

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra informačních technologií**



**Bakalářská práce**

**OPEN DIRECTORY PROJECT**

**Martin Slavětínský**

**© 2010 ČZU v Praze**

**!!!**

**Místo této strany vložíte zadání bakalářské práce.  
(Do jedné vazby originál a do druhé kopii)**

**!!!**

### Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci Open directory project jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne duben 2010

---

### Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval panu Ing. Čestmíru Halbichovi, CSc. za odbornou konzultaci a užitečné rady, při zhotovování práce.

## OPEN DIRECTORY PROJECT

---

# OPEN DIRECTORY PROJECT

### **Souhrn**

V této práci se zabývám tématem Open directory project, který se řadí mezi katalogové vyhledávače, v nichž se vyhledává pomocí titulků. Výhody Open directory project je především jeho nekomerčnost, kvalita a přehlednost témat. Cílem projektu je vytvořit co největší a nejkvalitnější databázi internetových stránek. Součástí projektu jsou redaktori, tedy lidé, kteří spravují vybrané části katalogů. Jejich úkolem je třídit navrhované odkazy, popřípadě doporučit chybně zařazený odkaz jinému redaktorovi, pod jehož správu dané téma zapadá. Redaktorem se může stát každý, stačí jenom vyplnit příslušný formulář, projevit zájem o danou kategorii a pak čekat na rozhodnutí administrátorů. Existuje několik typů redaktorů, kteří mají různý rozsah kompetencí. Funkce redaktora není placená a lidé ji dělají proto, aby ostatním zlepšili přístup k informacím. Součástí projektu jsou také webmasteri, kteří chtějí zviditelnit své stránky na internetu, a proto je jejich velký zájem mít zařazené stránky na Open directory project, za které, na rozdíl od konkurenčních vyhledávačů, nemusejí platit. Webmasteri musí dodržovat pravidla stanovená projektem, zvané směrnice. Při procesu navrhování stránky do projektu probíhá nejprve filtrování, kdy se zjišťuje zda stránka neodporuje směrnicím. Pokud neodporuje, je automaticky zařazena redaktorem, pokud odporuje, je odstraněna. Podmínkou rychlejšího zařazení je výběr správné sekce pro navrhovaný odkaz. Díky tomuto systému patří Open directory project mezi nepřehlednější alternativní vyhledávače a je využíván širokým spektrem uživatelů.

### **Summary**

In this work I deal with the topic Open directory project, which is one of the catalog search engine, which searches by the headlines. Benefits Open directory project is mainly his noncommercial, quality and transparency issues. The project aims to create the largest and highest quality database of websites. The project includes editors. They are people who

manage selected parts catalogs. Their task is to classify the proposed links, where appropriate, suggest incorrectly listing another editor, under whose administration the topic fits. Editor can become anyone just simply fill out the form, show interest in the category and then wait for a decision administrators. There are several types of editors who have a different range of competencies. The function of the editors is not paid, and people do it so that others improve access to information. In the project are also webmasters who want to highlight your site on the Internet, hence the strong interest to have included pages from the Open directory project, for which, unlike competing search engines, not pay. Webmasters must comply with the rules set out the project, called the directive. In the process of designing the project site is first filtering, which determines whether the site does not guidelines. If does not, it is automatically included editor, if contrary, it is removed. The condition is to accelerate the inclusion of choosing the right section for the proposed link. Open directory project is the most comprehensive search engine alternative and used a wide range of users.

**Klíčová slova:** Fulltextový vyhledávač, Katalogový vyhledávač, Open directory project, Výhody projektu, Redaktor, Registrační formulář, Webmaster, Navržení stránky, Sekce, Směrnice

**Keywords:** Search engine, Catalog Search, Open directory project, Project Benefits, Editor, Registration Form, Webmaster, Designing pages, Section, Directive

## Osnova :

1	Úvod.....	5
2	Cíl a metodika práce.....	6
2.1	Cíl práce .....	6
2.2	Metodika práce.....	6
3	Open directory project.....	7
3.1	Fulltextové a katalogové vyhledávače .....	7
3.2	Co je to ODP .....	7
3.3	Výhody ODP.....	8
3.3.1	Nekomerčnost .....	8
3.3.2	Kvalita .....	9
3.4	Cíle Open directory projectu.....	9
3.5	Jak pracovat s katalogem .....	10
3.6	Kde můžeme ODP také najít.....	10
4	Redaktoři.....	12
4.1	Registrace redaktora.....	12
4.1.1	Registrační formulář.....	12
4.1.2	Úspěšná registrace.....	13
4.2	Funkce redaktora.....	13
4.3	Typy redaktorů .....	14
4.3.1	Category Editors .....	14
4.3.2	Greenbusters.....	14
4.3.3	Editall Editors .....	15
4.3.4	Edita/Catmw Editors .....	15
4.3.5	Meta Editors .....	16
4.3.6	Category Moderators.....	16
4.3.7	Category Editalls.....	17
4.3.8	Administratos .....	17
5	Webmaster.....	18
5.1	Kdo je webmaster a jeho zájem být v ODP .....	19
5.2	Navržení stránky .....	19
5.3	Nezařazené stránky .....	20
5.3.1	Deeplinks .....	20
5.3.2	Nelegální stránky .....	20
5.3.3	Identické Zrcadla.....	21
5.3.4	Adult Sites.....	21
5.3.5	Co dělat, když odkaz není zařazen.....	22
5.3.6	Výběr správné sekce pro odkaz.....	23
5.4	Výběr kategorie.....	24
5.4.1	Navržení odkazu URL.....	26
5.5	Adresa stránek URL.....	27

5.5.1	Titulek .....	27
5.5.2	Popisek .....	27
5.5.3	Slova kterým by se měl webmaster vyhnout.....	28
6	Závěr .....	29
7	Seznam použitých zdrojů .....	29



# 1 Úvod

V současné době se většina lidí neobejde bez informací, které jsou součástí jejich života. Informace se mohou čerpat například z novin, televize, rozhlasu nebo knih. Avšak nyní je největší databáze informací soustředěna na internetu.

