikovat výsledky voleb (CVVM, © 2019). Huntová (© 2020) dále varuje před praktikami některých médií, které výzkumy přebírají a výsledky nevhodně interpretují. Předvolební výzkumy tak bývají znehodnocovány nevhodným porovnáváním se skutečnými výsledky voleb či s výzkumy provedené odlišnou metodikou. I z tohoto důvodu tak jednotlivé sdružené agentury k samotným výsledkům poskytují i správnou interpretaci dat a detailně informují o metodice daného výzkumu.

3.2.1 Teorie veřejné volby

Teorie veřejné volby se zabývají vysvětlením pohnutek, zákonitostí a charakteru rozhodovacího procesu v rámci politického systému. Jednotlivé modely se pak snaží přinést odpovědi na otázky, jak se projevují preference a názory jedinců, jak se tyto preference transformují do kolektivního rozhodování a jak následně politici a vláda nakládají s takovým rozhodnutím (Strecková, a kol., 1998, s. 97).

Základním postulátem tradičních teorií veřejné volby je tvrzení, že člověk je egoistický, racionální a vždy se snaží maximalizovat svůj užitek (Janků, 2016, s. 11).

Modernější teorie již pracují s předpokladem, že člověk sice smýšlí racionálně, ale je netrpělivý, nepozorný, a tedy dělá chybná rozhodnutí (Matějka, 2018).

V některých teoriích veřejné volby bývá politický trh přirovnáván k tomu ekonomickému. Volič je v pozici poptávky a poptává program, který odpovídá jeho individuální potřebě. Nabídku následně tvoří politické strany a kandidáti, kteří nabízejí svá programová prohlášení (Strecková, a kol., 1998, s. 67).

Janků (2012, s. 37) ve své práci ovšem zdůrazňuje, že i přes symetrii předpokladů mají oba trhy značné rozdíly. Je to například rozdíl v cenách, kdy se privátní volba (ekonomický trh) odehrává v systému rozvinutých práv generující ceny a ziskové signály, zatímco veřejná volba se odehrává v systému špatně definovaných vlastnických práv a bez explicitních cen. Dále jsou to například rozdíly v počtu účastníků při rozhodovacím procesu na obou trzích a jejich důsledcích. Janků dále poukazuje na mezikrok „akce“ mezi preferencí a výsledkem v případě veřejné volby. K tomu, aby volič na základě své preference získal očekávaný výsledek, musí být zvolen daný kandidát či strana a ta musí prosadit daný zájem.

Rozhodnutí o tom, komu volič dá svůj hlas či zda vůbec půjde k volbám, zkoumá teorie racionální volby. Nejběžnějšími koncepty jsou racionální neznalost a racionální iracionalita, viz dále. (Janků, 2016, s. 38).

Racionální neznalost, v originále „Rational Ignorance“ je pojem poprvé použit v publikaci Anthonyho Downse a představuje dobrovolně zvolenou nízkou úroveň informovanosti. Teorie se snaží vysvětlit, proč voliči znají tak málo o tak důležitých otázkách. Aplikovaná je na politiku i náboženství. V případě veřejné volby se volič snaží maximalizovat svůj užitek a racionálnost tkví v tom, že si uvědomuje nevýznamnost svého hlasu. Umí si vyhodnotit, že investovaný čas do relevantních informací pro optimální volbu se mu nevyplatí. Volič tedy racionálně ignoruje hlubší poznání a volí na základě příjemných emocí a ideologických předsudků (Grofman, 1994).

Bryan Caplan v roce 2007 vydal dílo „The Myth of the Rational Voter“, ve které pojednává o **racionální iracionalitě**. Caplan popírá modely racionální neznalosti, jelikož nerespektují hloupé voliče a nepředpokládají jejich iracionální chování a tvoří tak druhý směr uvažování nad tímto tématem. Pokud by všichni voliči volili podle předpokladů racionální neznalosti, byly by politické preference rovnoměrně rozpoloženy. A kdyby se za takových podmínek informovalo jen 1 % voličů, rozhodli by o výsledku právě tito voliči a vybere se tak rozumné řešení. To se ovšem neděje a Caplan to vysvětluje tím, že voliči se řídí předsudky a emocemi, které vedou k systematicky chybným názorům (například, že zahraniční obchod či robotizace škodí). Z výzkumu „Survey of Americans and Economists on the Economy“ vyvozuje tvrzení, že názory občanů se systematicky liší od názorů

ekonomů. To vyvolává otázku, zda se mílí občané, nebo ekonomové. Do testu tedy byla zahrnuta i skupina, která by svými vědomostmi měla odpovídat ekonomům, ale není zaujata jako skuteční ekonomové. Jejich výsledek byl blíže k ekonomům než k občanům. I přes různá historická opatření ekonomů, která nefungovala (Fyziokraté, merkantilisté, velké krize atd.), jsou ekonomové obecně považováni za ty, kteří identifikují chybu a snaží se navrhnout opatření. Z tohoto průzkumu dále plyne, že čím vyšší vzdělání a příjem respondent má, tím více se jeho názor přibližuje těm odborným. Nejsilnější korelace je se vzděláním, což je tvrzení, se kterým se ztotožňují i další ekonomové. Caplan ve svém díle také popírá hypotézu, že volič je egoistický a jde mu vždy o vlastní zájmy. Toto tvrzení opírá o početné studie. Například u voleb v USA se volič rozhoduje na základě rasové identity bez ohledu na to, že by se mohl mít lépe za konkurenčních podmínek. Dalším příkladem může být zdravotní péče, která je podporovaná zhruba stejně u starší i mladší generace bez ohledu na to, že je to především v zájmu té starší (Caplan, 2007).

Aplikací Caplanova tvrzení na Českou republiku se zabýval například Vobořil (2010), který na české populaci také prokázal systematické rozdíly mezi názory ekonomů a veřejností. Nepřímou závislostí mezi informovanou veřejností a negativními politickými praktikami se pak zabýval Janků (2016). Ve své práci prokázal, že země s nízkou mírou informovanosti vykazují podmíněné politiko-rozpočtové cykly.

Racionální nepozornost je dalším modelem, který dokáže popisovat chování jedince při veřejné volbě a byť v literatuře nebývá tolikrát uváděn, jedná se o velmi relevantní koncepci pro tuto práci. Průkopníkem teorie je Christopher A. Sims, který zformuloval předpoklad, že jelikož člověk nedokáže zpracovat všechny informace, podvědomě k nim přistupuje selektivně. Jednou z fází tohoto výzkumného projektu byla studie zaměřená na politiky. Ta přinesla závěr, že nepozornost voličů motivuje politiky (a jejich marketéry) komunikovat extrémní či populistické scénáře a příklady. Právě takovým prohlášením a návrhům totiž voliči věnují nejvíce pozornosti. Negativní projevy nepozornosti ovšem nejsou problémem pouze voličů, ale i samotných zákonodárců. Ti kvůli omezené pozornosti neefektivně regulují a často spíše deformují trhy (Matějka, 2018). Model racionální nepozornosti vychází mimo jiné i z těchto předpokladů: každý jedinec pracuje s jinou částí informace a větší výběr možností nemaximalizuje zisk – paradox volby (více možností ústí k informačnímu zahlcení). Jeden z důsledků

nepozorných voličů je takový, že tématům, která si nesou okamžitý náklad, ale jejich benefit se projeví až v budoucnu, voliči nevěnují pozornost. Jako příklad takového tématu uvádí Matějka zvýšení platu pedagogům. Náklady se projeví okamžitě a budou znát každý rok, zatímco benefit ve formě nárůstu génů v ČR dorazí například až za 20 let. Dalším příkladem mohou být stravenky. Občan vidí pouze benefit, tedy část platu, kterou nemusí danit. Uniká mu ale skutečnost, že stát, zaměstnavatel, a i partnerské podniky ročně platí miliardy korun poskytovateli těchto stravenek. Stát by přitom mohl docílit stejného efektu daleko levněji. Matějkův model racionální nepozornosti má 2 interpretace. První je, že člověk je nepozorný, neboť se dokáže soustředit pouze na omezený časový úsek, například jen několik hodin denně. Druhá interpretace je, že člověk se dobrovolně rozhodne být nepozorný, jelikož ta námaha věnovat něčemu pozornost se mu nevyplatí (Knihy Fryč, 2017).

Matějka upozorňuje, že východiskem z racionální nepozornosti není větší hojnost informací, ale kvalitnější shrnutí a vysvětlení (Matějka, 2018).

3.3 Občanská společnost a angažovanost

Projevy zájmů a vůlí občanů na sebe přebírá občanská společnost. Na teoretické rovině se vyskytuje několik, někdy i protichůdných směrů ve výkladu tohoto pojmu. Jeden z takových výkladů je, že občanská společnost je množina apoliticky sdružených lidí, kteří se dobrovolně angažují v rozvoji demokratické společnosti. Skrývá v sobě nejen neziskový sektor, ale i neformální a neinstitucionalizované organizace a sdružení, například extremisty a agresivní fotbalové fanoušky. Byť se vymezuje jako společnost bez bojů o politickou moc, právě občanská společnost je mnohdy základem pro vznik politických subjektů. Zpravidla se tak děje v případech, kdy se politické strany nezajímají o žádanou problematiku (Čmejrek a kol., 2007).

Vláda ČR dle dostupných dokumentů pracuje s vymezením, dle kterého jsou součástí i politické strany a politická hnutí (RVNNO, 2015).

Shoda rozdílných výkladů tohoto pojmu se ovšem nachází v dobrovolném podílení se na spravování věcí veřejných, například prosazování občanských zájmů a kontrole politických zástupců ve svěřené činnosti. Tradičně se angažovanost občanské společnosti

kategorizuje na politickou participaci (volby, petice, protesty, demonstrace), členství v neziskových organizacích, dárcovství, dobrovolné práce a komunitní aktivity. Aktivní občanská společnost pozitivně ovlivňuje funkčnost veřejné správy, snižuje míru korupce a zajišťuje právní stát. Čmejrek (2007) dále uvádí, že jedním z předpokladů aktivní občanské společnosti je právo a svobodný přístup k informacím.

Občanská Společnost může hrát skrze neziskové organizace důležitou roli nejen jako opozice veřejné správy, ale také ve vzdělání a v boji proti dezinformacím (Gregor a kol., 2018).

3.3.1 Neziskové organizace

Vzhledem k nejednotnému pojetí občanské společnosti je tedy pro identifikaci opozice veřejné správy potřeba se zaměřit na konkrétní strukturu. Tou nejvýraznější jsou neziskové organizace. Ty se dají rozdělit na příspěvkové organizace, ty zakládá stát či samospráva, a na nestátní neziskové organizace (Škarabelová, 2014).

Nestátní neziskové organizace tedy mají předpoklady podílet se na veřejné politice a být při tom nejbližší občanům. Bohužel ani na této úrovni nefunguje sjednocený význam tohoto pojmu. Zatímco Český statistický úřad pracuje s definicí, dle které sem spadají například i politické strany a hnutí (ČSÚ, Nedatováno), rada vlády ČR pracuje s užším pojetím, které mezi nestátní neziskové organizace začleňuje pouze následující právní formy:

- Spolky a pobočné spolky podle Nového občanského zákoníku,
- Nadace a nadační fondy podle Nového občanského zákoníku,
- Účelová zařízení církví zřizované podle zákona č. 3/2002 Sb.,
- Obecně prospěšné společnosti podle zrušeného zákona č. 248/1995 Sb.,
- Ústavy podle Nového občanského zákoníku a
- Školské právnické osoby registrované Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy.

Nestátní neziskové organizace mohou být financovány jak z veřejných, tj. veřejné rozpočty, daňové úlevy apod., tak soukromých zdrojů, tj. příjmy z vlastní činnosti, členské příspěvky, dary apod. (RVNNO, 2015).

V dosavadní době neexistuje oficiální databáze komplexních informací o neziskových organizacích v ČR (Vláda ČR, 2020).

3.3.2 Politické analýzy a Think tanky

Aby veřejná politika vedla ke zlepšování hospodářských, sociálních nebo jiných veřejných otázek, musí být provedena patřičná politická analýza. Ta zkoumá a hodnotí provedení ale i politické alternativy. Provádí je političtí analytici, kteří mohou být zaměstnanci státní instituce, soukromé poradenské firmy, výzkumných ústavů, think tanků, odborů a mnoho dalších. Především neziskové think tanky pak své analýzy zveřejňují na svých webech (Weimer a kol., 2017, s. 332).

Think tanky většinou nabývají právních forem spolků, obecně prospěšných společností či ústavů. V ČR ale existují i think tanky, které jsou pouze projektem nebo veřejnými výzkumnými organizacemi (Tulisová, 2018, s. 39).

„The Think Tanks and Civil Societies Program“ je program Lauderova Institutu na Pensylvánské univerzitě. Organizace každoročně sestavuje žebříček „Global Go To Think Tank Index“, který vychází z více než 6 500 analyzovaných organizací. McGann, autor indexu a ředitel uvedeného programu, think tanky vysvětluje jako výzkumné analytické organizace zapojené do veřejné politiky. Tyto organizace vytvářejí politicko-orientované výzkumy, analýzy a poradenství, aby veřejní činitelé, ale i samotná veřejnost dělali informovaná rozhodnutí ve veřejné politice. Think tanky mají pevně a dlouhodobě danou strukturu a mohou fungovat v podobě nezávislé instituce, ale i jako přidružené orgány. Jejich funkci lze vnímat také jako most mezi politickou a akademickou společností či mezi veřejnou správou a občanskou společností. Tato funkce spočívá v překladi aplikovaného či základního výzkumu do srozumitelné, spolehlivé a dostupné podoby (McGann, 2020).

Think tanky mohou být hlavním zdrojem politických informací, výzkumů a analýz a jsou i případy, kdy Think tanky dominovaly v politických debatách. Weimer a kol. (2017, s. 332) ovšem varují, že v USA vzniká nepřehledné množství nových think tanků, které jsou blízce spjaty se specifickou cílovou skupinou a jejich výstupy pak nemusí být v souladu s veřejnou politikou.

3.4 Zákon o svobodném přístupu k informacím

V ČR je právo na informaci zajištěno Listinou základních práv a svobod, konkrétně článkem 17. Jedním ze 2 hlavních zákonů, které potom toto právo upravují, je zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „InfZ“) (Synáková, 2018).

InfZ ukládá povinným subjektům povinnost poskytovat informace na základě žádosti a poskytovat informace zveřejněním. Právě druhá uvedená povinnost je pro tuto práci zásadní. Povinnými subjekty dle § 2 InfZ jsou:

„...státní orgány (1. kategorie, pozn. autor), územní samosprávné celky a jejich orgány (2. kategorie, pozn. autor) a veřejné instituce (3. kategorie, pozn. autor). Povinnými subjekty jsou dále ty subjekty, kterým zákon svěřil rozhodování o právech, právem chráněných zájmech nebo povinnostech fyzických nebo právnických osob v oblasti veřejné správy, a to pouze v rozsahu této jejich rozhodovací činnosti (4. kategorie, pozn. autor)“

Povinně poskytované informace jsou charakterizovány v § 5 odst. 1 a odst. 2. Tento paragraf dále nařizuje zveřejnění způsobem umožňující dálkový přístup a umožňuje povinným subjektům zveřejňovat i informace nad rámec jejich zákonné povinnosti. Strukturu povinně zveřejněných informací pak upravuje Vyhláška č. 442/2006 Sb. Tato práce později pro techniku vyhledávání využívá položku č. 2, která informuje o důvodu a způsobu vzniku subjektu.

3.4.1 Povinné subjekty a poskytované informace

Synáková se ve své rigorózní práci mimo jiné věnuje problematice identifikace povinných subjektů. První 2 kategorie těchto subjektů vycházejí již z Listiny základních práv a svobod. Pod státní orgány zákonodárce zahrnuje ministerstva, orgány moci výkonné a další subjekty, jimiž stát vůči jedinci vystupuje (např. parlament, soudy nebo Nejvyšší kontrolní úřad). Druhá kategorie povinných subjektů, tedy územní samosprávné celky jsou dle zákonodárce obce a vyšší územní samosprávné celky. U posledních dvou kategorií povinných subjektů dle Synákové plyne zřetelný záměr zákonodárce rozšířit informační povinnost i na další subjekty coby reakce na změnu poměrů a vztahů v ČR a s tím spojená nutnost řešit neexistenci podrobnější právní úpravy. Synáková také odvozuje možnost, že zákonodárce chtěl v těchto případech přenechat identifikační činnosti orgánům aplikace

práva (tj. především soudy a správní úřady). Veřejné instituce Synáková dle výkladu daných zákonů interpretuje jako instituce a jejich orgány, které byly zřízeny státem, sledují veřejný účel a jsou kontrolovány státem bez ohledu na to, zda disponují či nedisponují veřejnými prostředky (Synáková, 2018).

V metodickém pokynu schváleným vládou České republiky z roku 2000 jsou k výkladům povinných subjektů použity následující příklady:

1. kategorie – obě komory parlamentu, prezident, vláda, ministerstva a další správní úřady, Nejvyšší kontrolní úřad, státní zastupitelství a soudy
2. kategorie – orgány územní samosprávy,
3. kategorie – například školy či zdravotnické pojišťovny,
4. kategorie – například rybářská, myslivecká či lesní stráž a strážci přírody (Úřad vlády, 2000).

Madej (2016, s. 411) ve svém diskuzním článku z roku 2016 interpretuje stanovení věcného rozsahu informační povinnosti povinným subjektům. První 3 kategorie povinných subjektů mají úplnou informační povinnost. Dle rozhodnutí Ústavního soudu tak musí zveřejňovat informace o činnosti povinného subjektu. To znamená informace o výkonu veřejné správy a další informace, které se vztahují k postavení daného subjektu nebo k činnosti, kterou v takovém postavení vykonává. To znamená, že takové subjekty mají povinnost poskytovat jednak ty informace vztahující se k jejich působnosti, které mají, ale také ty, které by mít měly. Tím se liší od poslední kategorie. Pojem „povinné subjekty“ Mladej v kontextu celé této problematiky se vztahováním povinnosti označuje za vhodně zvolený.

U věcného rozsahu informační povinnosti je ovšem potřeba počítat s odchylkami. Jedním takovým příkladem je Česká národní banka, u které se informační povinnost nevztahuje na vnitřní předpisy, neboť by zveřejnění mohlo narušit měnovou stabilitu. Obdobným případem je i Finanční správa, u které by zveřejnění některých předpisů, například na odhalování daňových nedoplatků, mohlo ohrozit zájem státu (Furek, 2013).

Česká národní banka zároveň může posloužit jako příklad komplikovanosti aplikace zákonné definice na jednotlivé subjekty. I přesto, že v publikacích bývá popisována jako

státní orgán, v judikatuře ústavního soudu je vymezena jako veřejná instituce (Odbor dozoru a kontroly veřejné správy, 2007, s. 20).

Oldřich Kužílek, spoluautor InfZ a poradce pro otevřenost veřejné správy v neziskové organizaci Otevřená společnost, vnímá poskytování informací zveřejněním povinnými subjekty nejen jako zákonnou povinnost, ale také jako jejich logickou reakci na tento zákon. Jelikož je poskytování informací na žádost pracné, volí čím dál více povinných subjektů jejich zveřejňování, a to i nad rámec zákonné povinnosti (Kužílek, 2017). V jednom z rozhovorů Kužílek dále konstatuje, že kvalita přístupných informací veřejné správy je důsledkem zejména aktivně informující se společnosti. Naráží tím na země, které mají kvalitní informační zákon, ale přesto je tam otevřenost veřejných úřadů nízká (Otevřená společnost, 2017).

Kolman se ve svém článku zabývá otázkou, zda se InfZ může nějakým způsobem dotýkat i **subjektů politické strany a hnutí**. Tyto subjekty hospodaří s veřejnými prostředky, které jsou jim přidělovány na hrazení jejich činnosti a volebních nákladů. Dále u nich probíhá jistý typ kontroly, což je další splněný faktor pro zařazení subjektu do kategorie veřejné instituce. Na druhou stranu, na základě platného zákona politické strany a hnutí nesmí provádět veřejnou moc, což značně omezuje jejich veřejnoprávní vnímání. Kolman připomíná judikát, kdy ústavní soud zařadil politické strany a politická hnutí jako „korporace na soukromoprávním základu, v nichž členství není výsledkem aktu veřejné moci“. Ten samý judikát ovšem odmítá tento subjekt ztotožnit se soukromými spolky (Kolman, 2016).

Klíčovým je pro tuto otázku samotný rozsudek ve věci Michal K. proti Komunistické straně Čech a Moravy (2017), který rozhodl, že politické strany ani hnutí nejsou povinnými subjekty.

3.4.2 Otevřená data veřejné správy

InfZ pojem Otevřená data vykládá v § 3 ods. 11 jako:

„...informace zveřejňované způsobem umožňujícím dálkový přístup v otevřeném a strojově čitelném formátu, jejichž způsob ani účel následného využití není omezen a které jsou evidovány v národním katalogu otevřených dat“ (Zákon č. 109/1999 Sb.).

Seznam datových sad, které musí být zveřejněny jako otevřená data, je stanoven nařízením vlády č. 425/2016 Sb., o seznamu informací zveřejňovaných jako otevřená data.

Národní katalog otevřených dat (dále jen „NKOD“) je informační systém spravovaný Ministerstvem vnitra. Každý povinný subjekt dle InfZ, který publikuje informace dle Nařízení vlády č. 425/2016 Sb., je musí publikovat jako otevřená data a evidovat datovou sadu v tomto informačním systému (Kubáň, Nedatováno).

Otevřená data využívají nejen veřejné subjekty, například projekt CityVizor, který vznikl ve spolupráci MFČR a Otevřená města, z. s., ale i nestátní neziskové organizace (Nadace Open Society Fund Praha, 2017). Nezisková organizace Otevřená společnost z předešlých kapitol v současné době provozuje tři aplikace využívající datových sad veřejné správy. První je dostupná na adrese <https://www.mapakriminality.cz/> a využívá datové sady od policie ČR. V tomto případě je nutno podotknout, že organizace získává data přímo od policie, jelikož jejich datové sady nejsou evidovány v národním katalogu (nařízení vlády je nezahrnuje). Dále jsou to aplikace dostupné na adresách <http://www.genderovamapa.cz/> a <http://mapaexekuci.cz/>. Právě poslední uvedená aplikace demonstruje přínos otevřených dat, jelikož problém exekucí do té doby nebyl pořádně monitorován. Tyto informace byly přínosné zejména pro vedení měst a obcí, kde je problematika dluhových pastí nejzřetelnější (Otevřená společnost, 2017).

Nadace Open Society Fund (dále jen „OSF“) pravidelně pořádá soutěž o nejlepší aplikaci nad otevřenými daty. Soutěž nese název „Společně otevíráme data“ a jejím smyslem je podpořit rozvoj veřejně prospěšných aplikací. V posledních dvou ročnících mohli uchazeči své aplikace přihlásit do 5 různých kategorií. V rámci této práce jsou zásadní zejména následující kategorie:

- transparentnost – v této kategorii soutěží aplikace, které umožňují občanskou kontrolu veřejných institucí,
- participace – do této kategorie jsou zapisovány aplikace, jejichž cílem je zapojit občany do výkonu veřejné správy a samosprávy (Nadace Open Society Fund Praha, 2019).

Za největší českou aplikaci, která sbírá, agreguje a vizualizuje data o veřejné správě je považován Hlídač státu dostupný na adrese <https://www.hlidacstatu.cz/> (Česko.Digital, Nedatováno). Aplikace monitoruje široké spektrum datových sad od dostupnosti a funkčnosti státních webů až po jednotlivé zakázky orgánů veřejné moci a firem spoluvlastněných státem. Organizace se snaží mít přínos i ve zpravodajství coby monitoring veřejných kauz.

Na závěr kapitoly je potřeba uvést, že kromě InfZ jsou i další právní předpisy, ze kterých úřadu plyne povinnost provozovat webové stránky. Mohou to být tzv. zřizovací zákony, které nařizují například provozovat nějakou veřejnou databázi, ale i další plošné zákony. Například zákon č. 23/2017 Sb., o pravidlech rozpočtové odpovědnosti, dle kterého musí veřejné instituce zveřejňovat návrhy rozpočtu právě na svém webu. Pro ověřování informačních zdrojů v této práci se ovšem vychází především z InfZ.

3.5 Webové stránky

Internet začal být vnímán jako všudypřítomný již v 90. letech 20. století (Bawden a kol., 2017). Dle dostupných statistik internet v roce 2014 využilo 2,4 miliardy uživatelů. V roce 2019 to již bylo 4,5 miliardy uživatelů, což činí 85% nárůst jen za posledních 5 let (Schultz, 2019).

Webové stránky, zkráceně web, je dokument přístupný na internetu, který umožňuje dálkový přístup k informacím skrze webový prohlížeč. Web se skládá z kolekce jednotlivých stránek, které jsou provázané a dohromady tvoří logický celek. Jednotlivé stránky se vytváří pomocí značkovacího jazyka, nejčastěji HTML. Každá stránka webu má unikátní jednotný identifikátor zdroje, v této práci uváděny jako adresy, přičemž všechny stránky se nachází na adrese webu neboli webové doméně. (Bawden a kol., 2017).

Usnesení sp. zn. 20 Cdo 4449/2018 Nejvyššího soudu, ze dne 23. 1. 2019 ukázalo nejasnost pojmu webové stránky v kontextu české legislativy. V té totiž tyto pojmy nejsou ustáleny a soud tedy odvodil význam z původních anglických výrazů. Internetové či webové stránky je tedy označení souhrnu jednotlivých stránek patřící pod jednu doménu a webová či internetová stránka pak označuje konkrétní stránku, nejčastěji tedy tu úvodní. Některé právní předpisy, například InfZ, ve kterých webové stránky hrají zásadní roli, tyto

pojmy ovšem vůbec nepoužívají. Místo povinného zveřejnění na webových stránkách je zde používána formulace zveřejnění způsobem umožňující dálkový přístup. V praxi je potom za tento způsob považováno právě zveřejnění na webových stránkách (Kantorková, 2009).

Zatímco dříve bylo správné pojmenování domény naprosto klíčové pro návštěvnost webu, dnes je návštěvnost závislá spíše na spolupráci s webovými vyhledávači, jelikož právě z nich dnes na web proudí nejvíce uživatelů. Tomuto tématu je věnována větší pozornost v kapitole 3.5.8 Optimalizace pro vyhledavač. Optimalizace pro vyhledavač. Hlavní informační funkci pak přebírá především titulek, tedy **název stránky**, a podtitulek neboli **slogan**. Jedná se o hlavní 2 informace, které se zobrazí při vyhledávání a uživatele by měly informovat zejména o kontextu webu. S ohledem na často neintuitivní název domény na oba prvky musí být brán patřičný zřetel (Staniček, 2016).

Při tvorbě webu se standardně začíná webovým návrhem. Staniček (2016) představuje 2 pojetí pojmu návrh webu. V tom nejužším pojetí se jedná pouze o specifikaci vstupních požadavků, tedy funkci webu a potřeb cílových uživatelů a následně tvorba grafického návrhu. V tom širším pojetí návrh webu obsahuje dále tvorbu marketingové a komunikační strategie, informační a datovou architekturu, návrh navigace a použitelnost a přístupnost webu.

