1 Obsah

1 OBSAH 1

SHRNUTÍ 3

1.1 DOSTUPNOST A PŘEHLEDNOST NEJDŮLEŽITĚJŠÍCH INFORMACÍ 3
1.2 PROPAGACE STRANY A VOLEBNÍCH LÍDRŮ NA INTERNETU 3
1.3 ZAHRNUTÍ INTERNETU DO PŘEDVOLEBNÍ KOMUNIKACE 4
1.4 BEZBARIÉROVÁ PŘÍSTUPNOST 4
1.5 CELKOVÉ HODNOCENÍ WEBŮ 5

2 ÚČEL A ZAMĚŘENÍ STUDIE 6

2.1 DŮLEŽITOST WEBU 6
2.2 ZAMĚŘENÍ STUDIE 6
2.3 ČASOVÉ ZAŘAZENÍ STUDIE 7

3 DOSTUPNOST A PŘEHLEDNOST NEJDŮLEŽITĚJŠÍCH INFORMACÍ 8

3.1 UŽIVATELSKÉ SCÉNÁŘE 8
3.1.1 Testované scénáře 8
3.1.2 Scénář č. 1 – nalezení volebního programu a porozumění jeho struktuře 8
3.1.2.1 ČSSD 8
3.1.2.1.1 www.cssd.cz 9
3.1.2.1.2 www.volbycr.cz 9
3.1.2.2 KDU-ČSL 9
3.1.2.3 KSČM 10
3.1.2.4 ODS 10
3.1.2.5 Strana zelených 11
3.1.3 Scénář č. 2 – zjištění informací o krajských lídrech 11
3.1.3.1 ČSSD 11
3.1.3.1.1 www.cssd.cz 11
3.1.3.1.2 www.volbycr.cz 11
3.1.3.2 KDU-ČSL 12
3.1.3.3 KSČM 12
3.1.3.4 ODS 12
3.1.3.5 Strana zelených 13
3.1.4 Scénář č. 3 – nalezení kalendáře akcí 13
3.1.4.1 ČSSD 13
3.1.4.1.1 www.cssd.cz 13
3.1.4.1.2 www.volbycr.cz 14
3.1.4.2 KDU-ČSL 14
3.1.4.3 KSČM 14
3.1.4.4 ODS 14
3.1.4.5 Strana zelených 15
3.2 ÚVODNÍ STRÁNKA 15
3.2.1 ČSSD 15
3.2.2 KDU-ČSL 16
3.2.3 KSČM 16
3.2.4 ODS 17
3.2.5 Strana zelených 17
3.3 CELKOVÉ ZHODNOCENÍ 17

4 PROPAGACE STRANY A VOLEBNÍCH LÍDRŮ NA INTERNETU 19

4.1 VIDITELNOST WEBU VE VYHLEDÁVAČÍCH 19
4.1.1 Co jsme ve vyhledávačích ověřovali 19
4.1.1.1 ČSSD 19
4.1.1.2 KDU-ČSL 20
4.1.1.3 KSČM 21
4.1.1.4 ODS 21
4.1.1.5 Strana zelených 21
4.2 PLACENÁ REKLAMA VE VYHLEDÁVAČÍCH 21
4.3 PŘIZPŮSOBENÍ WEBŮ VOLBÁM 22

4.3.1.1 ČSSD ... 22
4.3.1.2 KDU-ČSL ... 22
4.3.1.3 KSČM ... 22
4.3.1.4 ODS ... 23
4.3.1.5 Strana zelených ... 23
4.4 AKTIVNÍ ZÁJEM OBČANŮ O VOLBY, POLITICKÉ STRANY A JEJICH LÍDRY ... 23
4.4.1 Počet hledání politických stran a lídrů ve vyhledávači Google ... 23
4.4.2 Počet stránek píšících o lídrech ve vyhledávači Google ... 24
4.5 CELKOVÉ ZHODNOCENÍ ... 24