Internet je v dnešní době nejdynamičtěji se rozvíjejícím nástrojem pro získávání informací na světě a ostatní informační zdroje pomalu přecházejí do takzvané elektronické podoby. Například je možné sledovat internetové televize, poslouchat rozhlas, jehož signál se šíří pomocí internetového připojení, noviny už také existují v elektronické podobě na internetu a také se rozvíjí projekt, který umožňuje číst knihy pomocí internetového prohlížeče. Obrovská výhoda elektronických novin a knih spočívá v tom, že lidé nemusí kupovat drahé publikace a nemusí každý den do trafiky pro aktuální noviny, stačí pár kliknutí a všechno se jim objeví na obrazovce domácího monitoru.

Počítač a internetové připojení je v současnosti nedílnou součástí drtivé většiny českých domácností a firem. Pomocí internetu se lidem mohou jednotlivé firmy prezentovat a domácnosti mají možnost si z jejich nabídky vybírat, další možností použití internetu je vyhledávání důležitých informací na téma, které nás zajímá a v neposlední řadě je blesková komunikace za minimální náklady.

Aby mohly být informace vyhledávány je nutné mít internetový prohlížeč, který zobrazí dotazovanou stránku s veškerými grafickými úpravami. Navíc je třeba znát nějaký internetový prohlížeč pomocí kterého se dostaneme ke konkrétním informacím. Internet se stal nedílnou součástí našeho života a je nezbytný ve všech jeho aspektech.

## **2 Cíl a metodika práce**

### **2.1 Cíl práce**

Cílem mé práce je vysvětlit jaký je rozdíl mezi fulltextovými a katalogovými vyhledávači. Objasnit pojem Open directory project, uvést jeho výhody použití ve srovnání s ostatními vyhledávači, které jsou dostupné na internetu. Také vysvětlit čtenáři jak přesně hledat v tomto katalogovém vyhledávači potřebné informace.

Ve čtvrté a páté kapitole bych se chtěl zaměřit na dva typy účastníků, kteří se podílejí na fungování a správě katalogového vyhledávače Open directory project. Prvními z účastníků jsou redaktoři, u kterých se zaměřím především na objasnění jejich role v projektu a také tím, jak se může z obyčejného uživatele internetu stát redaktor a co pro to musí udělat. Dále také jaké mají funkce a které typy redaktorů existují.

Dále se budu zabývat webmastery. U nich bych chtěl objasnit především jejich zájem proč být v Open directory project a zároveň podrobně popsat, jak správně zařadit stránku do katalogu tak, aby vyhovovala všem směrnicím. Popřípadě jak postupovat, není-li stránka správně zařazena a jakých chyb se vyvarovat.

### **2.2 Metodika práce**

Podklady na svou práci budu získávat především z internetových zdrojů, a to studováním materiálů přímo ze stránek Open directory project. Veškeré podklady ke směrnicím daného projektu budu čerpat přímo z originálních anglických stránek ODP, protože na českých internetových stránkách ještě nejsou tyto údaje přeložené.

Zbytek důležitých informací budu získávat pomocí odborné literatury, která se také zabývá tímto tématem.

## **3 Open directory project**

### **3.1 Fulltextové a katalogové vyhledávače**

Pro vyhledávání informací na internetu se používají vyhledávače, které se dělí na dva typy. Katalogové a Fulltextové vyhledávače. Fulltextové vyhledávače pracují na principu, kdy se pomocí odkazů procházejí jednotlivé internetové stránky, přičemž je jejich obsah kopírován do rozměrné databáze. Umožňují uživateli procházet obsah internetových stránek.

Druhou alternativou jsou Katalogové vyhledávače, které obsahují seznamy stránek, jež jsou doprovázené stručným popiskem a řazené do určité struktury. I v těchto vyhledávačích lze samozřejmě vyhledávat, ale jen v titulcích, jež popisují dané odkazy. Tento typ vyhledávačů je spíše určen pro listování v odkazech zařazených v různých kategoriích. Podle toho, co uživatel hledá, si vybere příslušnou kategorii a prohlíží si nabízené odkazy.

### **3.2 Co je to ODP**

Open directory project (ODP někdy také DMOZ), je největším lidmi editovaným katalogem stránek na internetu. Je tvořen obrovskou skupinou dobrovolných redaktorů. Patří mezi klasické katalogové vyhledávače, kde jsou jednotlivé odkazy přiřazovány do daných tématických a regionálních kategorií. Jedná se o projekt otevřeného adresáře, což znamená, že na jeho vytváření se může podílet takřka každý, kdo má chuť podílet se na tvorbě největšího katalogu na světě.

Open directory project vznikl jako vedlejší produkt při vytváření *prohlížeče*<sup>1</sup> Mozilla Firefox a pracuje na podobném principu jako katalogy na portálech Seznam, Atlas, Centrum či podobných serverech. Na rozdíl od uvedených vyhledávačů se na Open directory project neposkytují další doprovodné služby jako na uvedených serverech.

Témata v Open directory project se dělí do různých kategorií. Na hlavní stránce je 16 hlavních kategorií, které se větví do podkategorií. Tyto kategorie jsou spravovány lidmi, kteří tématům v dané kategorii rozumí. Tím uživateli zajisti to, že vždy najde, co hledá po několika kliknutích. Původně obsahoval ODP pouze stránky v angličtině, ale stával se stále oblíbenější mezi uživateli internetu, a proto se postupem času přidaly i jiné jazyky, mimo jiné i sekce v češtině (CZech).

### **3.3 Výhody ODP**

#### **3.3.1 Nekomerčnost**

Velkou předností Open directory project je nekomerčnost. To znamená, že zde neplatí zvýhodňování určitých odkazů za nějakou provizi. V adresáři ODP jsou všechny stránky na stejné úrovni, což je značná výhoda pro obyčejné uživatele internetu, kteří zde naleznou požadované stránky, a ne reklamní stránky různých obchodníků a propagátorů.

Pokud uživatel hledá nějaké informace na komerčních portálech zpravidla se nejdříve objeví odkazy na placené reklamy a až na dalších stránkách se zobrazí odkazy neplacené, jež mají požadovaný informační charakter.