3.5.1 Informační architektura

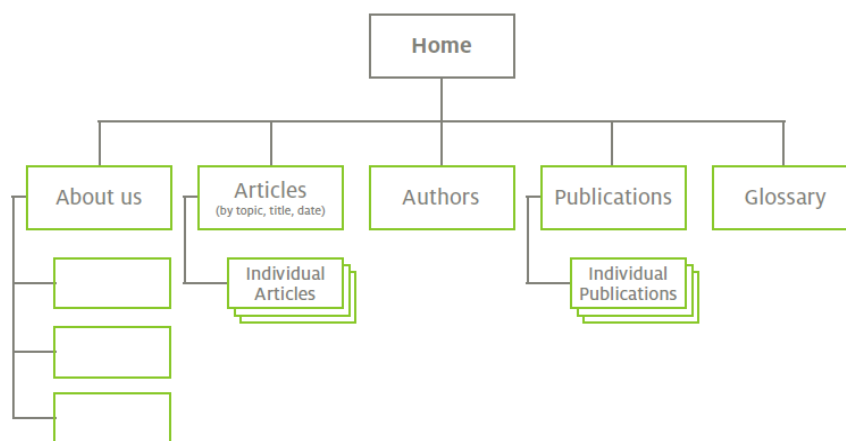
Informační architekturu (dále jen „IA“) lze pojmout jednak jako disciplínu a jednak jako prvek webu. Jako disciplína, IA spočívá v kategorizování obsahu a objektů, tvorbě srozumitelných popisů a v budování cest, které uživatele dovedou k informacím. Jako webový prvek pak tvoří datovou strukturu webu, kategorie a pojmenování obsahu a v případě databáze i metadata produktů. Disciplína IA tedy zahrnuje jednak tvorbu IA, ale i následnou tvorbu navigace, o té více až v další kapitole. (Spencer, 2010, s. 12).

Struktura dat informuje o tom, jak mají být informace seskupeny. Hierarchická struktura člení informace do nadřazených a podřazených kategorií. Databázová struktura pohlíží na informace jako rovnocenné a každé z nich eviduje nějaký atribut či příznak u stejných parametrů. Hypertextová struktura s informacemi také pracuje jako s rovnocennými, ale na rozdíl od databázové nejeví informace známky stejných parametrů.

V praxi je pak běžné, že se jednotlivé typy kombinují dohromady (Staníček, 2016, s. 132). Spencer (2010, s. 193) uvádí, že nejčastěji použitým typem je kombinace hierarchické struktury a databáze. Taková struktura je typická pro eshopy a katalogy.

Kategorizace a příslušné **názvy** mají uživateli usnadnit zorientovat se v obsahu a najít požadovanou informaci. To, co ale pod každou kategorií očekává, závisí na tom, jak obecně lidé nad daným tématem přemýšlí, na co informaci použijí a jak uvažuje konkrétní uživatel. Spencer tímto odůvodňuje, že neexistují správné kategorizace a tvůrce návrhu by tak měl vycházet z uživatelského průzkumu nebo analytik, například Google trends (Spencer, 2010, s. 214).

Výstupem návrhu IA (struktury a kategorizací) je **mapa webu**. Mapa webu je v tomto případě grafický diagram, který pomocí objektů zobrazuje nadřazené a podřazené stránky – kategorie, jejich názvy a případně databáze. Vzor takové mapy je k dispozici pod tímto odstavcem. Informuje o 5 kategoriích, přičemž první má předpřipravené zatím prázdné podkategorie (podstránky) a kategorie „Articles“ a „Publications“ pod sebou skrývají databáze „Individual Articles“ a „Individual Publications“. Mapy webu mohou nést i další informace, například ID stránek, databázová metadata nebo typ šablon. Výstup by měl být ale stále přehledný (Spencer, 2010).



Obrázek 1: Vzorová Mapa webu (Spencer, 2010, s. 246)

V praxi se běžně používá 8 základních principů, které by při činnosti IA (IA i navigace) měly být dodrženy:

1. Objekty – Každá část obsahu má své vlastnosti a svůj životní cyklus. S každým objektem se tedy zachází individuálně.

2. Volba – Uživatel má smysluplné množství možností.
3. Postupné odkrývání – Každá úroveň struktury poskytuje pouze informace, které uživateli řeknou, co se všechno dozví, pokud bude hledat podrobněji. Tento princip vychází z předpokladu, že informace, které zatím uživatel nerozumí nebo ho nezajímá, je v ten moment bezcenná.
4. Příklady – Obsah kategorií je nejefektivněji popisován pomocí příkladů. Jedná se o nejrychlejší, nejsnazší a nejjasnější formu vysvětlování.
5. Hlavní dveře – Značná část uživatelů přijde jinou cestou, než přes domovskou stránku webu a tomu by měla odpovídat i IA.
6. Vícero klasifikací – Web by měl mít k dispozici několik různých klasifikací, které odpovídají rozdílnému způsobu myšlení v odlišných situacích či u různých uživatelů.
7. Jednoznačně zaměřená navigace – každé jedno navigační schéma by mělo být sjednocené.
8. Růst – Kategorie i obsah jsou vytvořeny tak, aby umožňovali případné rozšiřování či prohlubování některého z témat (Bawden a kol., 2017).

3.5.2 Navigace a rozložení stránek

Jakmile je k dispozici mapa webu, je na řadě návrh navigace. **Navigaci** Kalbach (2007, s. 5) vysvětluje 3 možnými způsoby. Může se jednat o obor zabývající se pohybem uživatelů po webu, o proces cíleného vyhledávání hypertextově propojených informací a nebo o prvky, které poskytují přístup k stránkám a pomáhají lidem orientovat se při interakci s daným webovým serverem.

Při tvorbě navigace je potřeba vytvořit takovou logiku, která bude nejlépe vyhovovat IA. Není třeba být příliš kreativní, zvláště když je již několik typů, které fungují a na které jsou již uživatelé zvyklí. Spencer uvádí (2010, s. 257) následující typy:

- Horizontální menu – Je vhodné pro menší počet ustálených kategorií.
- Vertikální menu – Je vhodné pro větší počet kategorií, které přibývají.
- Záložky – Variace horizontálního menu. Umožňuje mít 2 horizontální řády.
- Rozbalovací menu – Pojí se na horizontální či vertikální menu. Umožňuje nahlížet do podkategorií, aniž by uživatel kategorii musel otevřít. Nehodí se ovšem pro početné podkategorie, neboť se v některých případech nemusí vejít na obrazovku.

- Rozbalovací tabule – Obdoba rozbalovacího menu, ovšem nabízí větší prostor, který může být využit na základní popisy podkategorií či ještě hlubší úroveň webu.
- Celé stránky – Navigaci tvoří celá stránka. Využívá se především pro úvodní stránku a nabízí značný prostor pro kreativní zpracování.
- Navigace v těle stránky – Na rozdíl od předešlého případu má stránka mimo obsahovou navigaci i tu standardní a jedná se spíše o doplněk.
- Kontextové odkazy – Web nabízí procházení stránek skrze odkazy v textu.
- Související odkazy – Umožňuje uživateli objevovat další obsahovou část webu, která ho může zajímat.

Jeden řád navigace by přitom neměl obsahovat více než 7 možností. Toto doporučení plyne ze studie G. A. Millera, která přinesla závěr, že krátkodobá lidská paměť dokáže efektivně pracovat s maximálně 7 prvky současně (Staniček, 2016, s. 265).

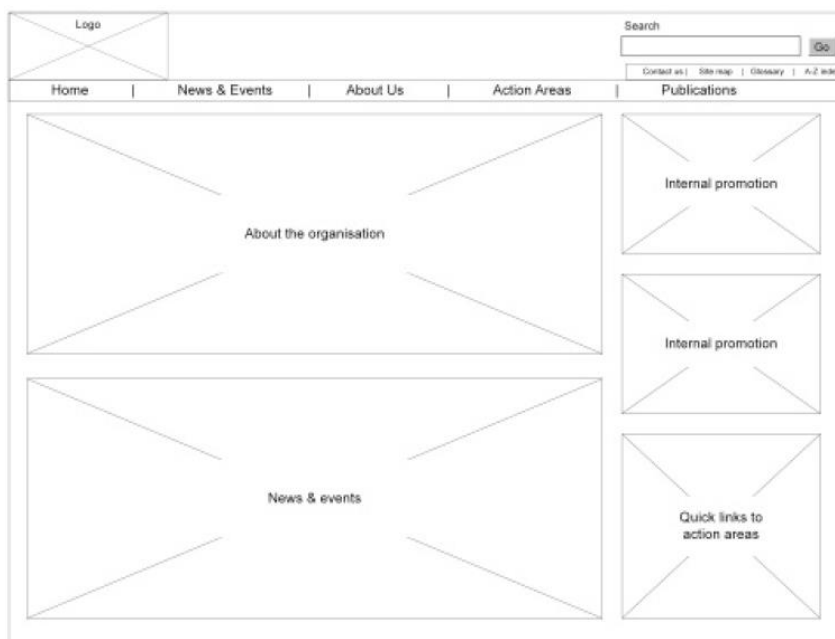
Jakmile je zvoleno navigační schéma (typ navigace nebo kombinace několika typů), je vhodné ho podpořit ještě dalšími navigačními prvky, například drobečkovou navigací, mapou webu (jiná, než IA), zápatím, mraky klíčových slov či A-Z indexy. Drobečková navigace má textovou podobu a nachází se v horní části webu pod záhlavím. Její funkce je informovat uživatele, kde se zrovna v rámci webu nachází. Má většinou hierarchickou strukturu a předchozí kroky zpravidla tvoří hypertextové odkazy. Někteří uživatelé se mylně myslí, že tento prvek zobrazuje jejich historii pohybu po webu (Spencer, 2010, s. 271). Mapa webu je stránka, která zobrazuje strukturu webu v podobě seznamu jednotlivých stránek. Má přitom 2 účely. Jednak slouží některým uživatelům, kteří jsou s ní zvyklí pracovat a dále usnadňují robotům indexaci stránek, o tom více v kapitole 3.5.7 Webový vyhledavač. Alternativou mapy webu jsou pak velké zápatí, kam se dávají nejužitečnější odkazy (Spencer, 2010, s. 273). Mrak klíčových slov, je užitečný v případech, kdy obsah pracuje s klíčovými slovy. Jedná se o grafické zobrazení klíčových slov, přičemž čím více je slovo populární, tím větší má vyobrazenou velikost. Standardní uživatelé tento prvek ovšem nevyužívají a často ani neznají jeho funkci (Spencer, 2010, s. 272).

Při práci s plochou a prostorem je vhodné využít určitých vzorů lidského chování. Uživatel podvědomě prioritizuje informace na základě jejich vizuální prezentace a přikládá vyšší hodnotu části, která buď:

- je větší nebo výraznější,
- je umístěna výše,
- má okolo sebe prázdný prostor,
- je na optickém středu stránky.

Optický střed je místo nacházející se ve zlatém řezu uvažovaného prostoru a představuje místo, ve kterém lidský mozek vnímá objekty jako přirozené a příjemné. Střed se nachází v bodě protnutí horizontální a vertikální přímky, které se nachází v poměru 1:1,68. (Staníček, 2016, s. 262).

Tvorba návrhu by měla začínat u stránky, na které je hlavní část obsahu. Zbytek stránek včetně té úvodní by se od ní následně měly jen odvíjet. Navrženou navigaci a rozložení stránek lze zobrazit tzv. drátěným modelem. Jedná se o pracovní návrh, který zpravidla postrádá grafickou vrstvu (v kontextu grafických návrhů). Jeho účelem je především zobrazit rozložení stránky. Vzorový drátěný model lze pozorovat na obrázku níže. V tomto případě tedy zobrazuje typy navržené navigace, názvy kategorií a pozici objektů. Na druhou stranu neinformuje o grafickém zpracování, o stylu písma a ani o smyslu samotném obsahu (Spencer, 2010).



Obrázek 2: Vzorový Drátěný model (Spencer, 2010, s. 297)

3.5.3 Grafický návrh

Je posledním krokem, který se při tvorbě návrhu webu dělá a musí respektovat všechny předešlé kroky. Staníček (2016) ve své publikaci vzpomíná příklady úspěšných funkčních webů s počáteční neatraktivní grafikou, například Amazon, Facebook, Yahoo! či eBay a upozorňuje, že naopak nefunkční web v drtivé většině případů nezachrání ani nový nádherný grafický návrh. Podobně jako u předešlých kroků, i u grafického návrhu se nejlépe začíná s návrhem stránky, na které persona plní hlavní část uživatelského scénáře. Staníček se při tvorbě grafického návrhu drží jednoduché zásady: rozlišování typu obsahu podle barvy, ikon, písma či dalších prvků, musí být sjednocené po celém webu. Grafik musí mít dále na paměti, že webové prohlížeče pracují s tzv. knihovnamy, které určují a často i limitují výsledný vzhled stránky. Další limity mohou tvořit odlišná zařízení, na kterých má být web zobrazován.

Barevný tón webu by měl odpovídat jeho kontextu. U příjemných témat pomohou atmosféru doladit teplé barvy (tedy od fialové, přes červenou, po žlutozelenou). U seriózních, či industriálně působících témat naopak dobře poslouží barvy studené (tedy od zelené, přes modrou, až po purpurovou). **Paleta webu** potom tvoří inventář používaných barev. Ty mohou být vybrány na základě již použitých schémat, které se v průběhu historie ukázaly jako nejpříjemnější. Staníček (2016) pro výběr palety doporučuje aplikaci Paletton dostupnou na adrese <http://paletton.com>.

Největší pozornost pak poutají především teplé barvy (červená, žlutá, oranžova). Použitím 1-2 kontrastních barev pro důležité prvky zvyšuje rychlost skenování stránky (zorientování se). Složitější barevná schémata naopak zvyšují kognitivní zatížení. Pro zpestření lze kombinovat různé odstíny jedné barvy (Goodwin, 2009, s. 485).

3.5.4 Použitelnost a testování

Za použitelný web lze označit takový web, který v uživateli při použití nevyvolá frustraci. Dle Rubin a kol (2008, s. 4) je tato vlastnost naplněna, pokud je web:

- užitečný – umožňuje uživateli splnit cíl a je dobrovolně využíván,
- účinný – umožňuje splnit cíl rychle a přesně,
- efektivní – je intuitivní a snadný,
- uspokojující – zanechává v uživateli pozitivní dojem.

Pro docílení použitelného webu je vedle vstupních specifikací (zadání projektu) nezbytné získat informace i o uživatelském chování. Tyto informace se dají získat nejrůznějšími metodami a technikami od uživatelského testování až po analýzy již existujících relevantních průzkumů. Dále to mohou být úspěšní konkurenti a v neposlední řadě i literatura a média (Goodwin, 2009).

Cílová skupina při tvorbě webu bývá nahrazována takzvanou personou, což je fiktivní profil se znaky v souhrnu zastupující cílovou skupinu. **Persony** vůbec nemusí odpovídat jednotlivým segmentům a jedna persona tak může obsahovat několik sociodemografických cílových skupin. Persony by měly být co nejrealnější, mít vlastní jméno a popis relevantní k návrhu webu. K tomu mohou posloužit archetypy, kdy je persona přirovnána například k rodinnému příslušníkovi a podle něho jsou následně popsány její vzory chování. Staníček dále uvádí, že v praxi se jako optimální počet jeví 3 vytvořené persony. Jedná se o takový počet, který již dokáže zahrnout většinu znaků cílových skupin a zároveň nedochází k přílišnému omezení stupňů volnosti (Staníček, 2016, s. 84).

Tyto persony jsou následně dosazovány do **uživatelských scénářů**. Ty znázorňují ty nejtypičtější cíle, s jakými uživatel na web přijde a dále jak jich docílí. Scénáře mohou být jak specifické pro každou personu, tak i plošné platící pro všechny. Tvorba scénáře spočívá ve stanovení co nejkratší cesty pro vykonání nějakého úkonu. Staníček sestavuje scénáře až na základě již identifikovaných jednotlivých stránek. Zatímco cíl cesty je z daného úkonu zřejmý, jeho začátek, tedy první interakce uživatele s webem, může začít kdekoliv (Staníček, 2016).

Spencer (2010) sestavuje první scénáře již při specifikaci webu, tz. ještě před prací s obsahem, kdy ještě nezná jednotlivé stránky.

Po dosazení person z předešlého odstavce do těchto scénářů může následně tvůrce návrhu (či vývojář webu) optimalizovat web (návrh) pro celou množinu cílových uživatelů. Scénáře slouží nejen jako předloha pro tvorbu návrhu, ale mohou být také využity pro **uživatelské testování**. Díky popsaným personám a definovaným scénářům je při vývoji i testování značně omezeno subjektivní chování a účastníkem testu tak může být i samotný

vývojář – jedná se o simulované uživatelské testování. Staníček (2016, s. 191) ovšem doporučuje provést uživatelské testování i se skutečnými cílovými uživateli – testování použitelnosti. To lze provádět jak ve fázi vývoje, tak i po implementaci, tj. na funkčním webu (Staníček, 2016).

Testování použitelnosti je proces testování s účastníky, kteří reprezentují cílovou skupinu produktu. To znamená, že za test použitelnosti může být označena jakákoliv metoda od experimentů s velikostními vzorky až po neformální kvalitativní studie s jedním účastníkem. Na druhou stranu, za test použitelnosti nemohou být považovány techniky, které nedisponují skutečným zástupcem cílové skupiny (Rubin a kol, 2008).

Spencer (2010) testy použitelnosti používá již při tvorbě informační architektury. V rámci informační architektury se cílových uživatelů doptává na názvy kategorií a nechává je, ať sami navrhnu mapu stránek. Výstup informační architektury následně testuje pomocí scénářů. Návrh v tomto momentě obsahuje pouze názvy kategorií a nemá žádný obsah. Tomu tedy musí odpovídat i přichystané scénáře. Moderátor v uživateli nepřímo vyvolá potřebu odpovídající scénáři (například musí nalézt konkrétní produkt) a ten následně vybírá, v jaké kategorii se bude pravděpodobně nacházet. Testování lze provést online ale i na papíře. Moderátor pak na základě zaznamenaných uživatelských kroků a dalších projevů může informační architekturu ještě více optimalizovat. Tím zajistí, že jsou pro uživatele jednotlivé názvy i struktura kategorií dostatečně intuitivní. Další test použitelnosti provádí pro testování navigace. V tomto kroku by již měl návrh disponovat co nejvíce aspekty – obsahem i grafickým návrhem. V tomto případě již jedince testuje pomocí scénářů na prototypu. Prototypem se označuje interaktivní návrh, což může být již vytvořená část webu, ale i pouhý drátěný model. Podmínkou prototypu je, aby návrh po uživatelské akci zareagoval patřičnou změnou. Moderátor testujícímu uživateli představí scénář a opět, podobně jako u testování informační architektury, zaznamenává veškeré jeho projevy při plnění daného úkolu (Spencer, 2010).

Nielsen (2000) se zabýval otázkou kolik uživatelů zahrnout do testování použitelnosti v kontextu omezeného rozpočtu. Jeho studie nese závěr, že pro odhalení všech nedostatků v použitelnosti je potřeba do testu zahrnout alespoň 15 uživatelů. Již při testování s 5 uživateli ovšem dochází k odhalení 85 % nedostatků. Závěrem studie je, že

spíše, než udělat 1 test s velkým množstvím uživatelů, je vhodnější rozdělit je do menších skupin a provádět testy průběžně. V případě menších webových stránek pro testování použitelnosti stačí pouze 3 uživatelé. Už při tomto počtu se totiž projevuje odchylka v jejich chování. To samé platí i v případě více cílových skupin.

3.5.5 Přístupný web

MVČR (© 2019a) přístupným webem označuje takový web, který může efektivně používat i osoba se zdravotním postižením, a to za pomoci asistivních technologií a specializovaných programů. Povinnost zpřístupnit webové stránky byla subjektům veřejné správy v ČR nastavena již skrze Zákon č. 365/2000 Sb. V roce 2016 byla Evropským parlamentem a radou vydána směrnice o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací subjektů veřejného sektoru, která následně byla transponována do českého právního řádu skrze Zákon č. 99/2019 Sb.

Staníček (2016, s. 236) uvádí, že přístupnost nastavenými technikami v některých případech narušuje obecnou použitelnost webu. Pokud tedy klientem není povinný subjekt dle uvedeného zákona, má na výběr mezi zpřístupněním webu pro handicapované nebo maximalizace přístupnosti pro standardní uživatele.

Ministerstvo vnitra v souvislosti s uvedeným zákonem zveřejnilo na svých stránkách v srpnu téhož roku Metodický pokyn, který poskytuje soubor pravidel přístupnosti podle mezinárodní normy „Web Content Accesibility Guidelines“. Přístupnost webu je tvořena 4 principy – vnímatelnost, ovladatelnost, srozumitelnost a stabilita. Tyto principy jsou následně naplňovány skrze jednotlivá pravidla, která se hodnotí kritérii úspěšnosti (Nápravníková, 2020). Vzhledem k absenci technické implementace či kódování webu jsou podrobněji rozebrány pouze principy a pravidla, které přímo souvisí s výstupem této práce.

Princip vnímatelnost zajišťuje takovou formu prezentace, aby i osoby se zdravotním postižením byli schopni obsah vnímat. Pravidlo textové alternativy v tomto principu znamená, že netextový obsah musí mít vždy svou textovou alternativu. Pravidlo rozlišitelné zase detailně stanovuje kontrast. Místo počítání poměru mezi danými pixely Janouch (2014, s. 265) pro správný kontrast doporučuje některý z webových nástrojů,

například aplikaci na adrese <https://contrastchecker.com>. Velikost ani typ písma žádný princip pevně nestanovuje, ovšem písmo nesmí ztrácet kvalitu ani s 200 % přiblížením a řádek by měl mít maximálně 80 znaků. Princip dále nařizuje, že text nesmí být zarovnán do bloku. V rámci odstavů je použito řádkování alespoň 1,5 a mezi odstavci je mezera o velikosti 1,5x zvolená velikost řádkování. Organizace Recit Me (Nedatováno) jako nejrozšířenější a nejvíce přístupné typy písma uvádí Arial, Calibri, Century Gothic, Helvetica, Tahoma a Verdana.

Princip ovladatelnost upravuje ovládání webu z klávesnice, časové limity, animace a navigaci. V rámci navigace musí mít každá stránka svůj odpovídající titulek a musí být dosažitelná více jak jedním způsobem. Výjimku pak tvoří stránky, které jsou výsledkem určitého procesu. Na každé stránce má uživatel zároveň možnost vidět, kde se aktuálně v rámci celého webu nachází. Nadpisy a popisky musí odpovídat obsahu a odkazy musí být identifikovatelné podle svého popisku.

Princip srozumitelnost obsahuje pravidla pro čitelnost, intuitivnost a pomoc při zadávání. První pravidlo stanovuje techniky pro používání zkratk, žargonů, idiomů a dalších. Druhé pravidlo stanovuje neměnnou navigaci napříč webem, neměnnost kontextu při pouhém pohybu myši a neměnnost kontextu, pokud o změně nebyl uživatel předem informován. Pomoc při zadávání je posledním pravidlem v tomto principu, které pak upravuje nápovědu, předcházení uživatelských chyb, jejich automatickou detekci a pokyny pro uživatele.

Posledním principem je stabilita, která upravuje kompatibilitu webu s přístupovými zařízeními (Nápravníková, 2020).

3.5.6 **Webový katalog**

Kubíček (2010, s. 29) webové katalogy vnímá jako stránky, kde obsah tvoří především reference na další weby. Tyto reference jsou roztříděny do jednotlivých kategorií a přidává je tam zpravidla editor (v některých případech jsou přidávány automaticky). Jednotlivé reference jsou zakládány pomocí metadat, přes která lze následně v katalogu vyhledávat, například názvy, autor, obecný popis nebo klíčová slova. Katalogy naopak vůbec nepracují s obsahem odkazovaných stránek.

Pojem katalog se ovšem nepoužívá pouze v kontextu databáze cizích webů. Staníček (2016) i Spencer (2010) ve svých publikacích za katalogy považují především eshopy a produktová portfolia, kde jsou entity rozřazeny do jednotlivých kategorií či témat a disponují strukturovanými daty. Ani v jednom z těchto případů se ovšem nejedná reference na cizí obsah.

Katalogy hrají zásadní roli i v optimalizaci webu pro vyhledávače, alespoň v případě pojetí katalogu podle Kubíčka, neboť zpětnými odkazy zvyšují relevanci referovaných webů a usnadňují robotům procházení, o nich více v následující kapitole (Kubíček, 2010, s. 29).

3.5.7 **Webový vyhledávač**

Zatímco do katalogu bývají reference vkládány ručně, webové vyhledávače zpravidla prochází webové stránky a obsah následně indexují automaticky. Z toho plyne, že na rozdíl od katalogových vyhledávačů jsou webové vyhledávače „fulltextové“, tzn. neomezují se pouze na metadata, ale vyhledávají i v obsahu každé stránky (Kubíček, 2010, s. 29).

Na Českém trhu dominují vyhledávače Google a Seznam. Přes ty navštíví české weby zhruba 96 % uživatelů. Zbylá 4 % pak náleží vyhledávačům Bing, Yandex a Yahoo. Nejvyužívanějším vyhledávačem je Google, a to již od roku 2014, kdy předstihl právě Seznam. Od té doby Google každoročně posiluje svou dominanci. Ve 4. kvartále 2018 byl podíl 75 %: 25 % ve prospěch Google (Kos, 2019).

Z toho důvodu se tato práce zaměřuje především na vyhledávač Google. Jeho vyhledávání je popsáno v Nápovědě Search console, kde je rozděleno do 3 základních kroků:

Prvním krokem je **Procházení**. Prohledávač, v obecném názvu Googlebot, je software, který neustále prochází nové stránky a přidává je do Indexu Vyhledávání Google. Index Vyhledávání Google si lze představit jako digitální knihovnu, ve které se následně vyhledává. Většinou jsou weby procházeny prohledávačem pro počítač a prohledávačem pro mobily. Procházet weby může na základě odkazů z jiných webů, které již v seznamu

má anebo podle souboru Sitemap, který je blíže popsán v kapitole Optimalizace webu pro vyhledávač Google.

Druhým krokem je **Indexování**. Jakmile se Googlebot dostane na novou stránku, zanalyzuje obsah a sestaví si index všech nalezených slov, značek a atribut. Dále kategorizuje obrázky a videosoubory a všechny tyto informace si uloží do databáze – Index Vyhledávání Google.