Z toho vychází velice zkreslený přehled nabízených odkazů. Pokud například uživatel chce srovnat nabídku nějakého produktu, bude s největší pravděpodobností porovnávat nabídky těch výrobců nebo distributorů, jejichž odkazy jsou umístěny na první

---

<sup>1</sup> je počítačový program, který slouží k prohlížení World Wide Webu (WWW). Program umožňuje komunikaci s HTTP serverem a zpracování přijatého kódu (HTML, XHTML, XML apod.), který podle daných standardů zformátuje a zobrazí webovou stránku. ([http://cs.wikipedia.org/wiki/Prohl%C3%AD%C5%BEE%C4%8D\\_dne\\_16.11.2009](http://cs.wikipedia.org/wiki/Prohl%C3%AD%C5%BEE%C4%8D_dne_16.11.2009))

maximálně na druhé stránce výpisu. V tomto srovnání však chybí takoví výrobci či distributoři, kteří mohou nabízet i kvalitnější nebo levnější produkty, ale za umístění svého odkazu neplatí takové peníze jako jejich konkurenti.

### 3.3.2 Kvalita

ODP si zakládá na kvalitních stránkách, které mají velký informační přínos pro uživatele. To znamená, že v tomto katalogu nelze najít *spamy*<sup>2</sup>, odkazy, které jsou v databázi už obsažené nebo mají slabý informační charakter, dále nedodělané, a nebo okopírované stránky. Nejsou zde také obsaženy deeplinks (viz deeplinks u webmastera).

## 3.4 Cíle *Open directory projectu*

Mezi hlavní cíle ODP patří vybudovat největší katalog na internetu vytvářený lidmi, který nabízí seznam odkazů opatřených popisem a zařazených do hierarchické struktury. Umožňuje uživateli, aby našel to, co hledá bez zbytečných potíží a obtěžování reklamou. Myšlenkou ODP není zbohatnutí, nýbrž poskytnutí kvalitního obsahu všem uživatelům.

---

<sup>2</sup> je nevyžádané masově šířené sdělení (nejčastěji reklamní) šířené internetem. (<http://cs.wikipedia.org/wiki/Spam> 16.11. 2009)

### **3.5 Jak pracovat s katalogem**

S katalogem ODP se pracuje téměř stejně jako například na Seznamu. Uživatel si jednoduše nalistuje příslušnou tématickou kategorii, ze které potřebuje nějaké informace a v ní nalezne odkazy odpovídající jeho požadavkům. Protože katalog ODP sbírá odkazy z celého světa a v různých jazycích, i pro českého uživatele existuje sekce World/Czech. V této sekci katalogu jsou stránky věnované výhradně odkazům v českém jazyce.

Na internetu existují také katalogy zaměřené na regiony v dané zemi. Také tuto službu může českému uživateli katalog poskytnout. Stránky věnované regionům v České republice se nacházejí v sekci World/Česky/Regiony/Evropa/Česká\_republika. Pro regiony na celém světě je věnována sekce World/Česky/Regiony.

U všech kategorií jsou odkazy na stejnou kategorii i v jiném jazyce, pokud český uživatel nenalezne jím požadované informace mezi stránkami v češtině a zároveň umí nějaký cizí jazyk, může jednoduše projít stránky věnované danému tématu v jiném jazyce, jsou-li k dispozici, a to bez nutnosti znovu listovat danými kategoriemi. Velkou většinu obsahu katalogu tvoří sekce se stránkami v anglickém jazyce, a proto jsou zvýhodněni uživatelé vzdělaní v anglickém jazyce.

### **3.6 Kde můžeme ODP také najít.**

Adresář ODP pracuje na bázi Open Source, který nabízí zdarma licenci svého obsahu. Každý si může obsah celého katalogu nebo jeho části umístit na své stránky, jedinou povinností je dodržení licenčních podmínek.

Pro příklad, obsah celého adresáře může dnes uživatel najít na stovkách jiných serverů. Mezi ty nejvýznamnější, které mohou být zmíněny jistě patří Google Directory. Dále je to mnoho fulltextových vyhledávačů, jež přebírají obsah ODP jako svůj základ pro

*indexování*<sup>3</sup>. Mezi dané vyhledávače patří i některé české. Jsou to například divoch.net, katalog.aktivnistudium.cz.

Přebírání obsahu ODP se provádí pomocí tzv. *RDF*<sup>4</sup> souboru, což je datový soubor, ve kterém je uložený celý obsah katalogu.

Soubor RDF je aktualizován zpravidla jednou za týden. Záleží však na majiteli příslušné stránky, jak často je ochoten stahovat aktualizace. Google například aktualizuje svůj adresář jednou do měsíce. Z toho vyplývá, že odkaz, který je nově zařazen do ODP se postupně objeví na všech serverech, jež přebírají obsah jeho databáze. Je otázkou četnosti aktualizací dané stránky nebo serveru, kdy se odkaz ukáže i tam.

---

<sup>3</sup> je fáze při které se prochází text ve všech dokumentech a vytváří seznam klíčových termínů, často nazývaný index, korektnější termín je konkordance.

([http://cs.wikipedia.org/wiki/Fulltextov%C3%A9\\_vyhled%C3%A1v%C3%A1n%C3%AD#Indexov.C3.A1n.C3.AD](http://cs.wikipedia.org/wiki/Fulltextov%C3%A9_vyhled%C3%A1v%C3%A1n%C3%AD#Indexov.C3.A1n.C3.AD) dne 16. 11. 2009)

<sup>4</sup> *Resource Description Framework (RDF)*, česky systém popisu zdrojů, je rodina specifikací vypracovaných organizací *World Wide Web Consortium (W3C)*, původně navržených jako model metadat. Používá se jako obecná metoda pro modelování informací v různých syntaxích.

## 4 Redaktoři

Redaktor ODP je člověk, který svou činností pomáhá formovat katalog webových stránek a globálně tak napomáhá jiným uživatelům internetu. Práce redaktora ODP je neplacená a je provozována úplně dobrovolně. Hlavní činností redaktora je třídění a zařazování odkazů do existujících struktur, popřípadě vhodné vytváření nových kategorií, do kterých se příslušné odkazy zařazují. Tato funkce se v ODP nazývá editování kategorií, proto se někdy je možné setkat, s tím, že se redaktorům také říká editoři.

### 4.1 Registrace redaktora

Pokud se obyčejný uživatel internetu chce stát redaktorem ODP a přispět tak ke zdokonalení a přehlednosti katalogu, stačí mu pouze vyplnit registrační formulář.

#### 4.1.1 Registrační formulář

V registračním formuláři uživatel vyplní základní osobní údaje, jako je jméno, příjmení, uživatelské jméno, komunikační jazyk, heslo a email. Důležitá je také kolonka, která se potenciálního redaktora ptá na zkušenosti z dané oblasti a posléze o vysvětlení jeho zájmu editovat požadovanou kategorii.

Na toto vysvětlení je v registračním formuláři kladen největší důraz, protože je důležité, aby nový redaktor měl k dané kategorii určitý vztah, a to zvyšuje pravděpodobnost jeho přijetí za redaktora.

I přesto, že ODP nemá dostatek redaktorů pro všechny své kategorie a podkategorie, zpravidla nepřijímá každého uživatele, který si o funkci editora zažádá. Na konci registračního formuláře je dobré vložit pár odkazů na danou kategorii, kterou chce uživatel editovat a pár odkazů na stránky, o nichž si myslí, že by v jeho kategorii neměly chybět.



### 4.1.2 Úspěšná registrace

O přijetí na post editora ODP se uživatel dozví prostřednictvím e-mailu, kde je ověřena funkčnost jeho emailové adresy. Občas se stává, že e-mail nedorazí, například z důvodu jeho chybného označení jako spamu. V takovémto případě je doporučeno použít jinou adresu, třeba na nějakém freemailu.

Dané potvrzující email by měl být ve stejném jazyce, jako kategorie, o kterou uživatel žádá. Je-li proces registrace úspěšně dokončen, dostane se nový redaktor na takzvaný hlavní panel, kde může provádět veškeré akce spojené s jeho novou funkcí editora.

Na tomto panelu jsou vypsány veškeré kategorie, které redaktor spravuje. Dále se tam nachází odkazy na různé pomocné nástroje a dokumenty, vstup do diskusních fór a občas se tam také objeví informace o jiných zajímavých akcích a systémových doporučeních. Každý redaktor zde samozřejmě může měnit svá nastavení, mezi které mimo jiné patří jméno redaktora, e-mail, časová zóna, používaný jazyk a další.

## 4.2 Funkce redaktora

Při vstupu do své kategorie, může redaktor nalézt celou řadu možností pro její správu. Redaktorovi je umožněno například pozměnit veškeré informace o dané kategorii, vytvořit pro ni *FAQ*<sup>5</sup>. Dále nastavit třídění podkategorií pro určenou kategorii, čímž by se měla stát jeho kategorie mnohem přehlednější a pro běžného uživatele atraktivnější.

Mezi nejdůležitější funkce redaktora bezpodmínečně patří přidávání nových odkazů. Tyto nové odkazy by měl redaktor zadávat především samostatně, ale návrhy na nové odkazy pro zařazení do příslušné kategorie mu budou chodit také od jiných redaktorů nebo přímo od jiných webmasterů.

Je pouze na redaktorovi, zda přidá nový odkaz přímo do své kategorie, nebo jej

pošle do kategorie jiné. Pokud je odkaz zařazen správně a splňuje veškeré podmínky pro zařazení dané směrnicemi ODP, opatří ho redaktor popiskem, a to jen v případě pokud odkaz popisek již neobsahuje nebo popis dané stránky neodpovídá obsahu. Následně je odkaz zveřejněn v katalogu. Pokud však odporuje směrnicím, je odkaz automaticky nezařazen.

Přes veškerou činnost redaktora je kladen hlavní důraz na dodržování směrnic projektu a především na jeho nestrannost a objektivnost při správě odkazů. Jde tedy hlavně o nediskriminování ostatních webmasterů, posuzování všech odkazů stejným způsobem, ať už se jedná o stránku redaktora příslušné kategorie či stránku konkurenční.

### **4.3 Typy redaktorů**

Existuje několik typů redaktorů. Odlišují se různými možnostmi a pravomocemi a rozdělením jejich pracovních činností v ODP.

#### **4.3.1 Category Editors**

Jsou to běžní redaktoři, jejichž pracovní náplní je zařazovat a zpracovávat odkazy v kategorii, kterou si sami zvolili. Odkazy, jež zařazují jsou navrženy Webmastery nebo ostatními redaktory, kterým přišel odkaz do jejich kategorie, ale příliš se jim nehodí. Také sám Category editor může navrhnout a poté zařadit do jím spravované kategorie daný odkaz, ale musí si dát pozor, aby neporušil směrnice katalogu ODP a nezvýhodnil tak svůj odkaz vůči ostatním Webmasterům.

#### **4.3.2 Greenbusters**

Toto oprávnění umožňuje redaktorovi zařadit navržené odkazy do velmi široké oblasti adresáře. Oprávnění Greenbuster dává editorovi možnost rozšířit své schopnosti

---

<sup>5</sup> FAQ (zkratka anglického výrazu *Frequently Asked Questions*, v překladu často kladené dotazy, je dokument obsahující seznam otázek a odpovědí, které se ohledně nějaké problematiky často vyskytují a jsou pro ni

tím, že mu povolí operovat ve velmi široké oblasti adresáře, ve kterých je mu poskytnuta možnost plné editace.

Od Greenbusterů se očekává, že co nejvíce sníží dobu, po kterou se odkaz nachází v kolonce nezařazené. Pomáhají tak ostatním redaktorům v jiných kategoriích zvládnout stále rostoucí počet nových příspěvků.

Greenbusters nemají naopak možnost předělávat seznamy a vytvářet nové kategorie. Také nemohou pozměňovat pořadí priorit nebo jakkoliv měnit jiné funkce, jež by měly vliv na předělávání záznamů.

### **4.3.3 Editall Editors**

Editall Editors jsou v ODP jakýmsi vedoucími nebo manažery. Měli by to být zkušení redaktoři, kteří rozumí pokynům ODP a mají vynikající výsledky editování v různých oblastech adresáře

Jejich funkcemi jsou různé úpravy kdekoli v adresáři, kde jedinou výjimkou jsou vyhrazené prostory. Editall editors vytvářejí nové kategorie.

Při vytváření nové kategorie je důležité, aby Editall Editor pravidelně navštěvoval společné Meta forum, kde by měl sledovat návrhy ostatních redaktorů nebo obyčejných uživatelů. Dále kontroluje případné zneužívání a pochybné praktiky z řad Greenbusterů a Category editorů. Navíc ještě hlídá zda nejsou porušovány směrnice či zvýhodňovány jiné stránky.