Třetím krokem je **Vyhledání a zobrazení výsledků**. V tomto kroku již dochází k interakci mezi uživatelem, který zadá hledaný výraz a vyhledávačem, který mu vrátí výsledek. Na základě vyhledávaného výrazu, sestaví hodnotící systémy Google výsledek z vybraných webů z Indexu. Zobrazené weby a jejich pořadí odpovídají relevanci podle nastavených algoritmů. Ty jsou v Nápovědě Search console rozděleny do následujících oblastí:

- Analýza zadaného výrazu pomocí jazykových modelů, interpretace překlepů, analýzy synonym, podle typu hledané informace, požadavku na aktuálnost a mnoho dalších metod.
- Vyhledání odpovídajících stránek z indexu. Relevantnost Google určuje podle klíčových slov z vyhledávaného výrazu, souvislosti obsahu s klíčovými slovy a agregovaných anonymizovaných dat o interakcích uživatelů.
- Vyhodnocení relevance stránek a určení pořadí výsledků podle aktuálnosti, intenzity výskytu hledaného výrazu, uživatelského dojmu, důvěryhodnosti a mnoho dalších blíže nespecifikovaných faktorů.
- Kontrola správného zobrazení v uživatelské prohlížeči, rychlosti načtení a zda množina výsledků nezobrazuje jen jednu konkrétní interpretaci hledaného výrazu.
- Zohlednění kontextu v podobě informací o poloze, historie minulých vyhledávání, nastavení vyhledávání a další (Google, © 2020b).

Dle Nápovědy Vyhledávání Google jejich vyhledávač každý rok zpracuje několik bilionu dotazů, přičemž je každý den zhruba 15 % z vyhledávaných výrazů pro vyhledávač nových a jsou zpracovávány poprvé. I to je důvodem, proč je vyhledávač neustále rozvíjen a jeho algoritmy jsou předmětem častých změn (Google, Nedatováno2).

3.5.8 Optimalizace pro vyhledávač

Optimalizace pro vyhledávač, v originálním názvu „Search Engine Optimization“ (dále jen „SEO“), je koncepční činnost, při které se využívá sada technik za účelem získání lepší pozice v organickém výsledku vyhledávání. Stránkám, na kterých vyhledávač řadí vrácené výsledky, se nazývají „Search engine result pages“ (dále jen „SERP“) (WordStream, Nedatováno).

Závěrem marketingové analýzy z roku 2014 je, že 75 % sledovaných uživatelů při nakupování online zůstali při vyhledání výrazu na 1 SERP. Až 70 % uživatelů preferovalo organický odkaz před placeným a z toho 60 % uživatelů vybíralo pouze ze 3 prvních odkazů. Tyto výsledky dokazují nejen přímý vliv SEO na profit ve zkoumaných e-shopech, ale i na důvěryhodnost daných stránek (Gudivada a kol., 2015).

Algoritmy při určování pořadí stránky v SERP berou v potaz více, než 200 faktorů. Společnost Google tyto algoritmy neustále mění a jejich přesné znění tají. Zároveň vývojářům poskytuje rozsáhlou příručku, kde rozebírá jednotlivé principy, které jsou u kvalitního webu potřeba dodržet. Vzhledem k absenci technické implementace či kódování webu jsou podrobněji rozebrány zejména aspekty, které přímo souvisí s výstupem této práce.

Pro správné zaindexování webové stránky je vhodné mít vytvořený soubor „**Sitemap**“ (z důvodu totožného názvu s mapou webu zůstává v této práci nepřeložen). Tento soubor popisuje metadata o stránkách, které se na webu nachází. Googlebotu pomáhá vyznat se v navigaci a nepřehlédnout nějakou relevantní stránku. V případě, že na web nevedou žádné odkazy z jiných webů, je potřeba pro jeho zaindexování odeslat soubor Sitemap do Google Search Console (Google, © 2020a). Dalším důležitým souborem je **robots.txt**. V něm lze specifikovat, jakou část webu má Googlebot ignorovat. Návoděda ovšem doporučuje umožnit robotu stejný přístup, jako má uživatel. V kontextu SEO to znamená přístup k JavaScriptu, stylům CSS a obrázkovým souborům.

Názvy stránek by měly být přesné, krátké, informativní a jedinečné pro každou stránku a s ohledem i na mobilní zobrazení. Pokud bude text v názvu dlouhý, nemusí být zobrazený celý anebo mu může být automaticky vygenerovaný jiný název. Názvem

domovské stránky je vhodné popsat obsah celé celého webu. Silně se nedoporučují názvy, které nemají žádnou vazbu k obsahu.

Nadpisy by měly být na stránce strukturované v hierarchickém pořadí a pouze tam, kde je pro uživatele přínosné definovat strukturu stránky. Stejně jako názvy stránek, ani nadpisy by neměly být příliš dlouhé a je vhodné formulovat obsah tak, aby měl co nejméně nadpisů.

Navigace je pro vyhledávače důležitá, jelikož mu pomáhá pochopit **hierarchii webu**. Přejechod z obecného obsahu na konkrétní by měl být plynulý a co nejsnazší. Pokud je to možné, související stránky by také měly být propojené, aby mohl uživatel objevovat nové informace. Není ale vhodné, aby se z každé stránky dalo dostat na všechny ostatní stránky. Pro navigaci jsou vhodné především textové odkazy. Na druhou stranu, nevhodným příkladem odkazů jsou obrázky a animace. Vhodným prvkem je dále drobčková navigace a Mapa stránek (navigační prvek). Oba prvky by měly respektovat posloupnost hierarchie. Adresy stránek by měly být krátké, ale zároveň informovat o obsahu stránky. Měly by odpovídat obsahu a adresy by neměly být příliš vnořené. Googlebot tyto adresy může zobrazovat i ve výsledku hledání. K dosažení stránky by měla existovat pouze jedna adresa URL. Pro případ, že nějaký odkaz bude z nějakého důvodu nefunkční, je vhodné si nastavit Stránku 404 s omluvou a odkazem na úvodní stránku. Design této stránky by měl být sladěný a stránka by neměla být blokována pro indexaci.

Dle Nápoředy je nejdůležitějším faktorem **užitečný obsah**. Ten zajistí, že si web budou mezi sebou uživatelé sdílet sami. Vyplatí se si pečlivě naplánovat klíčová slova a respektovat chování nových uživatelů i těch zběhlých v daném tématu (FIFA x Fotbal playoff). Ze statistik Google vyplývá, že uživatelé preferují snadno čitelný text, který se dobře čte. Textu, který nelze zkopírovat, např. v obrázcích, by se měl autor vyhnout. Obsah je vhodné uspořádat, optimálně do logických bloků či částí. Stránka by neměla obsahovat duplicitní informace a případné reklamy je vhodné umístit tak, aby nerušily uživatele. Odkazy v textu by měly být popsány tak, aby uživatel i Googlebot věděl, kam je směruje. Nevhodné je označovat je popisem klikněte sem, název URL atd. Text by měl být v odkazu krátký a odlišený od zbytku textu. Důvěryhodnost webu je mimo jiné posuzována zpětnými odkazy. Pokud je na web odkazováno z dalších webů, zvyšuje to jeho

důvěryhodnost. Pokud je web zmiňován ve varujícím kontextu, měl by se označit atributem “nofollow” (Google, © 2020c).

3.6 Politická a ekonomická situace v ČR

Aby mohl výstup práce odpovídat svému zadání, je potřeba se také zabývat otázkou jaká témata by v popisu ekonomické a politické situace měla být obsažena. K zodpovězení této otázky poslouží řešerše témat jednotlivých informačních zdrojů, které se v těchto oblastech angažují.

Prvním takovým zdrojem je Výkonná agentura pro vzdělávání, kulturu a audiovizuální oblast (dále jen „EACEA“). EACEA spravuje většinu programů financování EU v oblasti vzdělávání, jako je Kreativní Evropa, Erasmus+, Eurydice a mnoho dalších. Právě v rámci programu Eurydice EACEA poskytuje informace a srovnávací analýzy vzdělávacích systémů a souvisejících politik v EU. Na webu tak informují o politické a ekonomické situaci v ČR. V rámci ekonomiky poskytují přehled o hlavních odvětvích průmyslu, hrubém domácím produktu (dále jen „HDP“), míře nezaměstnanosti a o dalších tématech již spjatých se vzdělávacím systémem. V rámci politiky informují zejména o vládě (EACEA, 2019).

CVVM v oblasti politiky provádí průzkumy týkající se zejména voleb, politických stran, institucí, politiků a hodnocení politické situace. V rámci poslední kategorie CVVM zveřejnilo za poslední 2 roky (od začátku roku 2018) 3 průzkumy: Spokojenost se stavem vybraných oblastí veřejného života, Veřejnost o důvodech k odstoupení politiků z funkce a Politická kultura veřejně činných lidí. Poslední uvedený průzkum přináší hodnocení členů vlády, poslanců, senátorů, představitelů krajských a místních samospráv a významných politických stran (Čadová, 2018). V oblasti ekonomiky CVVM dělá průzkumy týkající se zejména práce, příjmu, životní úrovně, ekonomického vývoje, hospodářské politiky a další. V pravidelném průzkumu s názvem Občané o hospodářské situaci ČR a o životní úrovni svých domácností v rámci výzkumu „Naše společnost“ respondenti hodnotí současnou ekonomickou situaci, podrobnější aspekty ekonomické situace již ale nejsou určeny. Analýzou tento průzkum přináší zjištění, že hodnocení ekonomické situace má přímou závislost mimo jiné i s hodnocením politické situace a se zájmem jedince o politiku (Červenka, 2020).

Ústav empirických výzkumů STEM je další výzkumnou agenturou. Na svém webu provedené průzkumy řadí mezi jednotlivé kategorie, přičemž prvními 2 jsou Domácí politika a Ekonomika. Do kategorie Domácí politika ústav zařazuje především předvolební výzkumy a průzkumy hodnotící vládní činitele či politické strany. Zaměření ústavu v oblasti ekonomiky je obtížné určit, neboť provedené výzkumy v této kategorii jsou na nejrůznější témata od korupce přes názory na reformy (například protikuřácký zákon) až po sociální otázky týkající se chudoby. Ústav v roce 2005 provedl výzkum s názvem Kritéria hodnocení hospodářského vývoje ČR ve kterém 1625 respondentů vybíralo ze seznamu ukazatele, na kterých dle jejich názoru nejvíce závisí vývoj ekonomiky. Jako nejdůležitější ukazatel, byl zvolen Tempo růstu hrubého domácího produktu, dále to byly Míra nezaměstnanosti, Vývoj zadluženosti ČR, Míra inflace, Vývoj průměrné mzdy zaměstnanců, Vývoj exportu českých firem do zahraničí, Růst průmyslové výroby, Celková obchodní bilance ČR, Vývoj spotřebitelských cen, Výše investic do rozvoje země a další (STEM, 2005).

Brčák a kol. v roce 2012 publikovali knihu Česká republika ve světě ekonomických teorií. Autoři se v této publikaci snaží shrnout složité ekonomické dění a čtenáře seznámit s aspekty působícími na vývoj ekonomiky. Ekonomické dění popisují:

- agregátními veličinami, například hrubý domácí produkt,
- jevy a procesy, například inflace, nezaměstnanost, zadluženost, zahraniční obchod,
- nástroji ovlivňování ekonomiky, například státní rozpočet.

Brčák a Sekerka, oba dva autoři z výše uvedeného díla, spolu vydali publikaci ještě o 2 roky dříve (2010) s jednoduchým názvem Makroekonomie. V jedné z kapitol popisují přístup k hospodářské politice podle Kaldora. Podle tohoto přístupu se ekonomická situace znázorňuje pomocí „magického čtyřúhelníku“. Ten v sobě zobrazuje 4 následující ukazatele:

- roční míra nezaměstnanosti,
- roční tempo růstu reálného produktu,
- podíl salda běžných obchodních transakcí k nominálnímu produktu (jedná se o téma zahraničního obchodu),
- roční míra inflace.

Portál Businessinfo.cz popisuje ekonomiku ČR pomocí informací z oboru a odvětví národního hospodářství, zaměstnanosti, práce, mzdy, HDP, inflace, demografického vývoje, sociálního zabezpečení a životních podmínek. Téma zahraniční obchod pojímá stranou a samostatně (CzechTrade, © 1997-2020).

Analýza Českého statistického úřadu vývoj ekonomiky charakterizuje přírůstkem HDP, stavem bilance obchodu, růstem ceny spotřebitelů, stavem nezaměstnanosti, nastavením základních měnověpolitických sazeb a deficitem státního rozpočtu (Zábojníková a kol., 2019).

ČTK v kategorii ekonomické zpravodajství informuje o vývoji významných firem a trhů, změnách makroekonomických ukazatelů (HDP, inflace, nezaměstnanost a obchodní bilance), o ekonomických reformách, o jednotlivých oborech (např. informační technologie) a sektorech (např. finanční sektor) (ČTK, © 2018).

Česká národní banka (dále jen „ČNB“) ve zprávě o inflaci popisuje ekonomický vývoj cenovým vývojem (inflace, spotřebitelské ceny a nemovitosti, ceny potravin, dovozní a produkční ceny), vývojem ekonomiky (ekonomický cyklus, produkční a výdajová strana ekonomiky), trhem práce (zaměstnanost a nezaměstnanost, mzdy a produktivita) a finančním a měnovým vývojem (úrokové sazby, měnový kurz, úvěry a peníze) (ČNB, 2020).

4 Vlastní práce

Cílem práce je vytvořit návrh webových stránek. Na základě teoretických východisek lze vcelku jednoduše odvodit postup této činnosti. Prvním krokem je analýza zadání včetně cílových uživatelů, v tomto případě se jedná o specifikaci návrhu. Následuje práce s obsahem, konkrétně výběr informačních zdrojů a tvorba informační struktury. Jakmile je IA hotová, následuje navigace a rozložení stránek. Poslední tvůrčí aspekt návrhu pak tvoří grafický návrh. Všechny tyto kroky jsou učiněné s ohledem na použitelnost, přístupnost a optimalizaci pro vyhledávač.

4.1 Specifikace návrhu

Jelikož zadání této práce o návrhu pojednává velmi obecně, je o to důležitější se nejprve zabývat vstupními parametry. V následujících podkapitolách jsou tedy odvozeny funkce uvažovaného webu, cílová skupina, konkurence a jelikož je web navrhován s ohledem na použitelnost, jsou některé kapitoly věnovány i personám a scénářům.

4.1.1 Funkce

Jasně definované funkce webu určují jeho formu a směr dalšího rozvoje. V rámci této práce jsou některé funkce dále použity pro tvorbu uživatelských scénářů. Zformulovány jsou 4 následující funkce:

1. Uvažovaný web má především informovat. Rozborem této funkce a s ohledem na zadání lze dojít k následujícím dílčím funkcím:
 - a. Obsah slouží jako rozcestník mezi informačními zdroji se vzdáleným přístupem, které poskytují aktuální srozumitelné informace o české ekonomice.
 - b. Obsah slouží jako rozcestník mezi informačními zdroji se vzdáleným přístupem, které poskytují aktuální srozumitelné informace o české politice.
 - c. Obsah slouží jako rozcestník i mezi dalšími informačními zdroji se vzdáleným přístupem, které mohou přispět k informovanému rozhodnutí voliče.
2. Uvažovaný web rozvíjí informační i mediální gramotnost.

3. Uvažovaný web uživateli zkracuje čas potřebný na získání požadované informace. Tato funkce se ovšem vztahuje pouze na uživatele, kteří zatím neví, kde či jak informaci najít.
4. Uvažovaný web nabádá uživatele k zájmu o veřejná témata.

4.1.2 Cílová skupina

Dle teoretických východisek je chování cílového uživatele pro tvorbu webového návrhu zásadní. Tyto informace se dají získat širokým množstvím metod a technik od dotazníkového šetření až po literaturu a média. Tato práce takové informace čerpá především z teoretických východisek, tzn. z cizích studií či praktických zkušeností odborníků. Lze ovšem očekávat, že taková tvrzení nemusí platit ve všech situacích. Z toho důvodu je tedy i přesto namístě zabývat se patřičnou cílovou skupinou a provádět uživatelská testování na reprezentativním vzorku. Na základě cílové skupiny lze zároveň vytvořit osoby, které umožňují projevit vyšší empatii vůči uživatelům při tvorbě návrhu.

Uvažovaný web je určený především pro občany ČR, kteří se chtějí před volebním hlasováním informovat o ekonomické a politické situaci. Takto formulovaná cílová skupina jde ruku v ruce s uvedenými funkcemi v předešlé kapitole, ale zároveň značně komplikuje výběr vzorku pro uživatelské testování. Jelikož mají každé volby jinou účast a někdy i jiné voliče, je obtížné takto širokou skupinu souhrnně charakterizovat.

Z výše uvedených důvodů jsou pro potřeby tvorby zástupných osob a testování stanoveny **3 dílčí cílové skupiny**:

- Skupina voličů ve věku 25-30 bez vysokoškolského vzdělání.
- Skupina voličů ve věku 25-30 s vysokoškolským vzděláním.
- Skupina voličů ve věku 45-50 bez vysokoškolského vzdělání.

Pro všechny 3 skupiny dále platí, že se jedná o osoby, které buď chtějí získat informace pro rozhodnutí anebo chtějí vědět, jaké informace mají k dispozici. Uvedené dílčí cílové skupiny jsou sestaveny tak, aby se při testování mohl projevit případný mezigenerační rozdíl a rozdíl ve vzdělání.

4.1.3 Doména a slogan

Dne 7. 10. 2019 byla registrována doména zvolitinfo.cz. Jméno bylo zvoleno na základě dostupných možností a tak, aby obsahovalo klíčová slova „volit“ a „info“. Je zde potřeba zdůraznit, že se tak stalo v době, kdy teoretická východiska nebyla kompletní a stejně tak ani spolehlivá analýza konkurence. Jelikož se celá práce nachází v předimplementační fázi, je jedním z návrhů dalšího rozvoje zvážit i další alternativy.

Slogan zní „Rozcestník mezi informacemi“. Jedná se o frázi, která v sobě obsahuje klíčové slovo „informace“ a zároveň neobsahuje žádný složitější výraz, který by mohl vést k nepochopení. Slogan zároveň vystihuje popis webu, neboť role rozcestníku je ve stanovených funkcích dominantní.

4.1.4 Konkurence

Za konkurenční projekty jsou považovány takové weby, které vykazují podobné funkce těm formulovaným v kapitole 4.1.1.

Nestrukturovaná forma analýzy konkurence již proběhla v průběhu rešerše teoretických východisek. Při tomto procesu byly analyzovány SERP na obecné dotazy, například „elektronické informační zdroje“, ale i SERP na konkrétní dotazy, např. „rozcestník“ „informace k volbám“.

Na straně veřejné správy bývají rozcestníky běžnou součástí provozovaných webů, například portál veřejné správy, který do své evidence shromažďuje státní služby a pokyny k životním událostem (MVČR, © 2020a), anebo rozcestník MVČR odkazující na zdroje poskytující podrobnější informace k ochraně osobních údajů (MVČR, © 2019b). Tyto weby ovšem do těchto seznamů již nekomponují informační zdroje provozované nevládními neziskovými organizacemi. Jako příklad výjimek může sloužit web národního katalogu otevřených dat, který poskytuje odkazy i na nevládní subjekty využívající otevřená data veřejné správy (Klímeček, 2020). Jedná se ale spíše o demonstraci přínosu otevřených dat než o aktualizovanou evidenci takových informačních zdrojů a některé z nich již ani nejsou v provozu.

Pokud jednu stranu reprezentuje pojetí veřejné správy, lze další stranu nazývat občanskou společností zastoupenou především nestátními neziskovými organizacemi. Ty se věnují tématům, která jsou v některých případech totožná s tématy této práce. Rozsah jejich působnosti se již ovšem liší a je orientován především na aktivní angažovanost v podobě vzdělávání, poradenství, tvorbě vlastních analýz a jiných publikací, iniciování veřejných diskuzí a další. Tyto nevládní organizace tedy zatím mají pouze předpoklad stát se konkurenčním projektem. Jedním takovým projektem je nezisková organizace Transparency International, která se angažuje především v politických tématech. V roce 2015 organizace vydala publikaci s názvem „Příručka pro práci s otevřenými zdroji dat“, která obsahuje rešerši oficiálních i neoficiálních informačních zdrojů (Leyer a kol., 2015). Za dalšího nepřímého konkurenta lze považovat organizaci Zvol si info, která se snaží přispět především k mediální gramotnosti veřejnosti. I tato organizace vkládá rešerše užitečných informačních zdrojů do svých publikací, viz Surfařův průvodce po internetu (Zvol si info, Nedatováno) a Nejlepší kniha o fakenews (Gregor, a kol., 2018). Jako nepřímý konkurent je tato organizace vnímána také kvůli značně podobnému názvu webu.

Rozcestníky či katalogy informačních zdrojů jsou pak obecně zastupovány především univerzitními knihovnami, které se ale omezují na svůj knihovní fond, vědecké databáze či weby patřící do dané organizace. Vzhledem na úzkou provázanost mezi knihovní a informační vědou lze očekávat, že právě knihovny mají všechny předpoklady pro iniciování projektů podobných uvažovanému webu.

Za předpokladu, že jsou následující vybrané weby považovány za relevantní i tvůrci konkurenčních projektů, lze nyní rychle a snadno monitorovat konkurenční prostředí. Na základě teoretických východisek této práce jsou za takové weby považovány demagog.cz, hlidacstatu.cz a czso.cz. Složeným dotazem obsahující kombinaci těchto názvů v přesné shodě, tedy „,,demagog.cz“ „hlidacstatu.cz“ „czso.cz““ lze docílit SERP obsahující jen 3 vrácené stránky, viz příloha A.

První stránkou je <https://bezfaulu.net/fakta/>. Web má uvedeného autora a zabývá se analýzou proslavů a debat veřejných činitelů. Provádí nejen „fact checking“, ale i analýzu argumentačních klamů. Na stránce s názvem „Fakta“ pak nabízí seznam užitečných webů roztríděných podle témat. Značná část těchto zdrojů je cizojazyčná a seznam je předkládán

jako nástroje pro ověření faktu. Byť se zjevně jedná o okrajovou záležitost v rámci vykonávaných aktivit a nepokrývá funkce uvažovaného webu, lze tento web prohlásit za doposud nejbližšího identifikovaného konkurenta.

Druhá stránka obsahuje text smlouvy o monitoringu tisku, která v sobě zahrnuje i weby z vyhledávacího výrazu. Web <https://www.hlidacstatu.cz/> je jedním ze zahrnutých informačních zdrojů. I přesto, že tento případ neproказuje konkurenční charakter, má webová aplikace potenciál rozšířit své funkce a stát se jím.

Poslední stránkou je publikace neziskové organizace "ASTRA" - Asociace pro transparentnost. Jedním z jejich členů je již zmiňovaná organizace Transparency International a od nich lze i odvodit zaměření této asociace – transparentnost a boj proti korupci. Web na adrese <https://www.astracr.cz/> se ovšem jeví jako účelný především pro projekt, jehož výstupní publikace právě obsahuje shodu s vyhledávaným výrazem, a to v rámci užitečných odkazů. Tento web je tak pouze potenciální konkurent.

4.1.5 Persony

Persony v kontextu vývoje webu hrají důležitou roli, a to zejména v případě více cílových skupin, jelikož umožňují vztahovat jednotlivé aspekty ke konkrétním uživatelům. Na základě dílčích cílových skupin jsou v této kapitole vytvořeny 3 fiktivní osoby, jejichž souhrn znaků pokrývá znaky dílčích cílových skupin. Kromě znaků cílových skupin osoby obsahují vzory chování plynoucí z teoretických východisek, především je to chování u veřejných voleb a při procházení webových stránek. Všechny ostatní charakteristiky, kterými osoby disponují, jsou smyšlené na základě různých archetypů a slouží pro jejich reálnější vyobrazení.

První osoba se jmenuje **Jirka**. Je mu 48 let a má středoškolské vzdělání. Pravidelně chodí k volbám a snaží se vždy volit tak, aby se měl co nejlépe. Pravidelně sleduje televizní noviny a neunikne mu žádná mediální kachna. Při rozhodování bývá krátkozraký a není zvyklý si představené informace ještě sám ověřovat. Má několik přátel, se kterými si vždy rozumí a je v kontaktu jak v práci, tak i na sociální síti – tam si neustále sdílí dezinformační články postrádající autora i zdroj. Kromě těchto přátel se s nikým moc nestýká, takže nepřichází do styku ani s konfrontací cizích názorů. I když se snaží držet

krok s dobou (má chytrý telefon), v digitálním světě se často ztrácí. Nemá rád, když se dostane na web s 50 možnostmi a neví kam dál. K Jirkovi se politická a ekonomická témata dostávají především skrze masová média a nevyzná se tak v odborných výrazech. Nejlépe věci pochopí, když jsou mu vysvětlovány na příkladech. Jirkovi se také za poslední roky zhoršil zrak. Občas se mu stává, především na počítači, že se mu nějaká písmenka pletou a také má problémy se orientovat v dlouhých textech.

Druhá persona se jmenuje **Anička**. Je jí 29 let a je vystudovanou ekonomkou. Pravidelně chodí k volbám a snaží se volit tak, aby národní hospodářství přinášelo udržitelný rozvoj. Je přesvědčená, že politici jsou především řečníci a že pojmy jako veřejný zájem jsou jen populistické prázdné termíny. Nelíbí se jí, když jsou pro daná rozhodnutí brány v potaz jen přínosy a nikdo se nezabývá negativními dopady. Anička už s internetem vyrůstala, takže v digitálu je jak ryba ve vodě. Je seznámena s jeho hrozbami a je velmi opatrná s tím, co na sociálních sítích sdílí – zajímá se o věrohodnost autora i zdroje. Vyhýbá se dlouhým zprávám či výzkumům a vyhledává především souhrny s klíčovými informacemi. To je výsledek především toho, že Anička je velmi zaneprázdněná žena a nemá čas na vlastní analýzy. Při hledání informací na novém webu se Anička orientuje především pomocí vyhledávacího pole, ale i podle mapy stránek. Informace o ekonomice či politice nemá problém získávat přímo z primárních zdrojů, neboť odborné termíny zná ještě ze školy.

Poslední personou je **Honza**. Je mu 26 let a má středoškolské vzdělání. K volbám chodí, protože to vnímá jako zodpovědnost. Je ovšem přesvědčen o tom, že nic nezmění a že stejně všichni kradou, takže se moc neinformuje. Tohle přesvědčení plyne především z neschopného vedení města, kde Honza žije. Nedávno tam totiž radní nechal postavit předraženy altán, který se už po měsíci začal rozpadat a nikdo s tím nic nedělal. Odborné články nijak zvlášť nevyhledává, a to se odráží i v jeho znalostech v odborných názvech. Honza je aktivní na sociálních sítích a pod prsty mu denně projdou stovky cizích příspěvků. Honza nechce sdílet žádné dezinformace, ale zároveň neví, jak je má ověřit. Honza navíc neumí cizí jazyk.

4.1.6 Scénáře

Scénáře umožní navrhovat web především tak, aby odpovídal svým funkcím a uživatelským cílům. Dále jsou scénáře také nezbytné pro test použitelnosti, který je proveden v kapitole 4.6. Uživatelská cesta může na webu začít prakticky z jakéhokoliv místa a při tvorbě webu na to musí brán zřetel. Vzhledem k tomu, že navržený prototyp obsahuje poměrně málo stránek, jsou pro následující testovací scénáře vybrány ty nejdelší uživatelské cesty – ty, které začínají na úvodní stránce.

Dle stanovené cílové skupiny lze odvodit, že uživatel navštíví uvažovaný web, aby získal informace o politice či ekonomice. Důvody, proč by kvůli těmto informacím navštěvoval zrovna tento web, se naskytují hned 3:

1. Uživatele nemůže nalézt požadovanou informaci či zdroj, tak to zkouší přes uvažovaný web.
2. Uživatele zajímá, jaké informace či zdroje jsou k danému tématu k dispozici.
3. Na web se uživatel dostal náhodou při hledání informace, o které pojednává uvažovaný web.

Obecné scénáře pak s těmito cíli vypadají následovně:

1. Uživatel přichází na web. Vybírá tedy dané téma. Zde vyhledá potřebný zdroj a opouští web. V případě absence takového webu může využít příručku, která mu poradí, jak efektivně vyhledávat informace. Konec scénáře
2. Uživatel přichází na web a zjišťuje, že web spojuje weby z mnoha oblastí. Vybírá tedy dané téma a prochází si seznam webů a informací, které má k dispozici. Případně si otevírá průvodce, kde se dozvídá, jak nalézt i další užitečné zdroje. Konec scénáře.
3. Uživatel se při hledání informace omylem dostal na web. Pravděpodobně se ocitá přímo na stránce, kde se daná informace či zdroj nachází. V případě článku si pročítá článek, případně jen relevantní část. V případě informačních zdrojů vybírá odkaz a opouští web. Konec scénáře

První scénář popisuje situaci, kdy uživatel zná funkci webu a přichází na něj záměrně, aby v seznamu našel požadovaný zdroj. Uživatelská znalost může být nabyta

buď již předešlou zkušeností s webem anebo získanou referencí. Obdobný rozbor lze pak provést i v případě druhého scénáře. Jelikož je cílem druhého scénáře pouze přečtení dané stránky, lze i tento úkol testovat prvním scénářem, jelikož se předpokládá, že pro výběr hledaného zdroje či informace si uživatel musí stránku nejprve zanalyzovat. Poslední scénář může nastat zejména v případech, kdy uživatel vyhledává obecné výrazy jako „informační zdroje“, „jak na informace“ a další. Zároveň je značně nepravděpodobné, že by tento scénář nastal v případě, kdy uživatel vyhledává konkrétní informaci jako například „inflace“ nebo „ověřování politických výroků“. Testování použitelnosti by pak spočívalo pouze o nalezení konkrétního slova na dané stránce, což opět pohlcuje první scénář.

Následující 2 testovací scénáře slouží pro test použitelnosti v kapitole 4.6 a oba vychází z prvního již uvedeného scénáře.

4.1.6.1 Testovací scénář 1

Tento scénář je rozvinut z 1. obecného scénáře a reprezentuje uživatele, který je na webu poprvé. Uživatel se dnes chystá k volbám a chce svůj hlas využít svědomitě. Na hlubší studium nemá čas, ale pamatuje si, že mu přátelé kdysi vyprávěli o kvízu, který jim po vyplnění ukázal, komu má věnovat svůj hlas. Uživatel nezná název kvízu ani neví, kde ho má hledat. V práci mu minule poradili, že web zvolitinfo.cz spojuje různé weby dohromady, takže se zde daný kvíz pokusí nalézt.

Očekávaný průběh:

1. Uživatel se ocitne na úvodní stránce, kde zjišťuje, že web řadí zdroje do témat.
2. Uživatel si mezi tématy vybere Volby (buď si vybere témata v menu nebo přes odkaz na úvodní stránce)
3. Uživatel v seznamu nachází zdroj Volební kalkulačka.
4. Konec scénáře

4.1.6.2 Testovací scénář 2

Tento scénář je rozvinut z 1. obecného scénáře a reprezentuje uživatele, který již na webu byl. Uživatel v televizi viděl politickou debatu, kde se 2 politici dohadovali nad tím,

jaký je očekávaný vývoj české koruny. Uživatele to samotného zajímá a jelikož neví, jaký by mohl být věrohodný zdroj, rozhodl se znovu použít web zvolitinfo.cz.

Očekávaný průběh:

1. Uživatel se ocitne na úvodní stránce a přemýšlí, jaké téma zvolit.
2. Uživatel může úkol splnit 2 cestami:
 - a. Vybere téma Ekonomika a vybere zdroj Česká národní banka (primární zdroj pro prognózy měnového vývoje)
 - b. Vybere téma Politika a vybere zdroj Demagog.cz (ověří, zda byl politický výrok pravdivý či nepravdivý na základě primárního zdroje).
3. Konec scénáře.

4.2 Výběr informačních zdrojů

Tato kapitola popisuje výběr informačních zdrojů, které jsou zakomponovány v závěrečném výstupu práce. První podkapitola se zabývá formulací metodiky výběru a ověřením potenciálních informačních zdrojů. Samotné ověření je následně provedeno ve druhé podkapitole.

4.2.1 Metodika výběru a ověření zdroje

Aby návrh splňoval cíl práce, musí vybrané informační zdroje přispívat k popisu politické či ekonomické situace. Vzhledem k obecnosti těchto výrazů tak kapitola 3.6 představuje rešerši témat, kterými jednotlivé informační zdroje ekonomiku a politiku popisují.

V případě zdrojů zaměřených na politická témata se všechny dotýkají **úředních osob** (tj. politiků, vlády atd.) a s výjimkou agentury EACEA i **voleb**.

V případě ekonomiky již zdroje vykazují větší variace, přičemž ty nejčastější shody jsou v **domácí produkci, inflaci, míře nezaměstnanosti a zahraničním obchodu**.

Kromě vybraných témat je výběr informačních zdrojů podmíněn jejich spolehlivostí. Ta je stanovena pomocí ověřovací metody. Literární rešerše zahrnuje 4 metody pro ověření informace. Zatímco CRAP i pozdější CRAAP metody mají univerzální

aplikovatelnost, metoda 5 klíčových otázek se orientuje zejména na mediální sdělení. Surfařův průvodce po internetu je zase metoda stavící kvalitu informace v kontextu manipulativních technik.

I přesto, že každá z metod byla vypracovaná v určitém kontextu a tak, aby nejlépe fungovala na daných tématech, všechny metody sledují 3 stejné prvky: autor, záměr a zdroj. Kromě metody 5 klíčových otázek ostatní metody dále sledují Aktuálnost. V kontextu zpravodajských médií a internetových hrozeb tak zůstává s podivem, že zrovna tato metoda s prvkem Aktuálnost nepracuje.

Prvek **autor** má přinést odpovědi na otázky, zda je tvůrce či provozovatel dohledatelný a zda má tendenci vytvořit spolehlivou informaci. To lze stanovit na základě dvou částí:

- kompetentnost – zda je odborníkem či primárním zdrojem,
- financování – zda má transparentní financování.

Dalším společným prvkem je **záměr**. Tento aspekt mimo jiné rozkrývá případné manipulativní motivy. Záměr již může být naznačen povahou autora. Pro přesnější identifikaci záměru či motivu lze tento prvek sledovat ve dvou dílčích částech:

- charakteristika informace – spíše, než identifikace podle standardizovaných kategorií se jedná o rozlišení, zda se jedná o objektivní informaci či o pouhý názor na danou událost či jev,
- cílová skupina a způsob šíření – zda autor nevyužívá manipulativních technik.

Prvek **zdroj** sleduje podklady pro vznik dané informace a ve většině případech jde o nejpodstatnější kvalitativní faktor informace.

Posledním prvkem je **Aktuálnost**, která hraje důležitou roli zejména u zpravodajských informací. Bez data publikace či aktualizace nelze určit, zda informace stále platí.

Zbylé ověřovací prvky analyzovaných metod jsou již buď určeny pro příliš konkrétní případy, například ověřování pravosti fotografie, anebo jsou již od samotné

spolehlivosti informace vzdálené, například relevance s uživatelským tématem či alternativní zdroje. Z této syntézy lze odvodit, že samotnou spolehlivost informace lze stanovit na základě spolehlivosti autora či provozovatele, jejich záměru, zdrojem informace a její aktuálnosti. Tato odvozená metoda, stejně jako ty původní, kvůli své široké aplikovatelnosti nedisponuje hodnotící technikou. Pro účely této práce jsou tedy operativně stanoveny následující kritéria spolehlivého zdroje:

- informační zdroj má dohledatelného autora či provozovatele,
- informační zdroj poskytuje objektivní informace i důvod jejich vzniku,
- informační zdroj informuje o svých podkladech,
- lze dohledat datum vzniku či aktualizace informací.

U naplňování těchto kritérií nastává problém zejména u zdrojů, které nabízí mnoho odlišných typů informací. V takovém případě jsou parametry vzhledem k limitům této práce ověřeny jen u vzorových typů poskytovaných informací.

U informačních zdrojů stanovených zákonem se očekává, že záměr i motiv stojí na zákonné povinnosti (vhodnost formulace zákona či jeho nedodržování není předmětem této práce). U takových zdrojů jsou tak tyto zákony identifikovány za pomoci InfZ. Vzhledem k tomu, že InfZ nastavuje strukturu poskytovaných dat, lze pomocí pokročilého vyhledávání v Google vyhledávači vcelku snadno docílit stránky daného subjektu, kde jsou obsaženy informace o způsobu založení a o důvodu existence. Vyhledávacímu dotazu náleží následující výraz: „site:doména subjektu „důvod a způsob založení““.

4.2.2 Ověření vybraných zdrojů

Jako předmět ověřování zde vystupují jednotlivé informační zdroje umožňující vzdálený přístup (weby), které přispívají k popisu vybraných témat a zároveň v souhrnu demonstrují diverzitu podob, jakých mohou nabývat. Zdroje jsou v této kapitole ověřeny na základě metody vytvořené v předešlé kapitole. Je vhodné zde připomenout, že tato práce nesleduje kompletní právní předpisy, a tedy se ani nesnaží vymezit veškerou právní povinnost níže uvedených subjektů. Zejména provozování webových stránek veřejných institucí tak vedle níže uvedených zákonů může ve skutečnosti naplňovat povinnosti plynoucí i z dalších právních norem. V případě oficiálních zdrojů, tedy těch, které jsou

založené na základě zákonné povinnosti, probíhá celkové ověření za pomoci povinně zveřejněných údajů dle InfZ.

Prvním zdrojem je web na adrese <https://www.czso.cz/> provozovaný Českým statistickým úřadem (dále jen „ČSU“). Úřad byl zřízen jako ústřední orgán státní správy zákonem č. 2/1969 Sb. a jeho působnost je vymezena v § 4 zákona č. 89/1995 Sb., o státní statistické službě. Ten samý paragraf informuje i o cílové skupině poskytovaných služeb – státní orgány, orgány územní samosprávy a veřejnost. Samotné webové stránky jsou následně provozovány na základě povinnosti poskytovat informace způsobem umožňujícím dálkový přístup vymezené v § 18 odstavci 1 a 3 a dále na základě povinnosti plynoucí z InfZ. ČSU publikuje na základě zákonné povinnosti velmi širokou škálu informací. Jako vzorový příklad je zvolen typ informace – analýzy a komentáře a konkrétně analýza s názvem „Vývoj ekonomiky České republiky - 3. čtvrtletí 2019“. Dokument má svého autora, datum vypracování, a dokonce obsahuje i souhrn. V dokumentu nejsou patrné žádné subjektivní názory a celá práce je řádně ozdrojována (Zábojníková a kol., 2019). ČSU provozuje ještě další web na adrese <https://www.statistikaamy.cz/>, kde 10x ročně publikuje svůj časopis Statistika&My. Cílem tohoto časopisu je šíření práce ČSU srozumitelnou formou. Články jsou věnovány především ekonomickému, environmentálnímu či demografickému vývoji ČR. Jako vzor pro ověření byl vybrán článek s názvem „Průmysl v roce 2019 a výhled do budoucnosti“. Článek má svého autora, datum a autor především komentuje statistické výstupy ČSU (Matějka, 2020).

Další zdroje tvoří Česká tisková kancelář (dále jen „ČTK“). ČTK je zřízena zákonem č. 517/1992 Sb. Má charakter národní agentury a dle uvedeného zákona musí poskytovat objektivní a všestranné informace směrem k veřejnosti způsobem šíření slovního a obrazového zpravodajství z ČR i ze zahraničí. Na řádné plnění těchto funkcí dohlíží Rada tiskové kanceláře. Byť se jedná o veřejnou společnost, ČTK není financována z veřejného rozpočtu a hospodáří především s vlastními výnosy ze zpravodajství. Provozované weby se dají odvodit jako způsob zajištění šíření informací veřejnosti. Jejich hlavní web na adrese www.ctk.cz poskytuje především zpravodajství za poplatek. Část svých zpravodajských služeb ale poskytuje i zdarma skrze další weby. Pro tuto práci je podstatný především zpravodajský web www.ceskenoviny.cz. Je pozoruhodné, že ani na jednom webu ČTK

neposkytuje povinné informace dle InfZ. ČTK je přitom vnímána jako veřejná instituce (MVČR, 2007, s. 26) či (Kužílek, 2007, s. 50). Jako vzorová informace pro ověření byl zvolen článek s titulkem „Průmysl v ČR v lednu meziročně klesl, stavební produkce vzrostla“. Článek obsahuje datum publikace a jako autora uvádí ČTK. Obsah je velmi objektivní, konstatuje podkladová data a obsahuje i několik citací, které ovšem také nevykazují názorový charakter. Vše je ozdrojováno. V případě zpravodajství, spolehlivosti zprávy neprospívá, pokud je místo konkrétního autora uváděna pouze redakce. Vzhledem k formě obsahu (práce s ozdrojovanými fakty) a právnímu vymezení tohoto zpravodajského subjektu lze ovšem tento prvek tolerovat (ČTK, 2020).

Web na adrese <https://cvvm.soc.cas.cz/> patří CVVM, které je charakterizováno jako výzkumné oddělení Sociologického ústavu AV ČR. Sociologický ústav AV ČR je veřejnou výzkumnou institucí zřízenou Akademií věd ČR dle zákona č. 341/2005 Sb. a její působnost je v obecné rovině vymezena v § 13 zákona č. 283/1992 Sb. CVVM má charakter výzkumné agentury každoročně provádí několik průzkumů veřejného mínění na ekonomická i politická témata. Vzorek respondentů přitom skládá tak, aby demograficky i geograficky odpovídal české populaci. Vzhledem nevhodným praktikám některých médií CVVM k datům z průzkumu přidává vlastní analýzu a správnou interpretaci dat. I přesto, že je Sociologický ústav veřejnou institucí, na svém webu povinně zveřejňované informace v předepsané struktuře neposkytuje. Pro ověření je zvolena tisková zpráva s názvem „Volební model v únoru 2020“. Tento průzkum má za cíl zjistit aktuální volební preference českého obyvatelstva a slouží zejména odborné veřejnosti, studentům i žurnalistům. Zpráva obsahuje techniky a metody sběru dat, datum šetření i publikace a neobsahuje žádné vlastní názory. Autor je i s kontaktem uveden v úvodu zprávy (Pilnáček, 2020).

Web na adrese <https://idea.cerge-ei.cz/> patří Institutu pro demokracii a ekonomickou analýzu (dále jen „IDEA“). Podobně jako v předešlém případě, i zde se jedná o součást veřejné výzkumné instituce, – Národohospodářského ústavu Akademie věd ČR, přičemž tato veřejná instituce informace v předepsané struktuře na svém webu poskytuje. IDEA je pak think tank a na uvedeném webu publikuje analýzy na ekonomická a politická témata. Pro ověření je zvolena studie s názvem „Dary politickým stranám a veřejné zakázky: evidence z let 2007-2014“. Zpráva hned v úvodu upozorňuje, že je studie názorem autorů a nereprezentuje veřejnou výzkumnou instituci (toto prohlášení je u všech

publikovaných studií). Společně s upozorněním jsou zde akademičtí autoři představeni, každý z autorů by dle popisu měl být odborníkem na toto téma. Obsah je ozdrojovaný a působí velmi pragmaticky. Vedle vstupních dat studie autoři popisují postup vypracování. Lze očekávat, že neexistuje pouze jeden způsob vypracování (stejně jako je to v případě této práce) a závěr je tak značně závislý na autorovi. I to může být důvodem uvedeného prohlášení. V těchto případech je tedy obzvláště důležité ověřit si, zda je autor skutečným odborníkem. Vzhledem k povaze studie i tématu lze odvodit, že tyto informace mohou posloužit především odborné veřejnosti (Titl a kol., 2019).

Dalším think tankem je nevládní nezisková organizace TOPAZ, z.s. zveřejňující své studie na webu s adresou <https://top-az.eu/>. TOPAZ je think tankem politické strany TOP 09. Lze tak očekávat, že výběr témat i zvolená perspektiva se značně odvíjí právě od potřeb zmíněné strany. Motivem pro zveřejňování svých studií na webu může být právě šíření stranických idejí. Vzhledem k funkcím think tanku ovšem nemusí jít nutně o manipulativní techniku na voliče nýbrž o prokazování svých expertních podkladů. Jako vzorový typ informace byla zvolena studie „Vliv automatizace a digitalizace na trh práce“. Podobně jako u předešlého think tanku, i zde organizace upozorňuje, že za dílo nenese odpovědnost a autora zároveň představuje informacemi relevantními k tomuto tématu. Práce obsahuje datum vypracování, zdroje a studii skládá z množství odborných pramenů. I zde lze konstatovat, že to, jakým způsobem autor odborné metody použije, ovlivňuje výsledný závěr. Ve studii zároveň nebyla detekována reference na politickou stranu (Sojková, 2019).

Transparency International (dále jen „TI“) je česká nevládní nezisková organizace a zároveň pobočka nadnárodní organizace Transparency International orientující se na téma korupce. TI se angažuje v protikorupčních zákonech, monitoruje korupční kauzy a poskytuje právní zázemí v oblasti podezření na korupci. Dále provádí školení, vytváří analýzy na zakázku a vydává nejrůznější publikace. Kromě tržeb za své služby je TI financována i z veřejných darů. TI lze tak charakterizovat jako think tank. I když se organizace tímto pojmem nepopisuje, v roce 2016 se Transparency International umístila na 9. místě v žebříčku Global Go To Think Tank (Transparency International, 2018). Organizace provozuje web na adrese <https://www.transparentnivolby.cz/>, na kterém monitoruje transparentnost předvolebních kampaní. To spočívá ve veřejné kontrole

transparentnosti politických subjektů, která jim v obecné rovině ze zákona plyne. TI se následně snaží vyvíjet taková kritéria, od kterých transparentnost stran odvíjí. Jedním z takových kritérií je například seznam facebookových profilů a skupin, které se účastní politické kampaně. Je to snaha podchytit marketingovou praxi posledních let, kdy politické strany vlastní množství profilů a skupin, kterými následně manipulativně podporují svou kampaň. Aktuálně je na webu stav posledních voleb – volby do evropského parlamentu 2019. Jako vzorová informace pro ověření je vybráno hodnocení Pirátské strany. Hodnocení nedoprovází žádné názorové informace a obsah je tvořen financováním, specifiky transparentního účtu a seznamem facebookových účtů, na kterých proběhla kampaň. Všechny tyto informace jsou ozdrojovány (Transparency International, © 2020).

Nevládní nezisková organizace EconLab z.s. je ekonomickým think tankem při Institutu ekonomických studií Univerzity Karlovy zaměřující se na veřejné finance. Jedním z jejich projektů je webová aplikace na adrese <https://www.zindex.cz/>, která hodnotí zadavatele veřejných zakázek. Aplikace vychází z otevřených dat a v roce 2018 projekt vyhrál první místo v soutěži Společně otevíráme data iniciované nadací OSF v kategorii Transparentnost. Aplikace je určena především pro zadavatele a uchazeče, ovšem posloužit může i komukoliv jinému. Zadavatelé zde mají k dispozici návod, jak zadávat kvalitnější veřejné zakázky a uchazeči naopak indicie, o jaké zakázky by se měli pokoušet a jakým se vyhýbat. Veřejnost si zde může prohlédnout, jak jsou jednotlivé úřady státní správy důsledné při zadávání veřejných zakázek. Aplikace poskytuje detailní metodiku (Skuhrovec, 2020).

Web na adrese <https://www.cnb.cz/> patří ČNB. Ta je zřízena zákonem č. 6/1993 Sb., o České národní bance, ve znění pozdějších předpisů. Dle čl. 98 Ústavy České republiky je ústřední bankou státu a její cílem je kontinuální péče o cenovou stabilitu. O detailnějším důvodu a způsobu založení informuje na svém webu povinným způsobem dle InfZ. Dle uvedeného zákona musí ČNB na svém webu poskytovat řadu informací, například informace o měnovém vývoji (Zpráva o inflaci), statistické výstupy nebo zprávu o výkonu dohledu nad finančním trhem. Web pak lze prakticky využít především pro informace o kurzech, základních sazbách, inflaci a prognózách. Jako vzorový typ informace byla zvolena Zpráva o inflaci, konkrétně „Zpráva o inflaci – I/2020“. Zpráva obsahuje shrnutí, prognózu a současný vývoj. Prognóza je velmi detailně odůvodněna,

konstatuje výstupy modelu a čtenáře seznamuje i s jeho předpoklady a riziky. Současný stav interpretuje data, porovnává je se svou předešlou prognózou a objektivně komentuje rozdíly. Datové sady jsou k dispozici v příložených balíčkách. Zpráva uvádí, že pro rozhodování národní rady v otázkách měnové politiky je nejzásadnější právě tato prognóza (ČNB, 2020).

Nevládní nezisková organizace Hlídač státu provozuje aplikaci na adrese <https://www.hlidacstatu.cz/>. Stejnomená aplikace agreguje široké spektrum datových sad, a to nejen ze zdrojů veřejné správy, ale i ze soukromého sektoru. Aplikace tak dokáže sledovat například vládní dokumenty v legislativním procesu, veřejné zakázky, ale i příspěvky politiků na sociálních sítích a veřejné kauzy. Každá databáze má k dispozici technické informace zahrnující i původ datové sady. Web dále nabízí analýzy v podobě interaktivních reportů. Organizace web provozuje nejen jako kontrolní nástroj pro občany, ale i pro státní úředníky, kteří zde kontrolují řádné uveřejnění smluv v registrech. Jako vzorový typ informace byl podrobněji zanalyzovány Analýzy a reporty, konkrétně pak ta s názvem „Které politické strany mají největší podíl na řízení státu?“. Je to webová stránka, která pracuje s různými datovými sady, dává je do logických souvislostí a používá vizualizaci dat. Analýza je ozdrojovaná a neobsahuje žádné názorové informace (Hlídač státu, Nedatováno).

KohoVolit.eu je nevládní nezisková organizace provozující několik aplikací pro podporu informovanosti občanů. Jejich nejúspěšnějším projektem je volební kalkulačka na adrese <https://volebnikalkulacka.cz/>. Tu provozují již od roku 2006 a upravují pro každé nadcházející volby. Organizace pracuje se 2 druhy kalkulaček: Inventura hlasování porovnává uživatelské odpovědi s hlasováním daných uchazečů. Názorový test porovnává uživatelské odpovědi s odpověďmi, které organizaci kandidáti poskytli. Vyhodnocení probíhá na základě automatizovaného výpočtu. O metodice výběru témat, formulaci otázek a následného výpočtu informují na webu (KohoVolit.eu, 2006-2020).

Dalším zdrojem je web na adrese <https://demagog.cz/>. Ten je provozovaný stejnojmennou neziskovou organizací. Organizace ověřuje politické výroky a následně je zveřejňuje na uvedeném webu. Účelem je poukazovat na nepravdivá a manipulativní prohlášení a zároveň motivovat politiky ke kultivovaným debatám. Na svém webu

představují všechny své členy, způsob financování (transparentní účet) i metodiku ověřování. Jako vzorová informace byl ověřen článek s názvem „Premiér Andrej Babiš pro Deník“. Informace má své datum, každý výrok je ověřen podle představené metodiky na základě dostupných zdrojů, na které je odkazováno. Autorem je Demagog (Demagog.cz, © 2012—2020).

Monitor státní pokladna je aplikace prezentující informace ze systému Státní pokladny a Centrálního systému účetních informací a je dostupná pro veřejnost na adrese <https://monitor.statnipokladna.cz/>. Provozována je Ministerstvem financí a v provozu je již od roku 2013. Uživatel zde může zjistit podrobné informace o hospodaření ze všech úrovní státní správy i samosprávy. Dle Kalouska (Ministr financí v době spuštění) zvyšuje transparentnost veřejných rozpočtů (Haas, 2013). Aplikace, přidružená komunikace ani Sbírká zákonů nenavědčují tomu, že by aplikace vznikala na základě zákonné povinnosti. Aplikace sice uvádí, že zajišťuje ministerstvu zveřejňování účetních závěrek podřízených organizačních složek dle zákona 563/1991 Sb., ovšem tuto povinnost Ministerstvo financí i nadále naplňuje především zveřejňováním na svém webu (například Výroční zprávy finanční správy a celní správy). Organizace Transparency International tento zdroj ve své publikaci i přesto označuje jako oficiální (Leyer, a další, 2015, s. 20).

<https://bezfaulu.net/> je adresa analytického serveru zabývající se argumentačními klamy veřejných činitelů. Web obsahuje databázi ověřených výroků a snaží se čtenáře seznámit s manipulativními technikami. Web provozuje Jiří Burýšek a provoz je financován zakladatelem. Web neprokazuje žádné známky napojení na právnickou osobu. Jako vzorová informace je vybrána analýza „KALOUSEK A SCHILLEROVÁ ÚTOČNĚ FAULUJÍ V PARTII NA PRIMĚ“. Každá část je ozdrojovaná a každý závěr je odůvodněn s odkazem na metodiku. Článek má časový údaj i uvedené autory (Svoboda a kol., 2019).

Web na adrese <https://www.psp.cz/> je web Poslanecké sněmovny Parlamentu (resp. je provozován Kanceláří Poslanecké sněmovny). Poslanecká sněmovna jedná na základě Ústavy České republiky a dále na základě zákona č. 90/1995 Sb. Web informuje o stavech projednávaných zákonů i o celém konceptu legislativního procesu v ČR. Na webu lze graficky zobrazit rozložení mandátů mezi jednotlivými kluby, informace o jednotlivých poslancích, historii jejich hlasování, informace k volbám do poslanecké sněmovny a

mnoho dalších. Jako vzorová informace byla zvolena „Novela z. o svobodném přístupu k informacím“. Stránka zobrazuje interaktivní legislativní proces a informuje pouze o faktech a každý krok má časový údaj (Kancelář Poslanecké sněmovny, Nedatováno).

Senát Parlamentu provozuje web na adrese <https://www.senat.cz/> (resp. je provozován Kanceláří Senátu Parlamentu). Senát jedná na základě Ústavy České republiky a dále na základě zákona č. 107/1999 Sb. Stránky obsahují informace aktuální složení komory, informace o senátorech včetně jejich hlasovací historie, stav projednávaných senátních tisků a mnoho dalších. Byť Senát spadá do 1. kategorie povinných subjektů dle InfZ, web neobsahuje stránku s povinně poskytovanými informacemi (ve stanovené struktuře). Pro ověření bylo zvoleno „Hlasování - prof. Ing. Jiří Drahoš DrSc. (BEZPP) Dvanácté funkční období 2018-2020“. Stránka informuje o jednotlivých hlasováních senátora, je interaktivní a umožňuje zobrazovat detaily každého hlasování (Kancelář Senátu, Nedatováno).