### **4.3.4 Edita/Catmw Editors**

funkce těchto redaktorů je stejná jako u Editall editorů, navíc rozšířené o právo Catmw, jež umožňuje přesouvat či přejmenovávat kategorie.

#### **4.3.5 Meta Editors**

Meta editor je nejvyšší úroveň oprávnění, které může editor v Open directory project dosáhnout. Meta Editoři by měli vynikat především vůdčí osobností, nadšením, odbornými znalostmi obecných cílů ODP a jejich přínosem pro společnost. Tento typ editora hraje důležitou roli při dalším růstu ODP pro komunitu.

Hlavním úkolem je vytvořit takové prostředí, ve kterém se rozvíjí kvalitní týmová práce. Rozhoduje o tom, co se bude dít s jeho spravovanou kategorií a všemi jejími podkategoriemi.

Od Meta editorů se očekává, že budou aktivními redaktory a budou pravidelně přispívat do fóra s novými návrhy pro zlepšení katalogu. Musí se ovšem řídit směrnicemi, které jsou stanoveny a platí pro všechny ostatní typy editorů.

#### **4.3.6 Category Moderators**

Category Moderators nebo-li Moderátoři kategorie. Jejich oprávnění je nejnovější v katalogu. Mají povolení na vytváření a vedení specifických komunit a jejich úpravu. Jedná se o jedinečný soubor privilegií, které kombinují možnosti, jež mají Editall a Meta redaktoři, ale rozsah jejich možností je omezen na nejvýše jednu kategorii, a to až na její nejvyšší úroveň.

Úkolem moderátora kategorie je dohlížet na jednotlivé podstupně jím spravované kategorie. Měl by vybírat nové editory a současně se snažit, aby jeho kategorii neopouštěli ti stávající.

Aby toho docílil, musí komunikovat s jednotlivými editory pomocí fóra a zároveň by měl reagovat na jejich podněty o dané kategorii. Měl by to být odborník v oblasti, na níž je jeho kategorie zaměřená.

### 4.3.7 Category Editalls

Je hodně podobný typu Category moderators, ale je obvykle zaměřen na příslušnou jazykovou podkategorii. Například sekce World a jazyková podkategorie jazyk.

### 4.3.8 Administratos

Administrator nebo-li správce je zodpovědný především za řízení hlavních projektů ODP. Má na starost převážně právní záležitosti, otázky *hostingu*<sup>5</sup>, změny ohledně domény dmoz.org, směrnic a softwaru pro úpravu této stránky. Také se stará o marketingové funkce jako *public relation*<sup>6</sup> a vedení zaměstnanců.

Správci mají k dispozici stejné nástroje jako Meta editors, ale navíc mohou ještě zrušit, vrátit nebo odstranit oprávnění Category editalls. Provádí změny na veřejném rozhraní, vytváří a upravují směrnice a další dokumentaci o ODP a v neposlední řadě dohlíží na redakční činnost a řízení kategorií.

Od administrátora se očekává, že se aktivně podílí na fungování skupiny *Admin*<sup>7</sup>, měl by být viditelný v diskusních fórech, dále se od správce očekává, že bude komunikovat profesionálním a objektivním způsobem po celou dobu svého styku s okolím a také bude dodržovat nejvyšší standardy své funkce. Pokud správce delší dobu tyto funkce zanedbává, nebo na ně nemá čas, očekává se od něj, že se privilegia Administrátor vzdá. Pokud se tak nestane, jsou mu automaticky odebrána práva a privilegia spojená s touto funkcí ostatními administrátory.

Každý správce má primární oblast své odpovědnosti. To napomáhá podporovat jeho specializaci a zajistit, aby všechny klíčové oblasti získali nezbytnou pozornost a měly jasná kontaktní místa pro ostatní redaktory. Není však vyloučena jakákoli účast správce

---

<sup>5</sup> je pronájem prostoru pro webové stránky na cizím serveru.

<sup>6</sup> jsou techniky a nástroje, pomocí kterých instituce nebo firma buduje a udržuje vztahy se svým okolím a s veřejností, nahlíží její postoje a snaží se je ovlivňovat.

<sup>7</sup> je osoba, která pravidelně vykonává správu nebo služby.

v jiných činnostech. Záleží na jeho zájmu, času a schopnostech.

Oblasti odpovědnosti se dělí:

\* Technické správy

Práce s pracovníky při řešení otázek provozu a chyby v softwaru a funkce.

Nástroje vyrobené editorem

Řízení o [research.dmoz.org](http://research.dmoz.org) a datových úložišť.

Internacionalizace / lokalizace otázky.

\* Společenství Administrace

Cateditall + propagace a editor aplikace dohledu.

Zneužití zpráv o dohledu.

Práce s meta editory na specifických otázkách a problémů komunity řízení.

Monitorování fór pro eskalaci problémů, atd.

Zajistit, aby komunikace Editorů a uživatelů byla zdvořilá

\* Redakční správa

o dohled nad teorií a praxí.

o dohled nad kvalitou adresáře.

o monitorování iniciativy zaměřené na zlepšení organizaci v adresáři a kvalitě údajů.

\* Marketing / Product Management

o Public Relations.

o dokumentaci na [dmoz.org](http://dmoz.org).

## 5 Webmaster

## **5.1 Kdo je webmaster a jeho zájem být v ODP**

Webmasteři, neboli autoři internetových stránek, jsou partnery redaktorů. Znamená to, že stránky pouze vytvářejí, ale nepřidávají je do katalogu.

Jak už bylo zmíněno, projekt si zakládá na tom, aby nabízel pouze kvalitní stránky a tím pádem by si měl být každý webmaster vědom toho, že stránka, která odporuje směrnícím nebude zařazena. Stejně jako stránka, jež má malou nebo nulovou informační hodnotu.

Navržením stránky nevzniká žádný nárok na zveřejnění daného odkazu. Vše je v kompetenci redaktora, zda příslušnou internetovou stránku uveřejní ve své kategorii.

## **5.2 Navržení stránky**

Pokud má webmaster zájem zveřejnit svoji stránku v ODP a neodporuje-li stránka směrnícím, které pro ODP platí, může vyplnit formulář pro navržení stránky a potom čekat zda se jím zveřejněný odkaz objeví v katalogu.