Úřad vlády ČR byl zřízen zákonem č. 2/1969 Sb a provozuje web na adrese <https://www.vlada.cz/>. Web poskytuje informace o aktuálním složení vlády, programové prohlášení, informace o jednotlivých ministerstvech, jednání vlády, evropské záležitosti a další. Pro ověření byl zvolen dokument „Národní investiční plán České republiky do roku 2050“. Dokument má časový údaj, autora a obsahuje i manažerské shrnutí. Účel této publikace je uveden hned v úvodu. U takového dokumentu je bez hlubších znalostí obtížné posuzovat do jaké míry se jedná o objektivní či subjektivní informace. V obou případech se ovšem jedná o primární zdroj relevantních informací, neboť právě vláda je vrcholným orgánem výkonné moci a při jednání se může odkazovat právě na tento dokument (Úřad vlády České republiky, 2019).

<https://www.udhpsch.cz/> je adresa webu Úřadu pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí (dále jen „UDHPSH“). UDHPSH má stanovenou působnost zákonem č. 424/1991 Sb. Dle tohoto zákona vykonává dohled nad hospodařením politických stran a hnutí a tato zjištění následně publikuje na svém webu. Jako vzorová informace poslouží protokol o kontrole vůči politickému hnutí ANO, vytrollíme europarlament. Dokument má svého autora i datum provedení. Jednotlivé kroky

a zjištění se odkazují na příslušné právní normy. Úřad v současné době na svém webu připravuje pro veřejnost volební manuály (Sivera, 2019).

Dále jsou mezi zdroje zařazeny již představené projekty Jeden svět na školách (<https://www.jsns.cz/>), Zvolsi.info (<https://zvolsi.info/>) a hodnocení médií organizací nfz (<https://rating.nfz.cz/>).

V plánu bylo také zahrnout weby Ministerstva práce a sociálních věcí, a to zejména kvůli tématu nezaměstnanost. Na těchto webech ale nebyla detekována žádná analýza ani souhrny, které by nějakým způsobem překrývaly obsah již poskytovaný ČSÚ a zároveň odpovídaly účelům tohoto návrhu. Obdobně byl vyloučen i web Ministerstva obchodu a průmyslu.

4.3 Tvorba informační architektury

Funkce uvažovaného webu je poskytnout uživateli přehled o již existujících informačních zdrojích ve vymezených oblastech. Dále rozvíjet jeho informační a mediální gramotnost. Jelikož uživatel následně bude získané znalosti aplikovat při vlastním vyhledávání, je vhodné, aby představovaná kategorizace odpovídala kontextu teoretické části. Dále se nepředpokládá, že uživatelé mají takové znalosti, aby sami dostupné informační zdroje strukturovali. Z těchto uvedených důvodů je uživatelské testování IA vztaženo pouze na názvy.

4.3.1 Kategorizace a pojmenování

V této kapitole probíhá syntéza relevantních informací do jednotlivých kategorií a podkategorií, resp. jednotlivých stránek. Mimo IA pak tato kapitola vedle vytváření názvů obsahuje i navržené nadpisy a klíčová slova, neboť se jedná o důležitý aspekt optimalizace pro vyhledávač. Nápověda Google Search Console pro plánování klíčových slov odkazuje do aplikace Google Ads, která ovšem pro zpřístupnění plánovače vyžaduje komplikovaný proces kroků z uživatelské strany. Klíčová slova jsou tedy navržena na základě aplikace Google Trends, která poskytuje základní analytiku bez nutnosti dalších kroků. Jednotlivé kategorie jsou pojmenovány tak, aby co nejjasněji vypovídaly o svém obsahu a zároveň byly co nejkratší. Všechny tyto prvky jsou následně zaznamenány v inventáři stránek.

Každá stránka má přidělené ID, název stránky, funkci, klíčová slova a nadpisy. Pro dodržení rozsahu práce je inventář přesunut do přílohy C – inventář stránek.

Jelikož teoretická východiska nepřinesla žádnou maximální hranici pro počet znaků v názvech, byla tato délka porovnána s některými weby veřejné správy, které musí splňovat pravidla přístupnosti. Jako příklad může posloužit web Ministerstva vnitra a možnost v hlavní navigaci „Služby pro veřejnost“. Vzhledem k tomu, že tento název má 20 znaků, je taková délka názvu v této práci považována za přípustnou.

Výstupem této kapitoly je mapa webu v příloze D – Původní mapa webu. Následující kapitola popisuje testování, jehož výsledky vyústili ve změnu některých názvů. Některé stránky v Inventáři stránek tak nesou dva názvy – nový a v závorce původní název. Aktualizovaná mapa webu je pak k dispozici v příloze F – Závěrečná mapa webu.

Tvorba kategorií pro informační zdroje je dosti komplikovaná, neboť běžně užívané pojmy často nebývají v souladu s platnou legislativou. Nelze například povinné subjekty nazývat veřejnými institucemi, neboť tento pojem dle InfZ zahrnuje pouze část povinných subjektů. Organizace Hlídač státu na svém webu používá pojmy Orgány veřejné moci a firmy spoluvlastněné státem. Takové pojetí by ovšem nemuselo být v souladu se správním právem. Dle vzoru Transparency International (Leyer a kol., 2015) jsou zde uzákoněné zdroje nazývány jednoduše Oficiální zdroje. Všechny ostatní zdroje jsou pak označeny jako dobrovolné, odvozené od skutečnosti, že nebyly tvořeny ze zákoné povinnosti. U některých zdrojů pak nastává dilema, do jaké z těchto dvou kategorií je zařadit. Jedním z nich je aplikace Monitor státní pokladna, ke které nebyl identifikován žádný právní předpis. Na druhou stranu tato aplikace integruje systémy, které už předpisy mají a je provozována ústředním orgánem (MFČR). Jako rozhodný podklad se pro tento případ stala publikace od Transparency International (Leyer a kol., 2015, s. 20), ve které je aplikace uváděna jako oficiální zdroj. Dalšími podobně komplikovanými zdroji jsou CVVM a IDEA. Byť oba zdroje spadají do struktury pracovišť Akademie věd, která je zákonem stanovena jako ústřední orgán, IDEA ani CVVM v zákonných pramenech již nevystupují. Jelikož se na rozdíl od předešlého zdroje nepodařila zachytit obdobná praktika, jsou tyto zdroje ponechány v kategorii pomocné zdroje.

Vzhledem k tomu, že práce již nenabízí prostor pro práci se samotným textem, je obsahová část vyplněna především pro potřeby testování použitelnosti.

4.3.2 Testování názvů

Spencer provádí uživatelské testování již v průběhu tvorby IA. Zjišťuje, jaké názvy jsou pro cílové uživatele intuitivní a nechává je, ať sami navrhnou datovou strukturu. Vzhledem k naučné povaze webu a jisté vědomostní náročnosti (legislativa) je ovšem struktura ponechána čistě na východiscích této práce. V rámci IA je zde tedy testována především vhodnost názvů.

Toto testování spočívá v ověření, zda jsou kategorie (a podkategorie) pojmenovány dostatečně intuitivně. Pro test bylo vybráno 9 respondentů, přičemž každou dílčí skupinu reprezentují právě 3 respondent. Jejich seznam je v příloze B – Zástupci cílových skupin. Testování se uskutečnilo v období od 22. 2. 2020 do 24. 2. 2020 a bylo provedeno telefonickým dotazováním. Každý z 9 respondentů byl na začátku telefonátu informován o testování a instruován, ať si představí příchod na web, jehož tématem jsou informační zdroje. Na tomto webu respondent vidí 3 možnosti a musí sdělit, co si myslí, že pod každou možností nalezne. Každému respondentovi byly následně položeny otázky, které měly otestovat jasnost pojmenovaných kategorií. V případě první kategorie, kterou lze podle názvu i struktury prohlásit v tomto kontextu za rizikovou, byla položena ještě jedna otázka na její podkategorie. Odpovědi jednotlivých respondentů jsou číslovány pro snadné spárování, přepsány do spisovné formy a zaznamenány v příloze E – Odpovědi z testování názvů. Pokud se respondent u otázky 1 svou odpovědí dostal do situace, u které již nemělo smysl rozvíjet podkategorie, byly otázky 4, 5 a 6 vynechány.

- Otázka 1: „Co myslíte, že bude pod možností Zveřejňované informace?“
- Otázka 2: „Co myslíte, že bude pod možností Jak na informace?“
- Otázka 3: „Co myslíte, že bude pod možností Témata“
- Otázka 4: „Po vybrání první možnosti máte k dispozici další 3 otázky – Typy zdrojů, Kdo musí a kdo může. Co myslíte, že bude pod možností Typy zdrojů?“
- Otázka 5: „Co myslíte, že bude pod možností Kdo musí?“
- Otázka 6: „Co myslíte, že bude pod možností Kdo může?“

Odpovědi jednotlivých respondentů jsou zapsány v příloze E – Odpovědi z testování názvů. Jako nejkritičtější se skutečně projevil první název „Zveřejňované informace. Na otázku 1 odpověděli uspokojivě pouze 4 respondenti, přičemž 2 jsou z první dílčí cílové skupiny, 1 ze druhé a 1 ze třetí dílčí cílové skupiny. Z těchto 4 respondentů pak na otázky 4, 5 a 6 odpověděli uspokojivě už jen 3 respondenti, bez respondenta ze 3. skupiny. Zbýlých 5 respondentů 1. otázku nejčastěji vztahovali informacím, které má poskytovat uvažovaný web. Na otázku 2 odpovědělo uspokojivě 5 respondentů. Zbýlí respondenti vztahovali návod k uvažovanému webu – tedy jak zde něco najít nebo se například přihlásit. Na otázku 3 odpovědělo uspokojivě 8 respondentů. Za předpokladu, že web se ve své obecnosti zaměřuje na informační gramotnost, má největší rozdíl mezi odhadovaným a skutečným stavem skupina ve věku 45-50. Někteří respondenti mají tendenci jednotlivé možnosti vztahovat ke svým demografickým údajům. Například, respondent, který se angažoval v e-shopech, vztahoval i možnosti webu k e-shopu a respondent, který podniká, web vztahoval k daňovým povinnostem. Tato práce ovšem nesleduje tyto znaky a nemůže tak na nich tvořit závěry. Je zde ale identifikován soulad s teoretickým tvrzením, že každý jedinec nad kategoriemi uvažuje jinak a nelze tak docílit obecně správné kategorizace.

Závěrem testování je, že pro uživatele, především ze starší cílové skupiny, jsou momentální názvy zavádějící. Další 2 skupiny ve věku 25-30 již svými odhady byly blíže. Jedinci ze všech skupin, bez ohledu na vzdělání, ovšem měli tendenci informace vztahovat k samotnému webu. Lze očekávat, že v reálné situaci na uživatele působí další aspekty, které v testování nebyly zahrnuty, například grafický název stránky, slogan nebo způsob, jakým se jedinec na web dostal. I přesto jsou na základě výsledků preventivně provedeny následující úpravy:

1. „Zveřejňované informace“ se mění na „Kde nalézt informace“
2. „Kdo musí“ se mění na „Oficiální zdroje“
3. „Kdo může“ se mění na „Pomocné zdroje“
4. „Typy zdrojů“ na se mění „Zdroje podle funkce“

Nové názvy byly zformulovány tak, aby odpovídaly obsahu, byly krátké a obsahovaly klíčová slova. Název „Typy zdrojů“ mohl být matoucí v kontextu nových

názvů. Proto byl i tento název preventivně přeformulován. Závěrečná mapa webu je pak k dispozici v příloze F – Závěrečná mapa webu.

4.4 Navigace a rozložení stránek

Jelikož se navigace i rozložení znázorňují do drátěného modelu, jsou zde rozebrány současně.

Jirka ani Honza nemají rádi příliš mnoho možností a cítí se v takový moment zahlceni. Tím, že IA uvažovaného webu nedisponuje tolika kategoriemi, neměl by s tímto být problém. Navigace ale přesto musí respektovat budoucí rozvoj. Možnosti 2. řádu jsou tedy uspořádány do horizontálního zobrazení, neboť především u kategorie Témata se očekává jejich postupný nárůst. Tím, že budou možnosti 2. řádu permanentně zobrazené, budou mít uživatelé související témata neustále na očích mohou se tak dostat k obsahu, o kterém zatím neví, že by je zajímal.

Web ovšem neobsahuje pouze rozcestníky a seznamy webů. Vedle nich jsou zde i stránky, ID 1.1.1, 1.1.2, 1.1.3, 1.3.2, popisující problematiku souvislým textem. Anička neztrácí čas s dlouhými texty a Honza je vzhledem k aktivitě na sociálních sítích také zvyklý spíše na kratší zprávy. Kvůli nim mají stránky obsah rozdělený do vrstev a jednotlivé části přístupné pomocí interaktivního obsahu. Tím je zohledněn i 3. základní princip IA – Postupné odkrývání. Anička i Honza si tak budou moci přečíst pouze souhrn a v případě zájmu se pak v textu mohou zaměřit na konkrétní část. Anička je zároveň velmi obezřetná na cizích webech. Kromě informací o projektu jsou tak v závěrech každé stránky data poslední aktualizace.

Kvůli Aničce je pak do navigace přidána i mapa webu do zápatí a vyhledávací pole. Dále je přidána drobečková navigace, která je v souladu s doporučeními z IA i z optimalizace pro vyhledávače. Ať uživatel přijde na web přes jakoukoliv stránku, díky drobečkové navigaci se může snadno zorientovat.

Výstupem této kapitoly je pak drátěný model v příloze G – Drátěný model. Jelikož všechny tyto aspekty pokrývá i závěrečný prototyp, je v příloze uvedena pouze ukázka v podobě 1 stránky. Původním záměrem bylo vytvořit i návrh mobilního zobrazení. I

z toho důvodu byly vybrány navigační prvky, které již mají své osvědčené rozložení i na mobilním zobrazení. Samotná mobilní kompatibilita je ovšem přímo závislá na technické realizaci, kterou tato práce nepopisuje a zároveň ani nebylo naplánováno testování na mobilech. Z těchto důvodů bylo tak mobilní zobrazení z práce vyloučeno.

4.5 Grafický návrh

Jelikož má Jirka zrakové potíže, musí být vybrán některý z přístupných typů písma. Typ Calibri pak v grafickém návrhu vypadá nejlépe. Aby se Jirkovi pohodlně četlo, text není zarovnán do bloku, řádkování je 1,5 a délka řádku je okolo 80 znaků.

U barevného tónu nastává dilema, jelikož teplé barvy v tomto kontextu nahrávají důvěře, kdežto studené barvy podtrhují odbornost. Barevná paleta uvažovaného webu tedy nakonec kombinuje oba tóny. Namíchané barvy vychází z doporučeného nástroje na adrese <http://paletton.com> a zvolené barevné kombinace jsou v souladu s požadavky na kontrast dle přístupného webu. Kontrast byl ověřen pomocí aplikace dostupné na adrese <https://contrastchecker.com>.

Dle principů IA1. i 2. řád hlavní navigace je vytvořen ve stejném stylu – zaoblené červené rámečky. Prvek nesoucí obsah stránky je záměrně odlišený a má tenké ostré hrany.

Výstupem grafického návrhu jsou obrázky PNG přiložené jako samostatná příloha této práce. Obsahová a úvodní stránka jsou pak ještě pro ukázkou přiloženy v příloze H – Ukázky prototypu. Jelikož tvorba textů vychází z komunikační a marketingové strategie, kterým zde nijak výrazně nebyla věnována pozornost, je textový prvek na některých stránkách návrhu pouze naznačen – tyto stránky nejsou ani součástí testovacích scénářů v další kapitole. Jelikož Honza ani Jirka nevyhledávají odborné články, bylo by nevhodné do návrhu pouze kopírovat teoretickou rešerši z této práce.

4.6 Testování prototypu

Test použitelnosti je příležitostí pro odhalení chyb. Zatímco v předešlých kapitolách byl návrh tvořen na základě fiktivních postav, v této kapitole se ověřuje, zda zapracované principy fungují i v reálné situaci. Pro samotný test je nezbytná funkční stránka nebo prototyp. V tomto případě tedy pro testování posloužil prototyp. Ten byl vytvořen

z grafického návrhu z předešlé kapitoly za pomoci aplikace na adrese <https://marvelapp.com/>. Aplikace je v základní verzi bezplatná a umožňuje vytvořit interaktivní prezentaci, která je pak dostupná na určité adrese. Prototyp tohoto návrhu byl vytvořen na adrese <https://marvelapp.com/226a327g>. Jak je již zmíněno v předešlých kapitolách, prototyp má na některých stránkách pouze naznačený textový prvek, neboť komunikační ani marketingová strategie není součástí tohoto návrhu a tyto stránky ani netvoří testovací uživatelskou cestu. Prototyp dále z technických důvodů nemá funkční vyhledávací pole.

První testování proběhlo 28. 2. 2020 a poslední se uskutečnilo 12. 3. 2020. Po testování byl prototyp ještě upravován. Tyto úpravy ovšem nevycházely z testování. Jednalo se pouze o přidání data poslední aktualizace na závěr každé stránky.

Pro testování posloužily 2 testovací scénáře vytvořené v kapitole 4.1.6. Vzhledem k malému rozsahu webu a k omezené literární rešerši na téma uživatelské testování se vyskytuje pouze 1 uživatelský cíl, který lze otestovat – vyhledání vhodného zdroje. Druhý scénář pak alespoň demonstuje situaci, kdy se uživatel snaží zdroj vyhledat s již získanou znalostí o fungování webu.

Testující uživatelé jsou popsáni v příloze B – Zástupci cílových skupin. Každý uživatel byl testován samostatně. Na úvod mu byly slovně představeny vlastnosti modelu, především jeho technické nedostatky (nefunkčnost vyhledávacího pole či nemožnost použití funkce Najít). Uživatelovi byl následně představen scénář a vzápětí mu byl zpřístupněn prototyp. Testování vždy začínalo na úvodní stránce. Interakce s moderátorem byla po dobu testování zakázána a moderátor zapisoval každou uživatelskou akci včetně emočních projevů a komentářů. Tyto záznamy byly následně přepsány do spisovného jazyka a jsou přiloženy jako příloha I – Zápis z testování scénářů.

U prvního scénáře došlo k cíli 8 z 9 uživatelů, přičemž jedinec, který scénář nedokončil, je ze 3. skupiny. Z těch, kteří úkol splnili, pouze 2 uživatelé, jeden z 1. skupiny a druhý ze 3. skupiny, došli k cíli předpokládaným způsobem, tedy přes témata. Další 2 uživatelé ze 2. skupiny využily odkaz přímo na Volby nacházející se v sekci Aktuality na úvodní stránce. Zde je nutno přiznat, že bylo velice neuvážené vložit do

testovacího návrhu jako příklad dynamického prvku Aktualizací zrovna stránku Volby, která figuruje v uživatelské cestě. Nelze tak určit, jak by se tito 2 uživatelé zachovali, pokud by se v Aktualitách zobrazila jiná stránka a zda by vůbec došli k cíli. Jelikož ale závěr testování navrhuje změny pro Úvodní stránku i přes dosažení cíle těchto dvou uživatelů, nemá tento nedostatek zásadnější vliv na spolehlivost provedeného testu. Zbylí 4 uživatelé, kteří cíl splnili, se nejprve snažili informace nalézt v podkategoriích kategorie Kde se informovat a až následně se dostali do kategorie Témata. Uživatel, který cíl nedokázal splnit se sice v závěru do témat dostal, ale nevyznal se v seznamech zdrojů. Na neznámé názvy zdrojů si dohromady stěžovali 2 uživatelé ze 3. skupiny.

Druhý scénář byl testován 8 uživateli, bez uživatele, kterému se na webu nepodařilo během prvního scénáře zorientovat. Cíl se podařilo splnit 7 z 8 uživatelů. Uživatel, kterému se to nepodařilo, je ze 3. skupiny a byť se dostal na správnou stránku, vybral na základě popisu nevhodný zdroj. 5 ze 7 uživatelů pak úkol splnilo dle očekávaného průběhu. 2 zbylí uživatelé nejprve hledali v kategorii Kde se informovat a až následně se dostali do kategorie Témata. Tito 2 uživatelé první scénář dokončili skrze odkaz v sekci Aktuality a potvrzují tak, že pokud by zrovna v Aktualitách nebylo téma Volby, také by nejprve hledali v kategorii Kde se informovat.

Jelikož se jedná o poslední část vlastní práce, jsou návrhy na eliminaci těchto nedostatků zaneseny v kapitole 5.4.

5 Výsledky a diskuse

Výsledky práce jsou rozděleny do 4 kapitol. První kapitola vyjasňuje podmínky a přínosy uvažovaného webu, druhá kapitola se věnuje dostupným zdrojům a třetí kapitola popisuje vytvořený návrh. 4. kapitola pak nastavuje směr dalšího rozvoje a obsahuje opatření pro eliminaci nedostatků plynoucí ze závěrečného testu použitelnosti.

5.1 Vliv informující se společnosti

Tato práce vznikla za předpokladu, že se názory širší veřejnosti na veřejná témata liší od názorů odborníků, jelikož se dostatečně neinformují. Dalším předpokladem této práce je alespoň část veřejnosti, v jejíž zájmu je efektivnější státní správa a aplikované veřejné politiky.

Caplanova teorie racionální iracionality vyvozuje, že neefektivní opatření jsou zaváděna proto, jelikož politici jimi uspokojují iracionální voliče a že voliči se často snaží volit tak, jak si myslí, že by měla národní politika vypadat.

Pokud je toto Caplanovo tvrzení platné, není pak pro tuto práci podstatné, zda jsou voliči racionálně neznaní či iracionální, neboť překážkou pro vhodnější rozhodnutí jsou jim v obou případech obtížně získatelné informace. Čím více se budou názory veřejnosti a odborníků přibližovat, tím vhodnější výsledek voleb bude realizován. Teorie racionální nepozornosti ovšem poukazuje na to, že vedle využívání neinformovanosti voličů jsou nedostatečně informováni i samotní politici. V tomto kontextu tak tedy nestačí pouze zajistit vhodný volební výsledek, ale je nezbytné jejich činnost kontrolovat a konfrontovat právě s odbornými názory.

Tato práce tedy vnímá aktivně informující se společnost jako kvalitativní prvek občanské angažovanosti, který má přímou závislost:

- s transparentností veřejné správy (Otevřená společnost, 2017),
- s kultivací veřejných debat (Matějka, 2018),
- s redukcí některých škodlivých politických praktik (Janků, 2016).

Za tradiční způsob získávání odborných znalostí se považuje vzdělávání. Odborné informace bývají pro širokou veřejnost zpravidla náročné na vyhledání i pochopení, což pak bývá v teoriích veřejné volby uváděn jako důvod dobrovolné neznalosti. Tato práce ovšem předpokládá, že někteří odborníci své znalosti z nejrůznějších důvodů veřejně publikují v podobě srozumitelných sekundárních či terciálních zdrojů (tedy ve zpracované formě). Tento předpoklad pak vytváří příležitost získat odbornou znalost pohodlnějším způsobem a v daleko kratším časovém úseku.

5.2 Vyhledání vhodných informací

Internet přinesl mnohonásobně vyšší dostupnost informací a umožňuje zkrátit proces jejich získání. Internet má ovšem své charakteristiky, které tento proces zároveň komplikují. Prvním problémem je, že internet obsahuje daleko více informací než jen publikace odborníků. Dalším problémem je, že informační hrozby, například dezinformace a personalizace, působí při takovém množství dostupných informací o to intenzivněji.

Tato práce oba tyto problémy přijímá jako vlastnost internetu a zaměřuje se na metody a techniky, kterými může jedinec i přes tyto komplikace vhodných informací dosáhnout.

Jelikož se neočekává, že odborníci objektivně shrnují každou veřejnou událost či jev a práce se nezaměřuje pouze na rozhodování u voleb, jsou za vhodné informace považovány vedle souhrnů odborníků i informace přímo z primárního zdroje. Vzhledem k tomu, že primárními zdroji veřejných informací jsou často samotné veřejné subjekty, zaměřila se práce na legislativní vymezení práva na informace, kterou ústavní pořádek České republiky garantuje.

Právní předpisy kladou čím dál větší důraz na poskytování informací online, přičemž za hlavní informační zákon je považován InfZ. Dle něho by mimo jiné měly webové stránky povinných subjektů obsahovat stránku se souhrnem povinných informací, která může sloužit jako obdoba rozcestníku na často nepřehledných státních webech. Při tvorbě této práce byla snaha využít tuto povinnost ve prospěch, ovšem nepodařilo se dojít k vhodné technice. Tyto stránky bývají umístěny hluboko až v několikátém řádu webové navigace. Nejrychlejší způsob, jak stránku vyhledat, je pokročilým dotazem obsahující

některou položku z předepsané sestavy v přesné shodě a konkrétní web v internetovém vyhledávači. Například pro nalezení této stránky na webu České národní banky lze zadat do Google vyhledávače dotaz „site:cnb.cz „důvod a způsob založení““. Některé povinné subjekty tyto stránky ovšem vůbec neposkytují, například web České televize nebo České tiskové kanceláře. Česká televize přitom touto sestavou disponuje v systému Czech POINT (MVČR, © 2020b). Systém Czech POINT se pro vyhledávání zase jeví jako velmi těžkopádný, jelikož v adresáři orgánů veřejné moci dotazy zpracovává v přesné shodě a například ČNB lze vyhledat pouze na dotaz „ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA“. U příkladu ČNB lze zároveň pozorovat, že v systému Czech POINT je povinná sestava skoro prázdná, zatímco na webu disponují jednou z nejsvědomitěji vyplněných struktur v rámci povinných subjektů zmíněných v této práci. Tato práce v těchto strukturovaných datech tedy nenašla komplexnější využití.

Vedle oficiálních webů jsou pak vhodné informace vytvářeny i dalšími subjekty, v této práci především nestátními neziskovými organizacemi. Absence dostupné databáze či komplexního seznamu takových zdrojů byl ovšem jeden z motivů pro zadání této práce. Vzhledem ke skutečnosti, že tyto organizace spolu často spolupracují ve jménu obdobného cíle (například transparentnost či kultivace politických diskuzí), nebylo obtížné na internetu pomocí metody rostoucí perly získat jejich vzorek pro tuto práci.

Vzhledem k informačním hrozbám bylo nezbytné tyto zdroje ověřit. Literární rešerše zahrnuje 4 metody pro ověření informace. CRAP i pozdější CRAAP metody mají univerzální aplikovatelnost, metoda 5 klíčových otázek se orientuje zejména na mediální sdělení a Surfařův průvodce po internetu staví kvalitu informace v kontextu manipulativních technik. Záměrem této práce bylo vytvořit univerzální metodu, která uživateli v krátkém čase naznačí, zda se jedná o spolehlivou informaci. Tato odvozená metoda pak sleduje autora, záměr, zdroj a aktuálnost informace. Vybrané a ověřené zdroje byly následně zakomponovány do webového návrhu.

5.3 Návrh webových stránek

Jako zvolený způsob přibližování názoru občanů k názorům odborníků je poskytování informací skrze webové stránky. Vzhledem k rozsahu práce je návrh zaměřen zejména na tu obsahovou část, která informace především zprostředkovává ve formě

seznamu vhodných zdrojů. Jedním ze specifíků tohoto návrhu je, že práce nijak hlouběji nesleduje technické pozadí webů a v některých případech, zejména u přístupnosti webu a optimalizace pro vyhledávač, tak bylo výzvou taková témata i bez technických aspektů vhodně zahrnout.

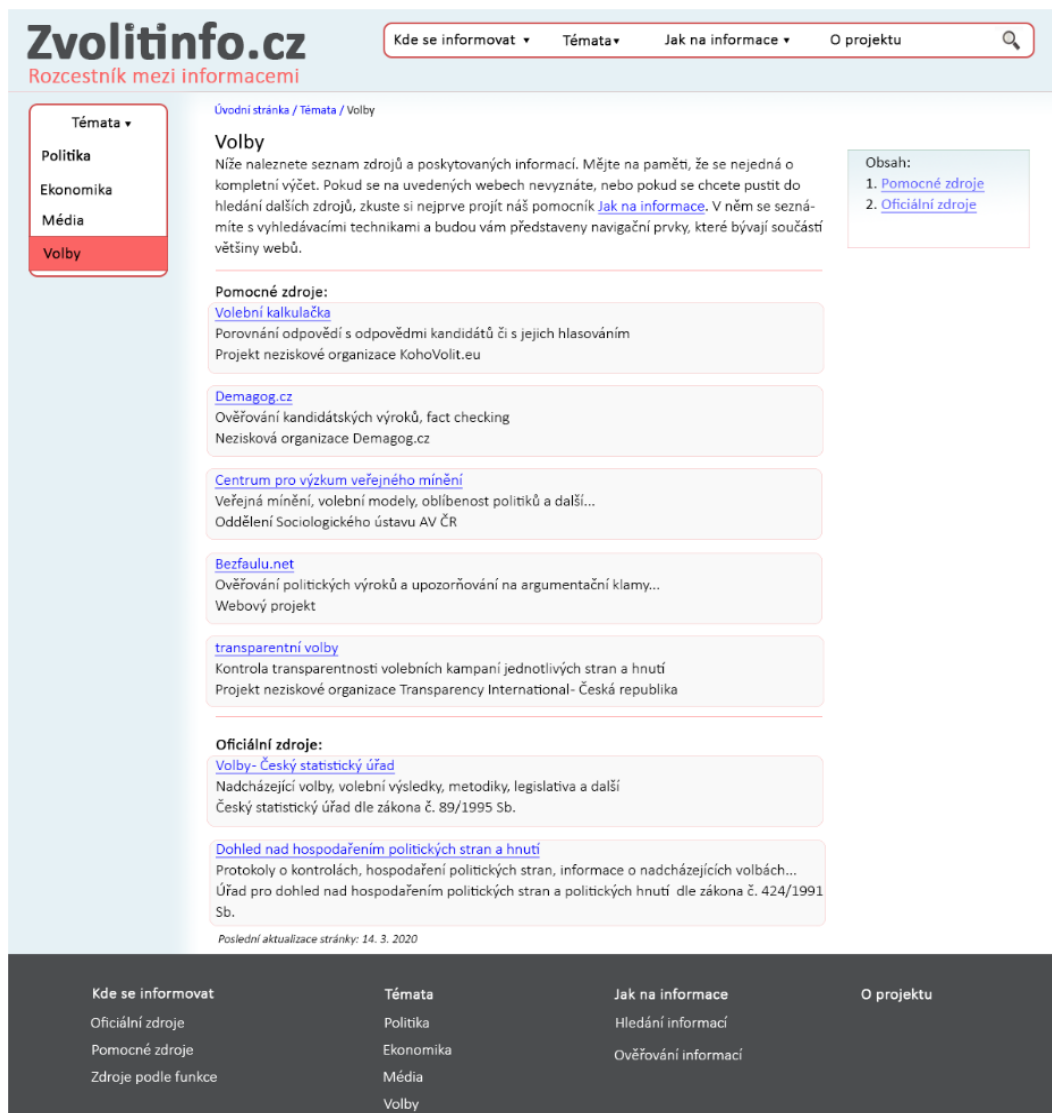
Pro návrh byla nejprve vytvořena vstupní specifikace. Na základě zadání a teoretických východisek byly odvozeny funkce, název, slogan a cílová skupina. Jelikož je cílová skupina v zadání velmi široká, bylo by velmi obtížné zachytit do návrhu tak velkou variaci demografických vlastností a vzoru chování. V práci tak jsou vybrány dílčí cílové skupiny, na základě kterých byly vytvořeny osoby a scénáře. Dalším vstupem je konkurence. Analýza konkurence probíhala ve dvou fázích. V první fázi byla analýza součástí vyhledávání vhodných informačních zdrojů. V této fázi ovšem autor narážel spíše na oficiální weby veřejných subjektů, které sice budují rozcestníky, ovšem zahrnují zde pouze oficiální weby. Další rozcestníky jsou tvořeny knihovny. Ty se ovšem omezují na vědecké databáze či interní sítě. V rámci neziskových organizací pak byly identifikovány 2 organizace, Zvol si info a Transparency International, které sice rozcestník netvoří, ovšem do svých publikací přikládají seznamy užitečných zdrojů zahrnující jak oficiální, tak i ty nestátní. První zmíněná organizace zároveň nese velmi podobný název. Druhá fáze analýzy konkurence probíhala již v pokročilém stádiu tvořeného návrhu, neboť autor až v tento moment disponoval nezbytnými vstupy pro odvozenou techniku. Za předpokladu, že jsou následující vybrané weby považovány za relevantní i tvůrci konkurenčních projektů, lze nyní rychle a snadno monitorovat konkurenční prostředí. V této práci jsou za takové weby považovány demagog.cz, hlidacstatu.cz a czso.cz. Složeným dotazem obsahující kombinaci těchto názvů v přesné shodě, tedy „„demagog.cz“ „hlidacstatu.cz“ „czso.cz““ lze docílit SERP obsahující jen 3 vrácené stránky. Touto metodou byl odhalen 1 přímý konkurující web na adrese <https://bezfaulu.net/>. Na stránce Fakta disponuje seznamem užitečných zdrojů. Jedná se ovšem o okrajovou aktivitu se značnými odlišnostmi od uvažovaného webu. Přínos práce by tak tímto neměl být narušen.

Po specifikaci následovala tvorba informační architektury. V rámci ní byl vytvořen inventář stránek, viz příloha C – Inventář stránek a mapa webu zobrazující kategorie a podkategorie v hierarchické struktuře, viz příloha D – Původní mapa webu, která byla následně otestována. Toto testování spočívalo v ověření, zda jsou kategorie (a

podkategorie) pojmenovány dostatečně intuitivně. Testování ukázalo, že zejména první kategorie je nevhodně pojmenovaná, neboť její obsah správně odhadla pouze 1/3 respondentů. Tato kategorie i její podkategorie tak byly preventivně přejmenovány a původní mapa webu je tak nahrazená novou mapou přiloženou jako příloha F – Závěrečná mapa webu.

Po informační architektuře přišla na řadu navigace a rozložení stránek. Tyto 2 kroky jsou navrhovány v rámci jedné kapitoly, neboť se oba aspekty znázorňují do stejného výstupu. Jednotlivá opatření jsou vztahována ke konkrétním personám, které zachycují demografické vlastnosti cílových skupin a vzory chování dle teoretických východisek. Navigace je tvořena horizontálním menu s rozbalovacími podkategoriemi. Na úrovni druhého řádu je zároveň permanentně zobrazeno vertikální menu souvisejících podkategorií. Navigace je dále podpořena vyhledávacím polem, drobečkovou navigací a zápatím stránky s mapou webu. Jednotlivé stránky jsou rozloženy do vrstev a každá stránka disponuje svým obsahem a datem poslední aktualizace. Tento krok je zachycen v drátěném modelu přiloženém jako příloha G – Drátěný model.

Jelikož je dle teoretických východisek za webový návrh považován zejména grafický návrh, musela práce zahrnout i tento aspekt. I přesto, že se práce nezabývá marketingovou ani komunikační strategií, bylo nezbytné zvolit alespoň vhodný textový formát. Zde posloužila pravidla přístupnosti a pro text je zvolený přístupný typ písma Calibri, text je zarovnán do leva, řádkování je 1,5 a délka řádku je okolo 80 znaků. Jednotlivé prvky jsou graficky sjednocené. Barevná paleta webu kombinuje teplé i studené barvy, aby web působil odborně, ale zároveň byl uživateli blíže než oficiální státní weby. Barvy byly namíchaný pomocí nástroje na adrese <http://paletton.com> a zvolené barevné kombinace jsou v souladu s požadavky na kontrast dle přístupného webu. Kontrast byl ověřen pomocí aplikace dostupné na adrese <https://contrastchecker.com>. Grafický návrh je k práci přiložen jako samostatná příloha a pro ukázkou může posloužit následující obrázek. Rozvržení informační architektury lze pozorovat v zápatí stránky.



Obrázek 3: Ukázka grafického návrhu (Vlastní zpracování)

Aby byl web použitelný, bylo nezbytné ho cílovou (dílčí cílovou) skupinou otestovat. K tomu posloužil prototyp vytvořený na adrese <https://marvelapp.com/226a327g> a připravené testovací scénáře. Přejmenování první kategorie se ukázalo jako úspěšné, neboť 2/3 testujících uživatelů hledalo informační zdroj právě v této kategorii. Bohužel se nejednalo o správnou cestu a i přesto, že až na 2 výjimky všichni došli k cíli, jedná se o nedostatek, který může uživatele v průběhu webové cesty od cíle odradit. Vzhledem k tomu, že tato práce tvoří návrh, je každá odhalená chyba vítána.

Vzhledem k obsáhlosti již tato práce neobsahuje další opravu či testování a další opatření pro eliminaci chyb či překážek jsou sepsány v následující kapitole jako návrhy dalšího rozvoje.

5.4 Další rozvoj

V první řadě je potřeba připomenout, že práce nezahrnuje technickou implementaci ani kódování. Dalším nezahrnutým aspektem je mobilní zobrazení, které je pro projekt s takovými ambicemi nezbytný. Je tedy pravděpodobné, že při realizaci návrhu budou v rámci balancování mezi použitelným a přístupným webem některé aspekty předmětem dalších úprav.

Vzhledem k tomu, že se projekt nachází stále ve fázi návrhu, je vhodné zvážit změnu domény. Původní doména byla vybrána s ohledem na klíčová slova a v období, kdy ještě nebyl detekován nepřímý konkurent. Z teoretických východisek ovšem plyne, že klíčové slovo v doménovém jméně již není tak důležitým aspektem a že projekty občanské společnosti stojí především na důvěře, které nesvědčí konkurenční boje.

Jelikož si uživatelé při testu použitelnosti nevěšili témat ani přes jejich představení v úvodním textu, je vhodné možnosti témat graficky na úvodní stránce zvýraznit, nejlépe v těle stránky. Jako ukázka této myšlenky slouží návrh v příloze J – Další rozvoj – Úvodní stránka.

V průběhu tvorby se ukázalo, že informační zdroje se dají evidovat strukturovanými daty, například autor, financování, funkce, právní předpis, poskytované informace atd. To se vybízí k zakomponování databáze do informační struktury. Vzhledem k absenci teoretických východisek na toto téma a k nemožnosti zařadit ji do testování ovšem zůstává databáze jako pouhý návrh na další rozvoj. Databáze by eliminovala duplicitní či zastaralé zápisy. Zároveň by jednotlivá témata mohla disponovat vlastním filtrem a uživatel by tak mohl filtrovat zdroje v daném tématu podle zadaných parametrů, což by zajistilo použitelnost i při delším seznamu. Již v testované verzi s poměrně omezenými seznamy zdrojů si 2 uživatelé stěžovali na nutnost pročítání seznamu, který jim nic neříká. Databáze by měla být zakomponována v kategorii Kde se informovat, což by odpovídalo zjištěnému uživatelskému chování z testu použitelnosti a bylo efektivní zejména v případech, kdy uživatel na web přijde přes jinou než úvodní stránku. Návrh informační architektury se zahrnutou databází je v příloze K – Další rozvoj – Mapa webu.

Při spuštění webu bude nezbytné do adresáře umístit i dokument sitemap a robots.txt. Dokument sitemap bude zároveň potřeba odeslat do Google Search Console. Tyto 2 dokumenty jsou důležité pro správné zaindexování nově spuštěného webu. S rostoucím množstvím jednotlivých stránek bude čím dál obtížnější sledovat jejich provázanost a čas od času se tak mohou objevit odkazy na nefunkční stránky. Z toho důvodu je vhodné do webu zakomponovat i stránku 404 s omluvou a odkazem na úvodní stránku.

Aby mohl web naplnit svůj potenciál, musí mít aktualizovanou evidenci informačních zdrojů. Ani na toto téma práce nedisponuje teoretickými východisky a téma je tak zahrnuto alespoň do návrhu dalšího rozvoje. K zajištění kontinuální aktualizace se vybízejí 2 způsoby. Jednak je to aktualizace samotnými uživateli anebo ve spolupráci s autory zdrojů. Větší znalosti o daném zdroji mají samozřejmě autoři. Na druhou stranu, teoretická východiska z oblasti návrhu webu v každém směru zdůrazňují důležitost interakce s cílovými uživateli, a to především kvůli tvůrcově nedostatečné empatii. Naskytá se tak kompromis, kdy by samotní autoři upravovali své zdroje dle stanovených šablon a uživatelé poskytovali zpětnou vazbu ve formě hodnocení použitelnosti u každého zdroje či nahlášením neshod. Opět by se zde vyskytla, především technická, otázka pro vývojáře, jak zajistit, aby uživatelé těchto možností nezneužívali, tedy aby s postranním úmyslem nezvyšovali či nesnižovali relevanci některých zdrojů. S Ohledem na teoretická východiska by pro takový rozvoj bylo vhodné zařadit do vývoje další personu – autora informačního zdroje.

6 Závěr

Oficiální informační zdroje jsou provozovány na základě zákonné povinnosti a byť tím získávají určitý prvek spolehlivosti, disponují často srozumitelností pouze do úrovně stanovené danými předpisy. Při výběru a ověřování těchto zdrojů ovšem byly identifikovány i výjimky, které se informace snaží přizpůsobovat široké veřejnosti. Další informační zdroje, v práci uváděné jako pomocné, jsou provozovány subjekty občanské společnosti, typicky pak nestátními neziskovými organizacemi. Tyto subjekty sledují nejrůznější veřejné zájmy, například transparentnost veřejného sektoru či kultivace veřejných debat, a výsledky své práce často zveřejňují na internetu. U těchto zdrojů je ovšem potřeba klást důraz na ověření, neboť takový zdroj může podporovat určitou zájmovou skupinu a šířit neobjektivní informace. V práci se ovšem podařilo získat vzorek ověřených a vhodných informačních zdrojů z obou skupin. Tyto zdroje v souhrnu informují o tématech běžně zahrnovaných při popisech ekonomické a politické situace, tedy i o volbách. Tento vzorek byl následně i s metodami a technikami pro získávání a ověřování informací zapracován do webového návrhu. Jelikož se obtížně zachycuje uživatelské chování všech českých voličů, byly vybrány dílčí skupiny, ke kterým pak byl návrh vztahován. Analýza konkurence odhalila 1 pomocný webový projekt s podobným seznamem užitečných zdrojů. V jeho případě se ovšem jedná o okrajovou záležitost v rámci vykonávaných aktivit a nepokrývá funkce uvažovaného webu. Rozcestníky také bývají často součástí oficiálních webů, ovšem odkazují zase pouze na oficiální weby. Uvažovaný web je tak se svým záměrem stále ojedinělý. Výstup práce obsahuje vstupní specifikace, mapu webu a grafický návrh, respektive grafický prototyp. Celkový návrh byl tvořen s ohledem na použitelnost i přístupnost a v souladu s praktikami optimalizace pro vyhledávače. Po vytvoření byl grafický prototyp podroben testu použitelnosti, který odhalil několik nedostatků. Jelikož se web stále nachází ve fázi návrhu, je každý odhalený nedostatek vítaný. Opatření pro eliminaci nedostatků je pak navrženo v rámci dalšího rozvoje. Vzhledem k očekávanému rozsahu bylo již v úvodu práce rozhodnuto o vyloučení technického pozadí webů. Toto vyloučení není v rozporu se zadáním.

7 Seznam použitých zdrojů

AFTAB, Omar a a kol. *Information Theory: INFORMATION THEORY AND THE DIGITAL AGE*. [6.933—Final Paper] Cambridge : Massachusetts Institute of Technology, 2001. [Citace: 20. 10. 2019] Dostupný také z: <http://web.mit.edu/6.933/www/Fall2001/Shannon2.pdf>

BAWDEN, David a ROBINSON, Lyn, 2017. *Úvod do informační vědy*. Doubrovník: Flow, 2017. ISBN 978-80-88123-10-1.

BEESTROM, Molly. carlicollaborate2009 / backgroundDU. *carlicollaborate2009*. [Online] PBworks, 2010. [Citace: 5. 10. 2019] Dostupné z: <http://carlicollaborate2009.pbworks.com/w/page/15130064/backgroundDU>.

BRČÁK, Josef a SEKERA, Bohuslav, 2010. *Makroekonomie*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2010. ISBN 978-80-7380-245-5.

BRČÁK, Josef, a další, 2012. *Česká republika ve světle ekonomických teorií*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012. ISBN 978-80-7380-369-8.

CAPLAN, Bryan, 2007. *The Myth of the Rational Voter: Why Democracies Choose Bad Policies*. Princeton : Princeton University Press, 2007. ISBN 978-0-691-12942-6

CVVM. Předpovídá volební model výsledky voleb? *Centrum pro výzkum veřejného mínění*. [Online] Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologický ústav AV ČR, © 2019. [Citace: 12. 10. 2020] Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/cvvm/caste-dotazy/4580-predpovida-volebni-model-vysledky-voleb>.

CZECHTRADE. Rozcestník | BusinessInfo.cz. *BusinessInfo.cz - Oficiální portál pro podnikání a export*. [Online] CzechTrade, © 1997-2020. [Citace: 25. 2. 2020] Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/rozcestnik/>.

ČADOVÁ, Naděžda. *Politická kultura veřejně činných lidí – duben 2018*. [Tisková zpráva] Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., 2018. [Citace: 3. 2. 2020] Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4629/f9/ps180524.pdf

ČERVENKA, Jan. *Občané o hospodářské situaci ČR a o životní úrovni svých domácností – leden 2020*. [Tisková zpráva] Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., 2020. [Citace: 2. 2. 2020] Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a5137/f9/ev200221.pdf

ČERVENKA, Jan. *Ohlédnutí za komunálními volbami 2018*. [Tisková zpráva] místo neznámé : Sociologický ústav AV ČR, 2019. [Citace: 15. 1. 2020] Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4952/f9/pv190614.pdf

ČESKÁ ŠKOLNÍ INSPEKCE. *Rozvoj informační gramotnosti na středních školách ve školním roce 2018/2019*. [Tématická zpráva] Praha : Česká školní inspekce, 2019. Čj.:

ČŠIG-5490/19-G2. [Citace: 15. 2. 2020] Dostupné z:
https://www.csicr.cz/Csicr/media/Prilohy/PDF_el._publikace/Tematicke%20zpravy/TZ_informacni-gramotnost_2018-2019.pdf

ČESKO.DIGITAL. Česko.Digital - Skrz jedničky a nuly měníme Česko k lepšímu. *Česko.Digital*. [Online] Česko.Digital, Nedatováno. [Citace: 25. 1. 2020]
<https://cesko.digital>.

ČLOVĚK V TÍSNI. Nedatováno. Metodická koncepce 5 klíčových otázek. *Jeden svět na školách*. [Online] Nedatováno. [Citace: 1. 12. 2019] Dostupné z:
<https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/5-klicovych-otazek-metodicka-koncepce>.

ČNB. *Zpráva o inflaci* ——— *I/2020*. [Dokument] Praha : Česká národní banka, 13. 2. 2020. [Citace: 20. 2. 2019] Dostupné z: https://www.cnb.cz/export/sites/cnb/cs/menova-politika/.galleries/zpravy_o_inflaci/2020/2020_I/download/ZOI_2020_I.pdf

ČSÚ. Satelitní účet neziskových institucí. [Online] Nedatováno. [Citace: 18. 1. 2020] Dostupné z: https://apl.czso.cz/nufile/dicn_es/SUNI%202005_2017.pdf.

ČSÚ. Volby 2020. *Český statistický úřad*. [Online] 17. 3. 2020. [Citace: 17. 3. 2020] Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/volby-2020>.

ČTK. Ekonomické zpravodajství. *ČTK*. [Online] Česká tisková kancelář, © 2018. [Citace: 25. 1. 2020] Dostupné z:
https://www.ctk.cz/sluzby/zpravodajstvi/slovni_zpravodajstvi/ekonomicke/.

ČTK. V lednu meziročně vzrostlo stavebnictví, průmysl naopak klesl. *České noviny* | *ČeskéNoviny.cz*. [Online] Česká tisková kancelář, 12. 3. 2020. [Citace: 20. 3. 2020] Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/prumysl-v-cr-v-lednu-mezirocne-klesl-stavebni-produkce-vzrostla/1865207>.

DEMAGOG.CZ. Premiér Andrej Babiš pro Deník. *Demagog.cz* — *Factcheck politických diskuzí*. [Online] Demagog.cz, © 2012—2020. [Citace: 15. 3. 2020] Dostupné z:
<https://demagog.cz/diskuze/premier-babis>.

DUKE UNIVERSITY LIBRARIES. Evaluating Sources - Italian Studies - LibGuides at Duke University. *Duke University Libraries*. [Online] Duke University, Nedatováno. [Citace: 25. 1. 2020] Dostupné z:
<https://guides.library.duke.edu/c.php?g=289298&p=4456645#s-lg-box-13883803>.

EACEA. Česká-republika: Politická a ekonomická situace. *EURYDICE*. [Online] European Union, 2. 12. 2019. [Citace: 5. 1. 2020] Dostupné z: https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/political-and-economic-situation-21_cs

FUREK, Adam. *A. Závěrečná zpráva z hodnocení dopadů regulace (RIA)*. [Dokument] místo neznámé : Ministerstvo vnitra, 2013. [Citace: 14. 1. 2020] Dostupné také z:
<https://www.vlada.cz/cz/ppov/lrv/ria/database/mv-14--navrh-zakona--kterym-se-meni->

zakon-c--106-1999-sb---o-svobodnem-pristupu-k-informacim--ve-zneni-pozdejsich-predpisu-94142/

GOODWIN, Kim. *Designing for the digital age: how to create human-centered products and services*. Indianapolis : Wiley Pub., 2009. ISBN 978-0-470-22910-1.

GOOGLE. Informace o souborech Sitemap. *Nápověda Search Console*. [Online] Google Ireland Limited, © 2020a. [Citace: 25. 11. 2019] Dostupné z: https://support.google.com/webmasters/answer/156184?hl=cs&ref_topic=4581190

GOOGLE. Jak funguje Vyhledávání Google. *Nápověda Search Console*. [Online] Google Ireland Limited, © 2020b. [Citace: 11. 10. 2019] Dostupné z: https://support.google.com/webmasters/answer/70897?hl=cs&ref_topic=9268559

GOOGLE. Rozšířené vyhledávání Google. *Google*. [Online] Google Ireland Limited, Nedatováno1. [Citace: 14. 10. 2019] https://www.google.com/advanced_search?q=&rlz=1C1AVFC_enCZ858CZ858&hl=cs

GOOGLE. Užitečné odpovědi. *Jak funguje Vyhledávání Google*. [Online] Google Ireland Limited, Nedatováno2. [Citace: 1. 10. 2019] <https://www.google.com/search/howsearchworks/responses/>

GOOGLE. Začínáme s optimalizací pro vyhledávače (SEO). *Nápověda Search Console*. [Online] Google Ireland Limited, © 2020c. [Citace: 10. 11. 2019] https://support.google.com/webmasters/answer/156184?hl=cs&ref_topic=4581190

GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra, 2018. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* 1. vyd. Brno : CPress, 2018. ISBN 978-80-264-2249-5.

GROFMAN, Bernard, 1994. *Information, participation, and choice: an economic theory of democracy in perspective*. Ann Arbor : University of Michigan Press, 1994. ISBN: 978-0472103591.

GUDIVADA, Venkat, RAO, Dhana a PARIS, Jordan. Understanding Search Engine Optimization. *IEEE Computer*. 67, 2015. [Citace: 12. 11. 2019] Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/282818323_Understanding_Search_Engine_Optimization

HAAS, Jakub. Ministerstvo financí spustilo publikační portál dat ze Státní pokladny - "MONITOR". *Ministerstvo financí České republiky*. [Online] Ministerstvo financí ČR, 30. 4 2013. [Citace: 5. 1. 2020] Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/aktualne/tiskove-zpravy/2013/mf-spustilo-portal-data-ze-sp-11851>

HLÍDAČ STÁTU. Které politické strany mají největší podíl na řízení státu? *Hlídač státu*. [Online] Hlídač státu, Nedatováno. [Citace: 15. 3. 2020] Dostupné z: <https://www.hlidacstatu.cz/report/25>

HUNTOVÁ, Hana. Jak se čeští novináři mýlí při psaní o výzkumech veřejného mínění. *simar.cz*. [Online] SIMAR, © 2020. [Citace: 1. 2. 2020] Dostupné z: <https://simar.cz/vzdelavani/verejne-mineni/jak-se-cesti-novinari-myli-pri-psani-o-vyzkumech-verejneho-mineni.html>

JANKŮ, Jan. *Vliv informovanosti voličů na politicko-rozpočtové cykly*. Ostrava, 2016. Doktorská dizertační práce. Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, Ekonomická fakulta. Dostupné také z: <https://dspace.vsb.cz/handle/10084/116852>

JANOUC, Viktor, 2014. *Internetový marketing*. 2. vyd. Brno : Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4311-7

JIRÁK, Jan a PAVLIČÍKOVÁ, Helena, 2013. *Média pod lupou: mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání*. 1. vyd. Praha : Powerprint, 2013. ISBN 978-80-87415-70-2.