Po odeslání formuláře z odkazem dojde nejprve k filtrování. Filtrování je prováděno automaticky. Během tohoto procesu se nejprve odstraní stránky, které jsou v ODP zobrazeny vícekrát nebo již zmíněné spamy. Poté, co stránky projdou filtrováním jsou přeposlány přímo redaktorovi dané kategorie.

Redaktor si stránky podrobně prostuduje. Může rozhodnout o případném vyřazení odkazu, a to v případě, že stránka nějakým způsobem odporuje směrnícím nebo není-li stránka dokončena. Pokud má odkaz, který navrhl webmaster slabý informační charakter a pro uživatele ODP by byl bezcenný, je taktéž nezařazen, protože hlavním cílem celého projektu je práce na principu zveřejňování pouze kvalitních odkazů.

Pokud není odkaz zařazen do kategorie navržené webmasterem, neznamená to úplné smazání odkazu z ODP, ale daný návrh na stránku může být přesunut do jiné kategorie. To se stane v případě, že redaktor uznal za vhodné umístit odkaz do jiné kategorie a přeposlal návrh jinému redaktorovi.

V optimálním případě může být daný odkaz zařazen, to se stane pokud ho editor uzná jako vhodný pro zařazení. Před samotným začleněním většinou redaktor změní popis odkazu, aby pravdivě a objektivně vypovídal o jeho příslušném obsahu. Většinou je popis změněn, protože v drtivé většině případů neodpovídá pravdivě o obsahu daného odkazu.

### **5.3 Nezařazené stránky**

Do ODP nebudou zařazeny stránky, které nesplňují směrnice ODP, odkazy které jsou nedodělané, stránky se slabým informačním charakterem.

#### **5.3.1 Deeplinks**

Dále jsou to takzvané deeplinks, to jsou odkazy na podstránky v rámci stránky, která již byla do katalogu navržena nebo dokonce zařazena. Existují však výjimky pro zařazování deeplinksů, ten může být zařazen v tom případě, že má vysokou informační hodnotu a přinese zásadní informace, jenž se jinde velmi těžko hledají. Takový to odkaz lze po uvážení všech redaktorů, zařadit i do více kategorií, pokud splňují informační charakter pro danou kategorii, či podkategorii.

Další typ stránek, jenž nelze do katalogu zařadit jsou Stránky marketingově spřátelených společností. Hlavní důvod tohoto kroku, je neopakující se stránky. V praxi to znamená situaci, kdy výrobce zveřejní na svých stránkách informace o svých výrobcích, nebo službách a distributor daného produktu, či služeb chce zveřejnit duplicitní obsah na svých stránkách. Totéž platí pro shodné, zrcadlící se weby, kdy obsah dvou různých odkazů je zcela totožný.

#### **5.3.2 Nelegální stránky**



Jedná se o stránky s nezákonným obsahem, které jsou zaměřené na zpřístupnění a šíření nelegálních materiálů. Jsou to například stránky obsahující materiály, které porušují práva duševního vlastnictví a obsahují nezákonné činnosti, jako například podvody a násilí. Ve zvláštních případech urážlivé nebo zesměšňující materiály. Patří jsem i stránky, jenž umožňují bezprostřední páčání trestného činu.

ODP je projekt vytvořený v USA a proto jsou směrnice psané podle zákonů ve Spojených státech. Ale stránky odporující zákonům v USA nemusí být v rozporu se zákony jiných zemí. Proto národy mimo území Spojených států mohou usilovat o možnost poskytnout stránky k dispozici uživatelům v jiných zemích.

Hodnocení potenciálu protiprávnosti stránky na daném místě často vyžaduje, aby bylo vše přezkoumáno, zejména v případech porušování autorských práv a ochranných známek.

### **5.3.3 Identické Zrcadla**

Jedná se o stránky se stejným obsahem, ale přístupných z dvou různých adres URL. Jsou případy, kdy se identická zrcadla vytvářejí proto, aby byla zmírněna zátěž na hlavní stránce. Webmaster by měl zjistit původní adresu zařazovaného odkazu, aby jeho odkaz neodporoval pravidlům.

Stanovení původní stránky není vždy zřejmé. V některých případech se původní stránky přesměruje automaticky na zrcadlo, protože je původní strana přetížena. Webmaster by si měl prohlédnout doplňková zrcadla přidružených podniků. Zde jsou uvedeny důležité typy a informace po přesměrování URL adresy.

### **5.3.4 Adult Sites**

Nebo-li stránky pro dospělé, kterým je určena nová kategorie v ODP. Do této sekce se umisťují stránky, označené tagem PICS, mající sexuálně explicitní obsah a jsou nevhodné pro děti. Tato kategorie není přístupná na hlavní stránce ODP, jde o zcela

samostatný adresář mající vlastní komunitu, strukturu a pokyny. Odkazy, které jsou vhodné pro osoby do 18 let mohou být uvedeny v obou seznamech.

### **5.3.5 Co dělat, když odkaz není zařazen.**

Pokud se odkaz, který webmaster navrhl do ODP, v příslušné kategorii neobjevil a webmaster si je jist, že neporušil žádná pravidla, může kontaktovat redaktora, jenž danou kategorii spravuje. V případě, že zde žádný není žádný editor pro danou kategorii vypsán, musí se webmaster podívat o jednu či více kategorií výše. Tyto kategorie bez vypsání redaktora mohou být spravovány redaktorem z takzvané nadkategorie. Je doporučeno použít zdvořilou formu žádosti o vysvětlení. Důležité je však počítat s tím, že redaktor nemá žádnou povinnost na dotaz odpovědět. A právě to je jeden z nejčastějších omylů, kterých se webmasteri dopouštějí. Stručně řečeno webmaster nemusí svou stránku posílat do ODP a v katalogu ji nemusí zveřejnit, a dokonce není nucen ani reagovat na e-maily. Jedná se o čistě soukromý systém, jenž se řídí vlastními pravidly, která by se měla respektovat.

Pokud se webmaster cítí poškozen, může kontaktovat jiného redaktora majícího pravomoc ovlivnit dění v příslušné kategorii.

### 5.3.6 Výběr správné sekce pro odkaz.

Výběr správné sekce do které má být odkaz zařazen je důležitý nejenom proto, že usnadní redaktorovi práci, ale také ukáže editorovi, že webmaster rozumí podstatě svého odkazu a tím spíše se stránka zveřejní v katalogu.