KALBACH, James, 2007. *Designing web navigation*. Sebastopol : O'Reilly, 2007. ISBN 978-0-596-52810-2

KANCELÁŘ POSLANECKÉ SNĚMOVNY. Sněmovní tisk 50. *Parlament České republiky, Poslanecká sněmovna*. [Online] Parlament České republiky, Poslanecká sněmovna, Nedatováno. [Citace: 15. 1. 2020] Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/historie.sqw?o=8&t=50>

KANCELÁŘ SENÁTU. Senát PČR: Vyhledaná hlasování. *Senát PČR*. [Online] Senát PČR, Nedatováno. [Citace: 5. 2. 2020] Dostupné z: <https://www.senat.cz/xqw/xervlet/pssenat/hlasa?O=12&S=&K=&H=&N=&ID=313>

KANTORKOVÁ, Věra. Informování obce o své činnosti a participace občanů na územní samosprávě. *Ministerstvo vnitra České republiky*. [Online] 2009. [Citace: 10. 2 2020.] Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/metodicke-materialy-k-zakonnym-zmocnenim.aspx>

KLÍMEK, Jakub. Co jsou otevřená data? *Otevřená data*. [Online] Ministerstvo Vnitra, 19. 2 2020. [Citace: 25. 2. 2020] <https://opendata.gov.cz/informace:start>

KNIHY FRYČ. Vědecká ekonomie, Filip Matějka – 10. 1. 2017 – Knihkupectví a antikvariát Fryč. In: Youtube [online] 17. 2. 2017. [Citace: 14. 10. 2019]. Dostupné z: <https://youtu.be/QziDqk2G22U>

KOHOVOLIT.EU. Volební kalkulačka 2020. *Volební kalkulačka 2020*. [Online] KohoVolit.eu, 2006-2020. [Citace: 20. 1. 2020] Dostupné z: <https://volebnikalkulacka.cz/>

KOLEKTIV AUTORŮ. *Veřejná správa v české republice*. [Dokument] Praha : Ministerstvo vnitra, 2017. [Citace: 15. 1. 2020] Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/verejna-sprava-publikace.aspx>

KOLMAN, Petr. Musí politické strany poskytovat informace? *Bulletin advokacie, odborný právní portál*. [Online] Česká advokátní komora, 11. 11 2016. [Citace: 8. 12. 2019] Dostupné z: <http://www.bulletin-advokacie.cz/musi-politicke-strany-poskytovat-informace>

KOS, Ladislav. Infografika: Podíl vyhledávačů Google a Seznam na českém internetu. *eVisions*. [Online] 24. 1 2019. [Citace: 2. 12. 2019.] Dostupné z: <https://www.evisions.cz/blog-2019-01-24-infografika-podil-vyhledavacu-google-a-seznam-na-ceskem-internetu-2019/>

KUBÁŇ, Michal. Základy otevřených dat. *Otvřená data České republiky*. [Online] Ministerstvo vnitra, Nedatováno. [Citace: 10. 2. 2020] Dostupné z: <https://data.gov.cz/informace/z%C3%A1klady-otev%C5%99en%C3%BDch-dat-pro-z%C3%A1jemce/>

KUBÍČEK, Michal, 2010. *Velký průvodce SEO: jak dosáhnout nejlepších pozic ve vyhledávačích*. Dotisk prvního vydání. Brno :Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2195-5.

KUŽÍLEK, Oldřich. *Dalších 106 odpovědí na Vaše dotazy*. Praha: Otevřená společnost, 2007. [Citace: 1. 12. 2019] Dostupné z: <https://www.otevrenaspolecnost.cz/knihovna/otevrenka/pravo-na-informace/dalsich-106-odpovedi-na-vase-dotazy.pdf>

KUŽÍLEK, Oldřich. *Zveřejnění informací na webu v rámci InfZ*. [Příspěvek v diskuzním fóru] Otevřená společnost, 2017. [Citace: 20. 10. 2019] Dostupné z: <https://poradna.otevrenaspolecnost.cz/pravo-na-informace/zverejneni-informaci-na-webu-v-ramci-infz-5903>

LEYER, Petr a kol, 2015. *Příručka pro práci s otevřenými zdroji dat*. Praha: Transparency International - Česká republika, 2015. ISBN 978-80-87123-24 - 9.

MADEJ, Martin. Extenzivní výklad pojmu veřejná instituce: obchodní společnosti jako povinné subjekty v právu na informace. *Správní právo*. 2016, číslo 7. [Citace: 20. 11. 2019] Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/spravni-pravo-cislo-7-2016.aspx>

MATĚJKA, Filip. Teorii všeho v ekonomii zdaleka nemáme. [dotazovaný] Eva Bobůrková. *EkonTech.cz*. Praha : ASA, 1. 10 2018. stránky 10-12. ISSN: 2336-307X. [Citace: 17. 10. 2019] Dostupné z: https://issuu.com/ekontech.cz/docs/ekontech_37rijen2018_web

MATĚJKA, Radek. Průmysl v roce 2019 a výhled do budoucnosti. *Statistika&My - měsíčník Českého statistického úřadu*. [Online] Český statistický úřad, 2 2020. [Citace: 5. 3. 2020] Dostupné z: <https://www.statistikaamy.cz/2020/02/prumysl-v-roce-2019-a-vyhled-do-budoucnosti/>

MCGANN, James G. 2019 Global Go To Think Tank Index Report . [Online] University of Pennsylvania, 27. 1 2020. [Citace: 20. 2. 2020] Dostupné z: https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1018&context=think_tanks

MERIAN LIBRARY. Is this source or information good? *Meriam Library*. [Online] CSU, © 2019. [Citace: 12. 1. 2020] Dostupné z: <https://library.csuchico.edu/help/source-or-information-good>.

Michal K. proti Komunistické straně Čech a Moravy. 2017, Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 3. 8. 2017, čj. 6 As 43/2017-46. 2017.

MIT LIBRARIES. Nedatováno. Boolean operators - Database Search Tips - LibGuides at MIT Libraries. *MIT libraries*. [Online] MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY, Nedatováno. [Citace: 14. 10. 2019] Dostupné z: <https://libguides.mit.edu/c.php?g=175963&p=1158594>

MVČR. Analýza zákona o svobodném přístupu k informacím po projednání vládou a informace k přípravě novely tohoto zákona. *Ministerstvo vnitra České republiky*. [Online] 10. 12 2007. [Citace: 1. 2. 2020] Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/analyza-zakona-o-svobodnem-pristupu-k-informacim-po-projednani-vladou-a-informace-k-priprave-novely-tohoto-zakona.aspx>

MVČR. Portál veřejné správy. *Portál veřejné správy*. [Online] Ministerstvo vnitra, ©2020a. [Citace: 12. 2. 2020] Dostupné z: <https://portal.gov.cz/obcan/>

MVČR. Přístupnost internetových stránek a mobilních aplikací. *Ministerstvo vnitra České republiky*. [Online] © 2019a. [Citace: 13. 1. 2020] Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/pristupnost-internetovych-stranek-a-mobilnich-aplikaci.aspx?q=Y2hudW09MQ%3d%3d>

MVČR. Rozcestník - Ochrana osobních údajů. *Ministerstvo vnitra České republiky*. [Online] Ministerstvo vnitra České republiky, © 2019b. [Citace: 1. 3. 2020] Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/gdpr/clanek/rozcestnik.aspx>

MVČR. Seznam orgánů veřejné moci. *Czech POINT; Český Podací Ověřovací Informační Národní Terminál*. [Online] Ministerstvo Vnitra České republiky, © 2020b. [Citace: 10. 2. 2020] Dostupné z: <https://www.czechpoint.cz/sovm/seznam-organu-verejne-moci>

NADACE OPEN SOCIETY FUND PRAHA. Pátý ročník soutěže Společně otevíráme data vyhrává Hlídač státu. *Nadace OSF*. [Online] Nadace Open Society Fund Praha, 22. 11 2017. [Citace: 20. 12. 2019] Dostupné z: <https://osf.cz/2017/11/22/paty-rocnik-souteze-spolecne-otevirame-data-vyhra-va-hlidac-statu/>

NADACE OPEN SOCIETY FUND PRAHA. Soutěž Společně otevíráme data 2019. *Nadace OSF*. [Online] Nadace Open Society Fund Praha, 2019. [Citace: 25. 1. 2020] dostupné z: <https://osf.cz/programy/ziva-demokracie/nas-stat-nase-data/soutez-spolecne-otevirame-data/soutez-spolecne-otevirame-data-2019/>

NÁPRAVNÍKOVÁ, Jana. *Metodický pokyn - přístupnost internetových stránek a mobilních aplikací*. místo neznámé : Odbor eGovernmentu MVČR, 2020. Sv. Verze 1.3. Nejvyšší soud. 2019. Rozhodnutí NS. [Online] 23. 1 2019. [Citace: 24. 2. 2020] Dostupné z: http://www.nsoud.cz/Judikatura/judikatura_ns.nsf/WebSearch/B8E55F228187F51BC12583CF0017EB5D?openDocument&Highlight=0

NFNZ. Hodnocení médií. *nfnz*. [Online] Nadační fond nezávislé žurnalistiky, 12. 9 2019. [Citace: 1. 2. 2020] Dostupné z: <https://rating.nfnz.cz>

NIELSEN, Jakob. Why You Only Need to Test with 5 Users. *Nielsen Norman Group*. [Online] 3 2000. [Citace: 1. 2. 2020] Dostupné z: <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>

ODBOR DOZORU A KONTROLY VEŘEJNÉ SPRÁVY. *Analýza zákona o svobodném přístupu k informacím*. [Dokument] Praha : Ministerstvo vnitra, 2007. Dostupný také z: <https://www.mvcr.cz/clanek/analyza-zakona-o-svobodnem-pristupu-k-informacim-po-projednani-vladou-a-informace-k-priprave-novely-tohoto-zakona.aspx>

ORENIC, Kenneth. loex2008collaborate / The CRAP Test. *loex2008collaborate*. [Online] PBworks, 2009. [Citace: 2. 10. 2019] Dostupné z: <http://loex2008collaborate.pbworks.com/w/page/18686701/The%20CRAP%20Test>

OTEVŘENÁ SPOLEČNOST. *Úřade, otevři se*. [Interview] Česká televize, 29. 10 2017. [Citace: 2. 12. 2019] Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10800462866-obcanske-noviny/217562248430031-urade-otevri-se/>

PILNÁČEK, Matouš. *Volební model v únoru 2020*. [Tisková zpráva] místo neznámé : Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, 25. 2 2020. [Citace: 5. 3. 2020] Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a5143/f9/pv200225.pdf

POLČÁK, Radim. Práva k datům spravovaným veřejnými knihovnami ve světle změn informačního zákona. *Knihovna: knihovnická revue*. 2016, ISSN 1801-3252. Dostupné z: <https://knihovnarevue.nkp.cz/archiv/dokumenty/2016-1/polcak.pdf>

RECIT ME. *Choosing an Accessible Font*. Baltimore : autor neznámý, Nedatováno. [Citace: 10. 2. 2020] Dostupné z: https://reciteme.com/uploads/articles/accessible_fonts_guide.pdf

RUBIN, Jeffrey a CHISNELL, Dana. 2008. *Handbook of usability testing: how to plan, design, and conduct effective tests*. 2nd ed. Indianapolis : Wiley Pub., 2008. ISBN 978-0-470-18548-3.

RVNNO. Státní politika vůči nestátním..... [Online] [Citace: 14. 2. 2020] Dostupné z: https://www.vlada.cz/assets/ppov/rvno/dokumenty/statni_politika.pdf

RVNNO. *Státní politika vůči NNO na léta 2015 - 2020*. [Vládní dokument] 29. 7 2015.
Shannon, Claude. 1948. A Mathematical Theory of Communication. *Bell System Technical Journal*. 1948, Sv. 27, ISBN 379–423, 623–656.

SCHULTZ, Jeff. How Much Data is Created on the Internet Each Day? *Digital Transformation and Enterprise Software Modernization | Micro Focus*. [Online] Micro Focus, 8. 6 2019. [Citace: 20. 1. 2020] Dostupné z: <https://blog.microfocus.com/how-much-data-is-created-on-the-internet-each-day/>

SIVERA, František. *Protokol o kontrole*. [Dokument] Brno : Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí, 2019. [Citace: 15. 1. 2020] Dostupné z: <https://www.udhpsch.cz/wp-content/uploads/2020/01/EU-TROLL-protokol.pdf>

SKUHROVEC, Jiří. 2020. Zindex – hodnocení zadavatelů veřejných zakázek. *Zindex – hodnocení zadavatelů veřejných zakázek*. [Online] EconLab, 31. 1 2020. [Citace: 26. 2. 2020] Dostupné z: <http://wiki.zindex.cz/doku.php>

SOJKOVÁ, Lenka. *Vliv automatizace a digitalizace na trh práce*. [Dokument] Praha : Topaz, 2019. [Citace: 26. 1. 2020] Dostupné z: <https://top-az.eu/wp-content/uploads/2019/12/Vliv-automatizace-a-digitalizace-na-trh-pr%C3%A1ce.pdf>

SPENCER, Dona, 2010. *A Practical Guide to Information Architecture*. Penarth : Five Simple Steps, 2010. ISBN 978-0-9561740-4-8.

SPURNÝ, Martin. *Důležitost jednotlivých typů voleb očima veřejnosti – duben 2019*. [Tisková zpráva] místo neznámé : Sociologický ústav AV ČR, 2019. [Citace: 15. 1. 2020] Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4915/f9/pv190430.pdf

STANÍČEK, Petr, 2016. *Dobrý designér to všechno ví!* Kamenné Žehrovice : vydáno vlastním nákladem autora, 2016. 978-80-260-9427-2

STEHNŮVÁ, Jana. Rozkrývání majetkových struktur médií. *Transparency International*. [Online] Transparency International - Česká republika, 2. 12 2019. [Citace: 15. 1. 2020] Dostupné z: <https://www.transparency.cz/rozkrvani-majetkovych-struktur-medii/>

STEM. 2005. Kritéria hodnocení hospodářského vývoje ČR. *Stem.cz | Empirický výzkum pro fungující demokracii*. [Online] STEM Ústav empirických výzkumů, 14. 4. 2005. [Citace: 4. 2. 2020] Dostupné z: <https://www.stem.cz/kriteria-hodnoceni-hospodarskeho-vyvoje-cr/>

STRACHOTA, Karel a kol., 2010. *Média a chudoba*. Praha : Člověk v tísni, 2010. 978-80-86961-89-7

STRECKOVÁ, Yvonne a MALÝ, Ivan, 1998. *Veřejná ekonomie: pro školu i praxi*. Praha : Computer Press, 1998. 80-7226-112-6.

SVOBODA, Emil a BURÝŠEK, Jiří. Kalousek a Schillerová útočně faulují v Partii na Primě - Bez faulu. *Bez faulu - Encyklopedie propagandy*. [Online] Bezfaulu.cz, 4. 10. 2019. [Citace: 2. 2. 2020] Dostupné z: <https://bezfaulu.net/udalost/kalousek-a-schillerova-utočne-fauluji-v-partii-na-prime/>

SYNÁKOVÁ, Veronika *Specifické povinné subjekty dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím*. [Rigorózní práce] Brno : Právnická fakulta Masarykovy univerzity, 2018. [Citace: 2. 2. 2020] Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/tq52f/Synakova-Veronika-RIGOZNI-PRACEMUNI.pdf>

ŠKARABELOVÁ, Simona. *PODKLAD PRO KONCEPCI POLITIKY STÁTU VŮČI: Příspěvkové organizace jako konkurent nestátním neziskovým organizacím*. Brno : Masarykova Univerzita, 2014. [Citace: 1. 2. 2020] Dostupné z: https://www.vlada.cz/assets/ppov/rnno/dokumenty/studie_skarabelova_prispevkove_organizace_pro_web.pdf

TITL, Vítězslav a GEYS, Benny. 2019. *Dary politickým stranám a veřejné zakázky: evidence z let 2007-2014*. [Dokument] místo neznámé : Národohospodářský ústav AV ČR, 9 2019. [Citace: 20. 1. 2020] Dostupné z: https://idea.cerge-ei.cz/files/IDEA_Studie_10_2019_Dary_politickym_stranam/IDEA_Studie_10_2019_Dary_politickym_stranam.html

TRANSPARENCY INTERNATIONAL. Piráti - Transparentní volby | Evropský parlament 2019. *Transparentní volby 2019 - Transparentní volby | Evropský parlament 2019*. [Online] Transparency International Česká republika, © 2020. [Citace: 15. 1. 2020] Dostupné z: <https://www.transparentnivolby.cz/evropskyparlament2019/hodnoceni/pirati/>

TRANSPARENCY INTERNATIONAL. Z Berlína do stovky zemí světa. Transparency International bojuje proti korupci už čtvrt století. *Mapujeme stav korupce v ČR a aktivně přispíváme k jejímu omezení*. [Online] Transparency International Česká republika, 4. 5 2018. [Citace: 10. 11. 2019] Dostupné z: <https://www.transparency.cz/z-berlina-do-stovky-zemi-sveta-transparency-international-bojuje-proti-korupci-uz-ctvrt-stoleti/>

TRANSPARENCY INTERNATIONAL, ČESKÁ REPUBLIKA. Jan Tvrdoň - Jak je důležité mít fact-checking. In: Youtube [online] 18. 11. 2019b. [vid. 2020-01-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=-8BmTfKXQ9o>

TRANSPARENCY INTERNATIONAL, ČESKÁ REPUBLIKA. Josef Šlerka - Praní špinavých... informací. In: Youtube [online] 11. 11. 2019a. [vid. 2020-01-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=DLRGQF61VQ8&feature=emb_title

TRANSPARENCY INTERNATIONAL, ČESKÁ REPUBLIKA. Ondřej Cakl - Dark posting proti demokracii. In: Youtube [online] 6. 1. 2020. [vid. 2020-02-10]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=PUlluegTP40&feature=emb_title

TULISOVÁ, Kamila. *Think-tanky v ČR - funkce, vztahy, zdroje*. Brno, 2018. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. Dostupné také z: https://is.muni.cz/th/sw7d1/TT_bakalarka_final.pdf

UNESCO. *Global Media and Information Literacy Assessment Framework: Country Readiness and Competencies*. Paris : United Nations Educational, 2013. ISBN 978_92_3_001221_2. Dostupné také z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655>

UNIVERSITY OF MINNESOTA. Primary, Secondary, and Tertiary Sources. *University of Minnesota Crookston*. [Online] University of Minnesota, © 2020. [Citace: 12. 1 2020.] Dostupné z: <https://www.crk.umn.edu/library/primary-secondary-and-tertiary-sources>

ÚŘAD VLÁDY ČESKÉ REPUBLIKY. *Národní investiční plán České republiky do roku 2050*. [Dokument] Praha : Úřad vlády České republiky, 2019. ISBN 978-80-7440-244-9. [Citace: 15. 2. 2020.] Dostupný také z: https://www.vlada.cz/assets/media-centrum/aktualne/Narodni-investicni-plan-CR-2020_2050.pdf

ÚŘAD VLÁDY. *Usnesení vlády České republiky ze dne 6. září 2000 č. 875 + 2P o Metodickém pokynu ke sjednocení postupu orgánů veřejné správy při zajištění práva fyzických a právnických osob na poskytnutí informací podle zákona č. 106/1999 Sb.,...* [Usnesení] 2000. Dostupné z: https://kormoran.vlada.cz/usneseni/usneseni_webtest.nsf/0/8E04352DCF8D8FCFC12571B6006C3453

Usnesení Nejvyššího soudu ze dne 23. 1. 2019, sp. zn. 20 Cdo 4449/2018, uveřejněné pod číslem 109/2019 Sbírky soudních rozhodnutí a stanovisek, část občanskoprávní a obchodní.

VLÁDA ČR. Informační zdroje o NNO. *Vláda České republiky*. [Online] 2020. [Citace: 15. 3 2020.] Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/ppov/rnno/informacni-zdroje/>

VOBOŘIL, Lukáš. 2010. *Caplan po česku: Trpí Češi předsudky?* Prah, 2008. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Národohospodářská fakulta. Dostupné také z: <https://vskp.vse.cz/eid/25065>

WEIMER, David L. a VINING, Aidan R., 2017. *Policy analysis: Concepts and practice*. 6. vydání. New York : Taylor & Francis Ltd, 2017. ISBN 978-1-138-21651-8.

WORLDSTEAM. Nedatováno. *hat Does SERP Mean? Search Marketing Jargon Explained*. *WordStream: Online Advertising Made Easy*. [Online] WordSteam, Nedatováno. [Citace: 25. 11 2019.] Dostupé z: <https://www.wordstream.com/serp>

ZÁBOJNÍKOVÁ, Karolína a KAMENICKÝ, Jiří. 2019. *Vývoj ekonomiky České republiky: 1. až 3. čtvrtletí 2019*. [Dokument] Praha : Český statistický úřad, 2019. [Citace: 10. 1. 2020.] Dostupé z: <https://www.czso.cz/documents/10180/91606721/32019319q3a.pdf/6c4be0f8-2478-4d50-88ac-dc73c39124e1?version=1.1>

Zákon č. 106/1999 Sb. o svobodném přístupu k informacím.

Zimmer, Scot. 2017. *"What is a Boolean Operator?"*. [Online dokument] místo neznámé : Alliant Libraries, 2017. [Citace: 14. 10. 2019.] Dostupé z: <https://library.alliant.edu/screens/boolean.pdf>

Zvol si info. Nedatováno. Průvodce. *zvol si info*. [Online] Nedatováno. [Citace: 14. 10 2019.] Dostupné z: <https://zvolsi.info/surfaryovym-pruvodcem/>

8 Přílohy

Příloha A – SERP s potenciálními konkurenty

Příloha B – Zástupci cílových skupin

Příloha C – Inventář stránek

Příloha D – Původní mapa webu

Příloha E – Odpovědi z testování názvů

Příloha F – Závěrečná mapa webu

Příloha G – Drátěný model

Příloha H – Ukázky prototypu

Příloha I – Zápis z testování scénářů

Příloha J – Další rozvoj – Úvodní stránka

Příloha K – Další rozvoj – Mapa web

Příloha A – SERP obsahující potenciální konkurenty

The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains the query: „demagog.cz“ „hlidacstatu.cz“ „czso.cz“. Below the search bar, there are navigation links: Vše, Obrázky, Nákupy, Mapy, Zprávy, and more. The search results show 3 results in 0,26 s. The first result is from bezfaulu.net, titled 'Fakta: seznam zdrojů - Bez faulu', with a snippet mentioning czso.cz, hlidacstatu.cz, and demagog.cz. The second result is from www.hlidacstatu.cz, titled 'Textová podoba smlouvy - Hlídač státu.', with a snippet listing various Czech websites. The third result is from www.astracr.cz, titled 'příručka o korupci - ASTRA – Asociace pro transparentnost', with a snippet mentioning the Czech Statistical Office and demagog.cz.

Příloha B – Zástupci cílových skupin

1. Aneta H., 27 let, nejvyšší dosažené vzdělání: vysokoškolské
2. Jakub M., 26 let, nejvyšší dosažené vzdělání: vysokoškolské
3. Aneta P., 27 let, nejvyšší dosažené vzdělání: vysokoškolské
4. Dominik V., 26 let, nejvyšší dosažené vzdělání: středoškolské

5. Michal B., 26 let, nejvyšší dosažené vzdělání: středoškolské
6. Tomáš K., 28 let, nejvyšší dosažené vzdělání: středoškolské
7. Martina K., 48 let, nejvyšší dosažené vzdělání: středoškolské
8. Renata B., 45 let, nejvyšší dosažené vzdělání: středoškolské
9. Jaroslav K., 49 let, nejvyšší dosažené vzdělání: středoškolské

Příloha C – Inventář stránek

ID: 1

Název stránky: Zvolitinfo.cz – Rozcestník mezi informacemi

Funkce: Úvodní stránka

Klíčová slova: informace, zdroje, vyhledávání, ověřování, volby, politika, ekonomika, media

Nadpisy: Informační rozcestník

Obsah stránky: Představení obsahu a navigace

ID: 1.1

Název stránky: Kde se informovat (původně „Zveřejněné informace“)

Funkce: Rozcestník mezi podkategoriemi

Klíčová slova: informační zdroje, seznam, oficiální zdroj, pomocný zdroj

Nadpisy: Kde se informovat

Obsah stránky: Navigace v těle stránky

ID: 1.1.1

Název stránky: Oficiální zdroje (původně „Kdo musí“)

Funkce: Sdělení obsahu

Klíčová slova: oficiální zdroj, informace, zákon, 106/1999, web

Nadpisy: Oficiální zdroje, právo na informace,

Obsah stránky: Zákon č. 106/1999 Sb., povinně poskytované informace

ID: 1.1.2

Název stránky: Pomocné zdroje (původně „Kdo může“)

Funkce: Sdělení obsahu

Klíčová slova: pomocný zdroj, užitečný, informace, nezisková organizace, web

Nadpisy: Pomocné zdroje, Nestátní neziskové organizace, Projekty bez právní formy

Obsah stránky: Občanská společnosti

ID: 1.1.3

Název stránky: Zdroje podle funkce (původně „Typy zdrojů“)

Funkce: Sdělení obsahu

Klíčová slova: pomocný zdroj, užitečný, informace, nezisková organizace, web

Nadpisy: Zdroje podle funkce, think tanky, Fact checking, Aplikace nad otevřenými daty, Hlídací psy, Zákonný dohled

Obsah stránky: Think tanky, Fact checking, Aplikace nad otevřenými daty, Hlídací psy, Zákonný dohled

ID: 1.2

Název stránky: Témata

Funkce: rozcestník mezi podkategoriemi

Klíčová slova: ekonomika, politika, média, volby

Nadpisy:

Obsah stránky: Navigace v těle stránky

ID: 1.2.1

Název stránky: Ekonomika

Funkce: Rozcestník mezi ekonomickými zdroji

Klíčová slova: Ekonomika, HDP, kurz, inflace, zahraniční obchod, průmysl, finance, nezaměstnanost, mzdy

Nadpisy: Pomocné zdroje, Oficiální zdroje

Obsah stránky: Seznam odkazů

ID: 1.2.2

Název stránky: Politika

Funkce: Rozcestník mezi politickými zdroji

Klíčová slova: Seznam webů na téma politika

Nadpisy: Pomocné zdroje, Oficiální zdroje

Obsah stránky: Seznam odkazů

ID: 1.2.3

Název stránky: Média

Funkce: Rozcestník mezi mediálními zdroji

Klíčová slova: Média, zpravodajství, zprávy, novinky, dezinformace, fakenews

Nadpisy: Pomocné zdroje, Oficiální zdroje

Obsah stránky: Seznam odkazů

ID: 1.2.4

Název stránky: Volby

Klíčová slova: veřejné volby, kandidáti, volba

Funkce: Rozcestník mezi volebními zdroji

Nadpisy: Pomocné zdroje, Oficiální zdroje

Obsah stránky: Seznam odkazů

ID: 1.3

Název stránky: Jak na informace

Funkce: rozcestník mezi podkategoriemi

Klíčová slova: vyhledávání informací, ověřování informací, jak hledat, jak najít,

Nadpisy:

Obsah stránky: Navigace v těle stránky

ID: 1.3.1

Název stránky: Hledání informací

Funkce: Rozvoj informační gramotnosti

Klíčová slova: vyhledávání informací, jak hledat, jak najít, webový vyhledávač, drobečková navigace, mapa webu, web

Nadpisy: Webový vyhledávač, Jak se zorientovat na cizím webu

Obsah stránky: webový vyhledávač a metody vyhledávání, navigační schémata a prvky

ID: 1.3.2

Název stránky: Ověřování informací

Funkce: Rozvoj informační gramotnosti

Klíčová slova: ověřit informaci, ověření, ověřování, autor, zdroj, dezinformace, fakenews

Nadpisy: Proč je nezbytné ověřovat, Jak ověřovat

Obsah stránky: Internetové hrozby, Odvozená ověřovací metoda

ID: 1.4

Název stránky: O projektu

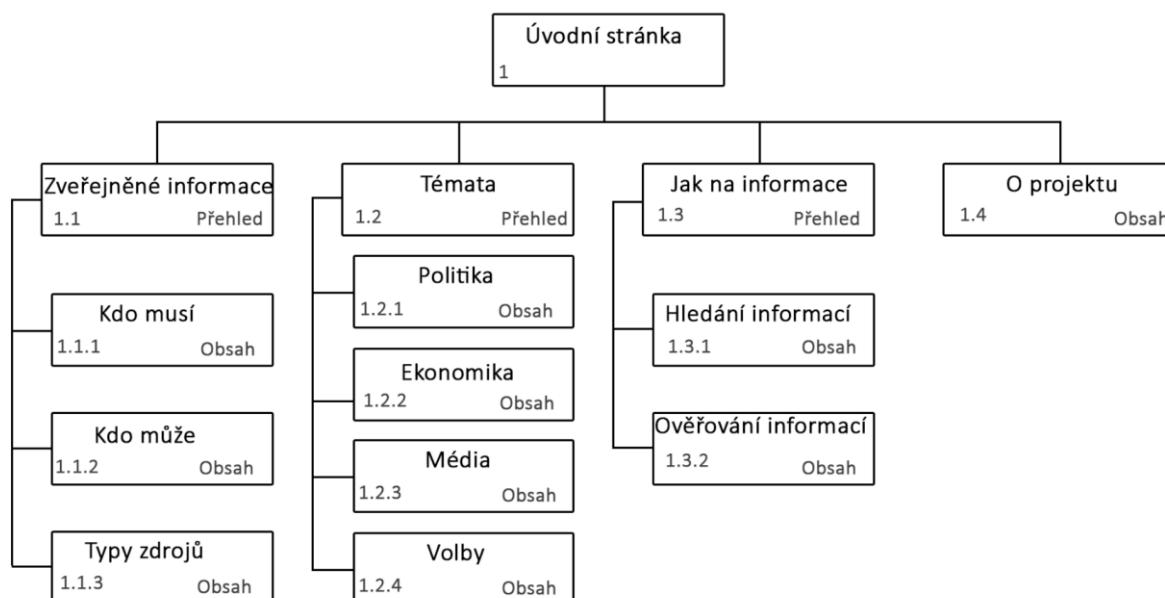
Funkce: Zajištění věrohodnosti

Klíčová slova: financování, kontakt, autor

Nadpisy: Záměr, Vize, Autor, Financování, Kontakt

Obsah stránky: Záměr, Vize, Autor, Financování, Kontakt

Příloha D – Původní mapa webu



Příloha E – Odpovědi z testování názvů

Respondent 1

Odpověď 1: „No informace, které jsou veřejné, například v médiích...“

Odpověď 2: „...Jak nakládat s informacemi...jak je hledat a jak je získávat...“

Odpověď 3: „Asi informace vždy k nějakému tématu.“

Odpověď 4: „Typy zdrojů asi jako televize nebo internet...“

Odpověď 5: „Nějaká povinná média, například Česká televize.“

Odpověď 6: „Asi všichni ostatní...“

Respondent 2

Odpověď 1: „Nějaké veřejně dostupné informace“

Odpověď 2: „Asi nějaký návod, jak zacházet a přistupovat k informacím.“

Odpověď 3: „To budou informace zařazené do různých témat.“

Odpověď 4: „Typy zdrojů...Asi názvy zdrojů, odkud jsou ty jednotlivé informace...“

Odpověď 5: „Asi kdo musí zveřejňovat informace, jako nějaké složky státu atd. “

Odpověď 6: „Kdo nemusí, ale chce...“

Respondent 3

Odpověď 1: „Je to velmi široký pojem, možná nějaká úřední deska nebo statistický úřad...“

Odpověď 2: „Jak tento web funguje.“

Odpověď 3: „...témata, která na tom webu mohu najít...“

Odpověď 4: „...tak to fakt nevím, vlastně nerozumím ani těm zveřejňovaným informacím...“

Respondent 4

Odpověď 1: „V této sekci bych asi očekával rady a tipy jaký druh informací publikovat, a naopak kterým informacím se vyhnout...“

Odpověď 2: „Tady si myslím že najdu opět rady jak a kde mohu informace nalézt, jak je ověřit a zjistit důvěryhodnost zdrojů, jak s nimi poté pracovat, citovat a publikovat.“

Odpověď 3: „No a v poslední sekci odhaduji že by mohl být seznam různých témat, např. cestování, průmysl, sport, politika, a názorné příklady jaký informační obsah ke každé té sekci vytvořit.“

Odpověď 4: „Seznam možností, tedy zdrojů, kde všude se dají informace nalézt.“

Odpověď 5: „Kdo musí něco zveřejňovat.“

Odpověď 6: „Kdo zveřejňuje dobrovolně.“

Respondent 5

Odpověď 1: „Informace z médií, například počasí, domácí a zahraniční zpravodajství.“

Odpověď 2: „Nějaký návod, jak nalézt informace, které potřebuji. Například nějaký diagram, kterým se proklikám k tomu, co potřebuji.“

Odpověď 3: „...tam by mohly být různé podseky například hudba sport.“

Odpověď 4: „...tak to bude nějaká podseky z jakých zdrojů autor čerpal ty informace...“

Odpověď 5: „...to bude podseky například z nějakých vojenských, záchranných humanitních operací, kde musí něco vykonávat v rámci předpisů, aby zachraňovali nebo pacifikovali nějaké nebezpečí...“

Odpověď 6: „...to budou nějaké podsekcce nějakých veřejných sbírek a dobrovolných pomocí jako jsou třeba úklidy lesu, parků a podobně...“

Respondent 6

Odpověď 1: „...jaké informace mi ten web nabízí.“

Odpověď 2: „Asi nějaký pomocník, jak si co najít...asi na této stránce“

Odpověď 3: „To budou různé informace podle témat, například počasí nebo doprava.“

Odpověď 4: „To asi bude znamenat, jaké zdroje ten web používá.“

Odpověď 5: „Pro koho tyhle informace mohou být užitečné.“

Odpověď 6: „Kdo by především tyhle informace měl používat.“

Respondent 7

Odpověď 1: „Když neznám tu stránku, tak nevím, co tam má být...“

Odpověď 2: „Návod na to, jak hledat na webech.“

Odpověď 3: „No asi různá témata, které mě zajímají.“

Respondent 8

Odpověď 1: „...informace o téhle firmě či o tomto webu...“

Odpověď 2: „...návod, jak si vyhledat něco na tomto webu, například jak se přihlásit a podobně...“

Odpověď 3: „...cokoliv, co tato firma vydává nebo prodává...“

Respondent 9

Odpověď 1: „...něco se státní službou, se státní správou...“

Odpověď 2: „Návod, jak se dostat k informacím, které tento web poskytuje“

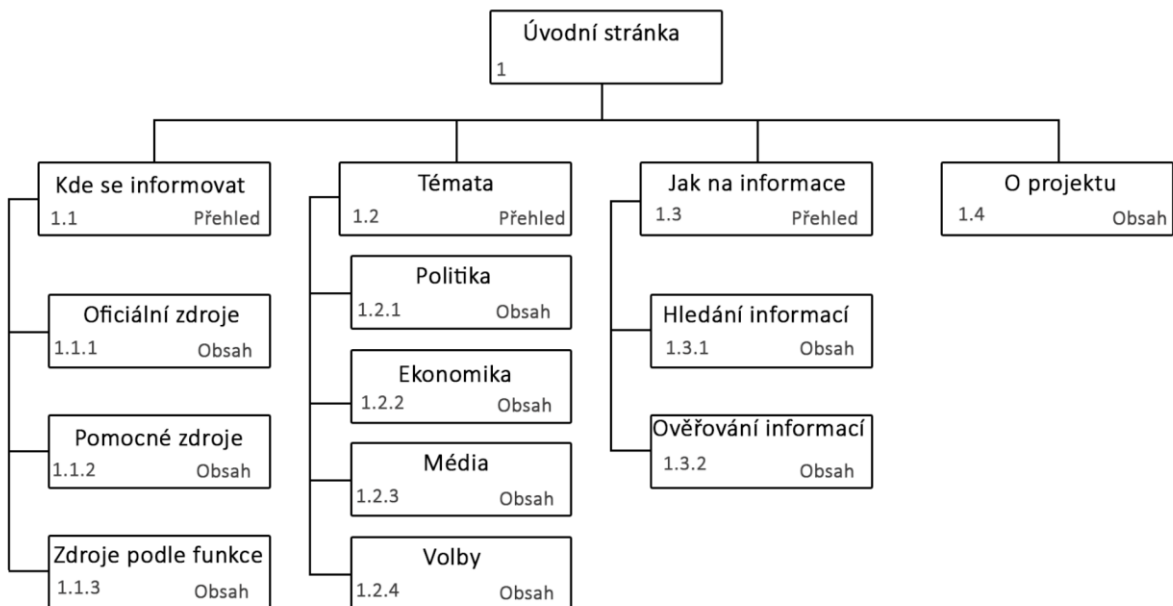
Odpověď 3: „Informace o určitých tématech, například o daních.“

Odpověď 4: „Z čeho se ty informace čerpají...“

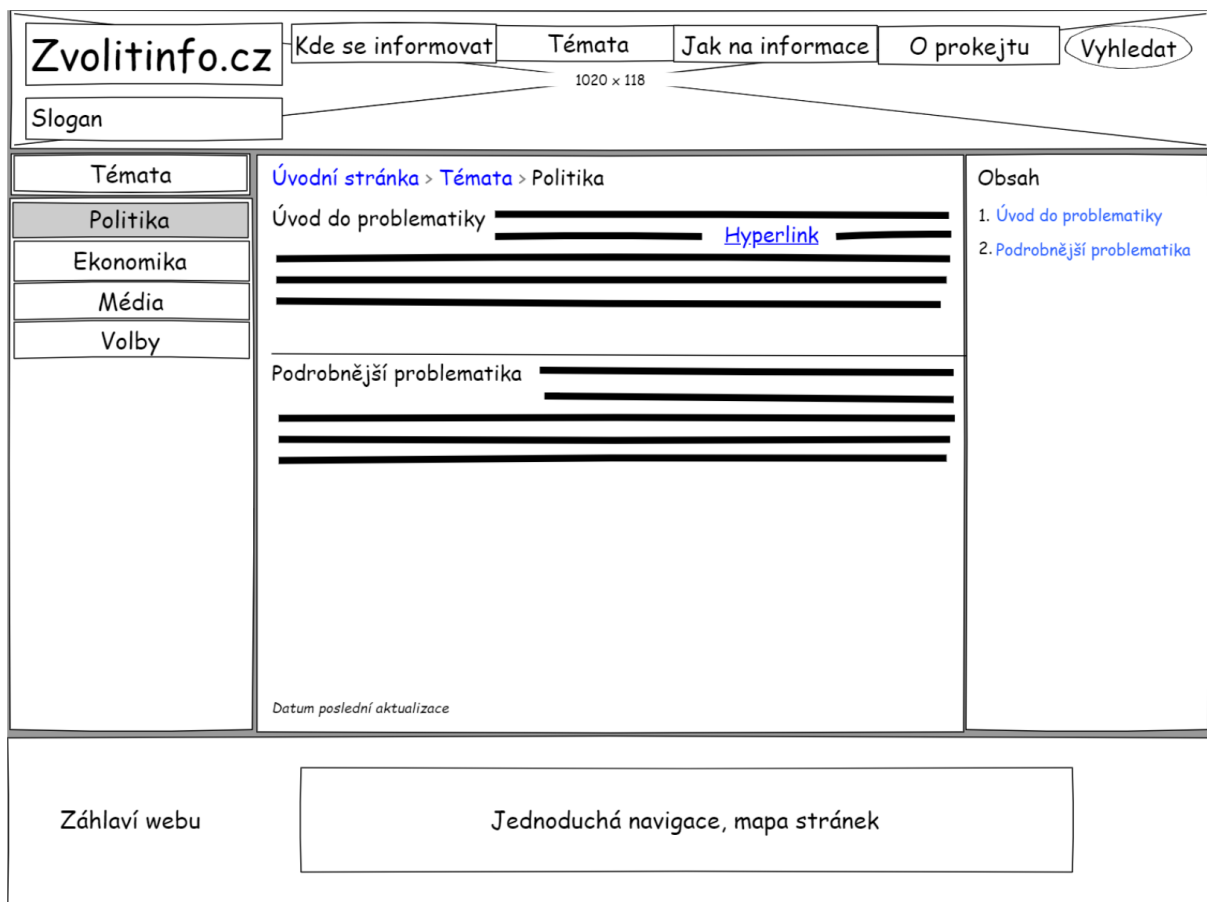
Odpověď 5: „Kdo musí je nějaká moje povinnost, například když musím něco řešit se státem a musím se někam přihlásit...“

Odpověď 6: „...kdo může ty informace využít...“

Příloha F - Závěrečná mapa webu



Příloha G – Drátěný model



Příloha H – Ukázky prototypu

Úvodní stránka

Zvolitinfo.cz

Rozcestník mezi informacemi

Kde se informovat ▼ Témata ▼ Jak na informace ▼ O projektu 🔍

Úvodní stránka

Věděli jste, že internet je plný užitečných informačních zdrojů, které fungují, aby vám sloužily? Některé fungují, protože musí ze zákona. Jiné jsou tvořeny dobrovolně, podobně jako tento web. Ne vždy je ovšem snadné se k takovým zdrojům dostat, a to zejména v případech, kdy vám po zadání dotazu vyhledávač nabídne přes půl milionu možných webů.

A proto vznikl tento web, aby vám sloužil jako rozcestník mezi weby, které již nějakým způsobem množství informací zpracovávají. Jednotlivé weby poskytují především objektivní a ověřené informace a dle zaměření je můžete hledat pod jednotlivými [Tématy](#).

Pokud se chcete dozvědět něco více o těchto zdrojích, například proč jsou provozovány, jaké mají funkce či jakých podob mohou nabývat, navštivte sekci [Kde se informovat](#).

Tento web určite neobsahuje kompletní výčet užitečných informačních zdrojů. Pokud jste zde požadovanou informaci nenašli, nebo pokud chcete hledat informace na vlastní pěst, navštivte sekci [Jak na informace](#). Tam vám budou představeny metody a techniky, jak zadávat přesnější dotazy a z toho půl milionu výsledků udělat jen pár relevantních.

Aktuality

Dne 14. 3. 2020 byla aktualizována stránka: [Všechny](#)
Dne 11. 2. 2020 byla do sekce [Témata](#) přidána nová stránka: [Volby](#)

Poslední aktualizace stránky: 14. 3. 2020

Kde se informovat	Témata	Jak na informace	O projektu
Oficiální zdroje	Politika	Hledání informací	
Pomocné zdroje	Ekonomika	Ověřování informací	
Zdroje podle funkce	Média		
	Volby		



Témata ▾

Politika

Ekonomika

Média

Volby

Úvodní stránka / Témata / Volby

Volby

Níže naleznete seznam zdrojů a poskytovaných informací. Mějte na paměti, že se nejedná o kompletní výčet. Pokud se na uvedených webech nevyznáte, nebo pokud se chcete pustit do hledání dalších zdrojů, zkuste si nejprve projít náš pomocník [Jak na informace](#). V něm se seznámíte s vyhledávacími technikami a budou vám představeny navigační prvky, které bývají součástí většiny webů.

Pomocné zdroje:

[Volební kalkulačka](#)

Porovnání odpovědí s odpověďmi kandidátů či s jejich hlasováním
Projekt neziskové organizace KohoVolit.eu

[Demagog.cz](#)

Ověřování kandidátských výroků, fact checking
Nezisková organizace Demagog.cz

[Centrum pro výzkum veřejného mínění](#)

Veřejná mínění, volební modely, oblíbenost politiků a další...
Oddělení Sociologického ústavu AV ČR

[Bezfaulu.net](#)

Ověřování politických výroků a upozorňování na argumentační klamy...
Webový projekt

[transparentní volby](#)

Kontrola transparentnosti volebních kampaní jednotlivých stran a hnutí
Projekt neziskové organizace Transparency International- Česká republika

Oficiální zdroje:

[Volby- Český statistický úřad](#)

Nadcházející volby, volební výsledky, metodiky, legislativa a další
Český statistický úřad dle zákona č. 89/1995 Sb.

[Dohled nad hospodařením politických stran a hnutí](#)

Protokoly o kontrolách, hospodaření politických stran, informace o nadcházejících volbách...
Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí dle zákona č. 424/1991 Sb.

Obsah:

1. [Pomocné zdroje](#)
2. [Oficiální zdroje](#)

Poslední aktualizace stránky: 14. 3. 2020

Kde se informovat

Oficiální zdroje

Pomocné zdroje

Zdroje podle funkce

Témata

Politika

Ekonomika

Média

Volby

Jak na informace

Hledání informací

Ověřování informací

O projektu

Příloha I – Zápis z testování scénářů

1. uživatel, 1. scénář

Úvodní stránku si prohlíží od shora dolů. Rozbaluje možnost Kde se informovat. Pročítá si všechny 3 podkategorie. Žádnou z nich nevybírání a místo nich rozbaluje možnost Jak na informace. Vybírá podkategorii Hledání informací. Analyzuje stránku a v levém menu vybírá možnost Ověřování informací. Opět analyzuje stránku. Rozbaluje možnost Kde se informovat a vybírá možnost Oficiální zdroje. Rychle ji projíždí a následně vybírá Pomocné zdroje. Stránku si pročítá. Rozbaluje možnost Témata a hned vybírá téma Politika. V rychlosti si pročítá seznam webů. Rázem si všimá možnosti Volby v levém menu. Začíná si pročítat seznam a okamžitě vybírá Volební kalkulačka. Dodává, že kdyby fungovalo vyhledávací pole, zkusela by ho jako první.

1. uživatel, 2. scénář

Okamžitě rozbaluje Témata a vybírá možnost Ekonomika. Čte si zdroje od shora dolů, dokud nenarazí na Českou národní banku, tu následně vybírá.

2. uživatel, 1. scénář

Pozorně si pročítá úvodní stránku a možnosti menu. Rozbaluje možnost Témata. Následně vybírá Volby. Začíná procházet seznam zdrojů a vybírá Volební kalkulačka.

2. uživatel, 2. scénář

Okamžitě rozbaluje Témata. Váhá mezi tématy, po pár sekundách volí Ekonomika. Pročítá si jednotlivé zdroje, dokud nenarazí na Českou národní banku.

3. uživatel, 1. scénář

Okamžitě rozbaluje možnost Kde se informovat. Pročítá si všechny podkategorie, ale žádnou nevybírá. Rozbaluje možnost Témata. Pročítá si všechny podkategorie a vybírá Volby. Nejdříve několikrát posouvá stránku nahoru a dolů. Následně začíná procházet jednotlivé zdroje a vybírá Volební kalkulačka.

3. uživatel, 2. scénář

Rozbaluje možnost Témata a okamžitě vybírá Ekonomika. V rychlosti prochází celou stránku a vybírá Českou národní banku.

4. uživatel, 1. scénář

Okamžitě rozbaluje možnost Kde se informovat a pročítá si názvy podkategorií. Žádnou nevybírá a rozbaluje možnost Témata. Pročítá si názvy podkategorií a vybírá volby. Pročítá si úvod stránky a následně jednotlivé zdroje. Jelikož je Volební kalkulačka první, zastavuje se u ní.

4. uživatel, 2. scénář

Rozbaluje možnost Témata. Chvíli se zamýšlí a následně vybírá Ekonomika. Úvod přeskakuje a rovnou si prochází jednotlivé zdroje. Jakmile dochází k oficiálním zdrojům, vybírá Českou národní banku.

5. Uživatel, 1. scénář

Pročítá si úvodní stránku. V sekci Aktuality používá odkaz Volby. Na stránce Volby si okamžitě všimá zdroje Volební kalkulačka.

5. Uživatel, 2. scénář

Rozbaluje možnost Kde se informovat a vybírá Oficiální zdroje. Stránku v rychlosti prochází a následně rozbaluje možnost Témata. Chvíli přemýšlí nad možnostmi, a nakonec volí Ekonomika. V rychlosti si prochází seznam zdrojů a vybírá Česká národní banka.

6. Uživatel, 1. scénář

Pročítá si celý úvod i Aktuality. Chvíli se zastavuje u odkazu na stránku Volby (sekce Aktuality). Odkaz využívá. Na stránce Volby si pročítá úvod. Následně prochází celý seznam zdrojů. Nakonec vybírá Volební kalkulačka.

6. Uživatel, 2. scénář

Dává najevo, že neví, kam má jít. Rozbaluje možnost Kde se informovat. Chvíli si pročítá možnosti, ale žádnou nevybírá. Následně rozbaluje Témata. Přemýšlí nad možnostmi a vybírá Ekonomika. Prochází seznamem a vybírá Českou národní banku.

7. uživatel, 1. scénář

Čte si celou úvodní stránku. Uživatel zmiňuje, že neví, jakou možnost má zvolit. Rozbaluje možnost Kde se informovat. Komentuje jednotlivé možnosti a začíná být nespokojený. Vybírá Zdroje podle funkce. Začíná je číst a podotýká, že tomu nerozumí. Následně vybírá v levém menu možnost Oficiální zdroje v rychlosti se to snaží přečíst. V tento moment je již uživatel značně nespokojený. Rozbaluje možnost Témata a vybírá Politika. Začíná si číst jednotlivé zdroje a komentuje, že je nezná a asi musí otevřít každý ten odkaz, aby zjistil, o čem je. Následně znovu rozbaluje možnost Témata a vybírá Politika. Komentuje, že je opět tam kde byl, že je to zase seznam odkazů, které nezná a že skutečně neví, protože se na tomto webu nevyzná. Uživatel je silně frustrovaný a scénář je v tomto momentě ukončen. Druhý scénář již neprobíhá.

Uživatel 8, scénář 1

Čte si Úvod. Vybírá odkaz Kde se informovat. Vybírá pomocné zdroje. Pročítá si text. Následně v levém menu vybírá Oficiální zdroje. Pročítá si text. Rozbaluje možnost Témata. Pročítá si možnosti a vybírá Volby. Začíná číst seznam a vybírá Volební kalkulačka.

Uživatel 8, scénář 2

Rozbaluje možnost Témata. Přemýšlí nad jednotlivými možnostmi. Vybírá Ekonomie. Odshora si pročítá jednotlivé zdroje a vybírá Centrum pro výzkum veřejného mínění. Tuto možnost vybrala, jelikož má v závorce uvedeno ekonomický vývoj. Tedy očekává, že tam bude i vývoj české koruny.

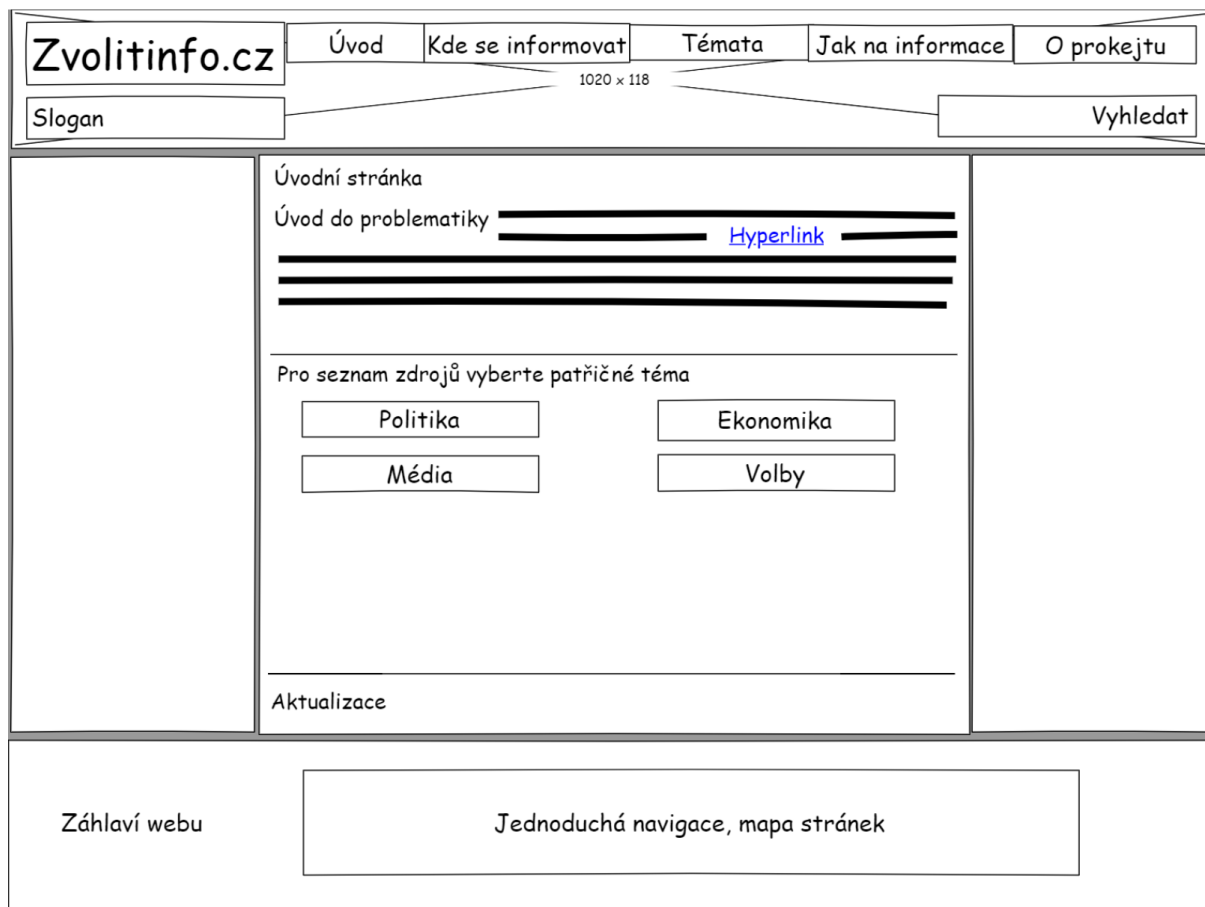
Uživatel 9, scénář 1

Čte si hlavní menu. Komentuje, že neví, pod jakou možností to má hledat. Následně čte úvodní text. Používá odkaz Témata. Následně vybírá volby. Začíná si číst zdroje a vybírá Volební kalkulačka.

Uživatel 9, scénář 2

Opět používá odkaz Témata na úvodní stránce. Tentokrát vybírá Ekonomika. Uživatel otráveně komentuje, že teď znovu musí pročítat celý seznam. Po přečtení vybírá Českou národní banku. Uživatel doplňuje, že ty názvy zdrojů nezná, takže neví, který z nich by měl vybrat.

Příloha J – Další rozvoj – Úvodní stránka



Příloha K – Další rozvoj – Mapa webu