Webmaster má nejprve na výběr jazyk ve kterém chce svoje stránky zveřejnit, nejvíce stránek je na ODP v angličtině, ale webmaster je může zveřejnit i v jiných jazycích a to i v češtině.

Když si webmaster nevybere ani jednu z těchto možností, naskytne se mu třetí možnost pro zařazení jeho odkazu do sekce ostatní stránky. Zde jsou na výběr stránky regionálně zaměřené, do toho typu stránek, budou především zařazeny odkazy zabývajících se jakýmkoli způsobem regionem. Tyto odkazy informují především o zaměření, důležité informace, nebo o sídlech firmy v dané lokalitě. Druhý typ stránek jsou tématické kategorie, zde se shromažďují odkazy informující především o obecných věcech, bez vztahu k jakékoli určité oblasti. Jsou důležité každému, bez ohledu na to zda bydlí v Praze, Brně nebo Olomouci. Jsou odkazy, jenž je možné zařadit jak do tématických tak i do regionálních kategorií. Například výrobce automobilů, i když firma sídlí jen v jednom regionu. Co rozhodně nepatří do tématické kategorie jsou například nějaké restaurace.

Společnost zabývající se komplexním vývojem www stránek a aplikací se sídlem v Brně, nabízející své služby v ČR i v zahraničí, stránky v angličtině, češtině a slovenštině.

Česká část stránek s českými popisky může být navrhnutá k zařazení v *World/Česky/Počítače/Internet/Tvorba\_a\_vývoj\_stránek/Komerční\_tvorba/Komplexní\_služby*  
*World/Česky/Regiony/Evropa/Česká\_republika/Kraje/Jihomoravský/Brno.*

Anglická část stránek s anglickými popisky může být navržena k zařazení v:  
*Computers/Internet/Web\_Design\_and\_Development/Designers/Full\_Service  
Regional/Europe/Czech\_Republic/Regions/South\_Moravia/Brno*

Slovenská část stránek se slovenskými popisky může být navržena k zařazení v:  
*World/Slovensky/Počítače/Internet/Tvorba\_stránok/Komerčná\_tvorba/Komplexné\_služby  
World/Slovensky/Regionálne/Európa*

Příklad 2:

Restaurace v Karlštejně, stránky v češtině a angličtině:

Česká část stránek s českým popiskem může být navržena k zařazení v:  
*World/Česky/Regiony/Evropa/Česká\_republika/Kraje/Středočeský/Berounsko/Obchod\_a\_sl  
užby/Restaurace\_a\_bary*

Anglická část stránek s anglickým popiskem může být navržena k zařazení v:  
*Regional/Europe/Czech\_Republic/Regions/Central\_Bohemia/Karlstejn*

Pro webmastera je velmi důležité uvědomit si, že s postupným přidáváním odkazů dochází k přejmenování a reorganizaci současných kategorií a vytváření nových podkategorií. V případech uvedené kategorie již nemusí existovat tak jak jsou uvedeny. To znamená, že buď mohou být přejmenovány, nebo mohla být vytvořena lepší struktura kategorií a tam mohou být uvedeny konkrétnější podkategorie, které v době psaní a zařazování stránky nemusely ještě existovat.

## **5.4 Výběr kategorie**

Po výběru sekce katalogu je nutné vybrat konkrétní kategorii do které bude odkaz zařazen. Konkrétnější kategorie nalezne webmaster, tím že bude postupně listovat v adresáři katalogu od obecných kategorií ke konkrétnějším.

Při hledání dané kategorie a podkategorie mohou pomoci takzvané *popisky kategorie*. V nich je podrobně popsáno jaké stránky do této kategorie nebo podkategorie

patří. Pokud existují v nějaké kategorii i podkategorie vypíše se popis pro kategorii, ale rovnou i pro podkategorii, aby se webmasterovi i jinému redaktorovi konkrétní kategorie hledala lépe. Webmasterovi je doporučeno, aby se podle popisů orientoval, protože pokud jsou k dispozici, snaží se je redaktoři dané kategorie doplnit, aby byly u všech kategorií i podkategorií.

Popisky kategorií, popřípadě i podkategorií se zobrazí kliknutím na položku INFORMACE, v anglické sekci DESCRIPTION, nacházející se v první horní části stránky.

Při výběru konkrétnější kategorie může webmaster použít i funkci pro vyhledávání. Do okénka pro vyhledávání se napíše nějaké klíčové slovo, jenž by mělo odpovídat dané stránce. Tímto způsobem se dá zjistit v jakých kategoriích jsou zařazeny stránky podobného obsahu. U nalezených kategorií je však důležité si ověřit, zda do nich opravdu navrhovaná stránka patří, to znamená si ověřit popis příslušné kategorie a jí nadřazených kategorií.

Pokud je však navrhovaná stránka zaměřena konkrétněji a patří do odpovídající podkategorie, je dobré ji umístit zpravidla hlouběji do struktury. Pro webmastera spočívá výhoda v tom, že když je jeho stránka umístěna hlouběji ve struktuře, snáze ji najdou ti co opravdu hledají. Když je stránka v rámci jednoho tématu zaměřena obecně, nebo na více konkrétnějších problémech, je možné ji navrhnout do obecnější kategorie, v případě že existuje. Velmi podobný princip platí i v regionálních kategoriích. Například, když je stránka zaměřena na větší území v rámci jednoho regionu, je možné ji navrhnout do příslušné kategorie a nikoli podkategorií.

V případě, že se stránka věnuje jen jednomu hlavnímu tématu, ale nabízí více konkrétních věcí a obecnější kategorie, jenž by je všechny zahrnovala neexistuje, potom bude nutné odkaz navrhnout pouze do jedné z dostupných kategorií, kterým obsah stránek odpovídá. Výběr je na webmasterovi, ten zvolí tu kategorii, jejíž zaměření na dané stránce převládá, i když stránka odpovídá více kategoriím v rámci jednoho tématu. Například společnost nabízející služby v oblasti internetu, by měla být zařazena do kategorií tvorba a vývoj stránek, webhosting a domény a právě z těchto se vybere jen jedna kategorie a do popisku se uvedou i další nabízené služby a do dalších kategorií se už

stránka navrhovat nebude. V případě, že je stránka zaměřená na více témat, se může navrhnout do příslušných podkategorií.

Výběr kategorie by se měl provést co nejpřesněji. Pokud se není webmaster jistý, může se dotázat na daný problém v diskusi. Pokud třeba chybí v adresáři kategorie pro navrhovanou stránku a zároveň existuje více podobně zaměřených odkazů, může webmaster opět využít diskusi.

Volbou správné podkategorie se výrazně sníží doba na případné zařazení navrhovaného odkazu.

#### **5.4.1 Navržení odkazu URL**

V okamžiku, kdy bude mít webmaster zvolenou kategorii, zvolí odkaz Navrhnout URL( *celým názvem Uniform Resource Locator („jednotný lokátor zdrojů“)* je řetězec znaků s definovanou strukturou, který slouží k přesné specifikaci umístění zdrojů informací (ve smyslu dokument nebo služba) na Internetu. Zdroj wikipedia.) V anglické části katalogu suggest URL. Poté se vyplní formulář pro navržení odkazu. Na tuto činnost by měla být kladena stejná pečlivost, jako při vybírání kategorie. Důvod je stejný, jako u volby kategorie, v případě, že bude vyplněn nevhodně, bude muset údaje přepracovat redaktor, což opět zpozdí zařazení navrhovaného odkazu.

## **5.5 Adresa stránek URL**

Má-li odkaz více možných adres, například více domén na jednu stránku, je dobré navrhnout pouze jednu adresu a to pokud možno tu původní.

Do adresy není dobré zahrnovat označení typu index.html, index.htm, index.php a default.asp a podobné pokud to není nutné.

Pokud adresa nekončí přímo jménem daného souboru, je nutné uvádět koncové lomítko. Např *http://www.divadlosklep.cz/sklep/*.

Dále se nesmí používat adresy, které přesměrovávají na navrhované stránky, webmaster musí používat přímo adresu, i v případě že je adresa moc dlouhá. Viz směrnice.

### **5.5.1 Titulek**

Titulek je čistě název navrhovaného odkazu případně společnosti, nesmí v něm být nic jiného než oficiální název dané stránky. Příklad: Geoweb – geologický informační server. Při psaní titulku by se neměla používat velká písmena a znaky, pokud tedy nejsou součástí obchodního jména.

### **5.5.2 Popisek**

Popisek by měl v sobě zahrnovat předmět stránek a to co obsahují. Tím udává větší přehled o zaměření a obsahu stránek. V popisku je podle směrnic zakázáno používat reklamní styl, stejně tak se nedovoluje uvádět první osobu čísla jednotného, či množného. V praxi to znamená, žádné popisky typu: Nabízíme zájezdy na Kanárské ostrovy, správný popisek je : Nabídka zájezdů na Kanárské ostrovy.

V popisku by neměl webmaster opakovat nic, co napsal do titulku v názvu kategorie, do které stránku zařadil.

### 5.5.3 Slova kterým by se měl webmaster vyhnout

Nejčastější slova, která se používají v popiscích a titulcích katalogu a přitom jsou směrnicemi ODP zakázány jsou například "naše", "Vás", "Vám", "skvělé ceny", "atd.", "a mnoho dalšího", "a více". Těmto slovům se musí webmaster vyhnout. Pro příklad „Přinášíme vám naše čtyřicetidenní putování po Brazílii a mnoho dalšího“. Místo toho je vhodnější použít spojení : “Čtyřicetidenní putování po Brazílii“.

Každý popisek se zakončuje tečkou a případě výčtu mezi poslední a předposlední položkou je nutno použít spojku a nikoli čárku. Dále do popisku nepatří popis klíčových slov a měl by být tvořen větou, nebo několika větami.

V případě, že se webmaster bude držet výše uvedených rad a doporučení, bude jeho odkaz zařazen až několikanásobně rychleji. Dále se webmaster nesmí snažit prosadit svou vyhovující kategorii, titulek a popis, ale musí vybrat kategorii kam jeho odkaz patří a do titulku napsat oficiální název stránky a vyplnit objektivní popis, jenž dává informace co opravdu stránky nabízí. Pokud se tento postup nedodrží bude titulek a popisek okamžitě změněn, protože cílem ODP je budovat kvalitní katalog užitečný uživatelům internetu. Když má redaktor ve své kategorii více návrhů na zařazení do katalogu, bude se nejprve věnovat těm, s kterými bude mít méně práce.

Když už má webmaster svojí stránku v katalogu již zařazenou v katalogu, může ji změnit, pokud nalistuje příslušnou kategorii katalogu a použije odkaz Změnit URL a pak upraví údaje o odkazu. Samozřejmě tato úprava bude zaslána editorům ke schválení.



## 6 Závěr

Prostudováním všech dostupných elektronických a tištěných zdrojů a jejich porovnáním jsem odpověděl na všechny problémy, jenž byly představeny v úvodu. Veškerou problematiku jsem se snažil co nejpřesněji popsat a vysvětlit technické termíny, které toto téma obnáší a tím objasnit všem čtenářům o čem Open directory project je a jaké skýtá možnosti.

Také při hledání informací jsem pracoval s Open directory project a moje osobní zkušenost jen potrhuje kladné ohlasy všech uživatelů. Databáze projektu se stále rozšiřuje a přibývá uživatelů internetu, kteří využívají jejích služeb. Do budoucna by se mohl splnit původní záměr tvůrců a to, vytvořit největší a nejkvalitnější databázi internetových stránek na světě.

## 7 Seznam použitých zdrojů

BENKLER, Yochai. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press 2006, 528str., ISBN 0300110561

DVORAK, John C., PIRILLO, Chris., TAYLOR, Wendy. *Online! The Book*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall 2003, 720 str., Print ISBN-10: 0-13-142363-0

KENT, Peter. *Search Engine Optimization for Dummies. 3rd edition*. New York: Wiley, John & Sons, Incorporated 2008, 408 str., ISBN-13: 9780470262702

BOJAR, Ondřej. Nový chodníček v bažině: Open Directory [online]. Vystaveno 6.12.1999. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/novy-chodnicek-v-bazine-open-directory/>

Kolektiv autorů. Open Directory project [online]. Dostupné z: <http://dmoz.wz.cz/index.php>

MIŽOCH, Lukáš. Open Directory Project neboli DMOZ [online]. Vystaveno 11.12.2003. Dostupné z: <http://interval.cz/clanky/open-directory-project-neboli-dmoz/>