5 ZAHRNUTÍ INTERNETU DO PŘEDVOLEBNÍ KOMUNIKACE ... 26

5.1 OUTDOOR REKLAMA A JEJÍ PROPOJENÍ S INTERNETEM ... 26
5.1.1 ČSSD ... 26
5.1.1.1 www.cssd.cz ... 27
5.1.1.2 www.volbycr.cz ... 28
5.1.2 KDU-ČSL ... 29
5.1.3 KSČM ... 29
5.1.4 ODS ... 30
5.1.5 Strana zelených ... 31
5.2 REAKCE NA E-MAIL ... 32
5.3 CELKOVÉ ZHODNOCENÍ ... 33

6 BEZBARIÉROVÁ PŘÍSTUPNOST ... 34

6.1 DOSTUPNOST A ČITELNOST OBSAHU WEBOVÝCH STRÁNEK ... 34
6.1.1 ČSSD ... 34
6.1.2 KDU-ČSL ... 35
6.1.3 KSČM ... 35
6.1.4 ODS ... 35
6.1.5 Strana zelených ... 36
6.2 ZŘETELNOST A NÁVODNOST ODKAZŮ ... 36
6.2.1 ČSSD ... 36
6.2.2 KDU-ČSL ... 36
6.2.3 KSČM ... 36
6.2.4 ODS ... 37
6.2.5 Strana zelených ... 37
6.3 TECHNICKÁ ZPŮSOBILOST KÓDU A SPRÁVNÉ VYZNAČOVÁNÍ STRUKTURY DOKUMENTU ... 37
6.3.1 ČSSD ... 37
6.3.2 KDU-ČSL ... 37
6.3.3 KSČM ... 37
6.3.4 ODS ... 37
6.3.5 Strana zelených ... 37
6.4 CELKOVÉ ZHODNOCENÍ ... 38

Shrnutí

Webové stránky politických stran jsou důležitou součástí marketingové komunikace, která je veřejnosti viditelná především v období volební kampaně. Celková kvalita zpracování webu a nabízených informací může ovlivnit smýšlení návštěvníků webu – voličů. Webové prezentace politických stran jsou již ze své podstaty určené nejširší veřejnosti. Předpokladem pro celkovou úspěšnost webu je dobré zvládnutí několika základních faktorů, kterými jsou především:

(1) Dostupnost a přehlednost nejdůležitějších informací (použitelnost webu)
(2) Propagace strany a volebních lídrů na internetu (internetový marketing)
(3) Zahrnutí internetu do předvolební komunikace
(4) Bezbariérová přístupnost

V rámci studie byly z pohledu všech výše uvedených faktorů analyzovány weby 5 politických stran, které mají podle posledních průzkumů veřejného mínění nejvyšší šance, že jejich zástupci budou zvoleni do PS ČR.

Na více než třiceti stranách se studie detailně věnuje jednotlivým faktorům. Pro větší přehlednost a srozumitelnost je text doplněn 30 screenshoty a 5 hodnotícími tabulkami.

1.1 Dostupnost a přehlednost nejdůležitějších informací

Dostupnost a přehlednost nejdůležitějších informací na webech politických stran velice úzce souvisí s použitelností (ergonomií) webů. Ta určuje, do jaké míry je uživatel schopen web ovládat, jak dobře se na webu orientuje.

Pro analýzu použitelnosti webu byla použita metoda uživatelských scénářů, tedy zhodnocení snadnosti dosažení typických uživatelských cílů. Vzhledem k důrazu kladenému na volby do PS ČR jsme zvolili následující scénáře:

- Nalezení volebního programu strany a porozumění jeho struktuře.
- Zjištění základních informací o jednotlivých krajských lídrech.
- Nalezení údajů o nejbližších akcích konaných politickou stranou.

Kritické nedostatky byly objeveny především v oblasti informací o krajských lídrech, kde 3 z 5 pěti sledovaných webů byly označeny jako nevyhovující a zbývající 2 jako nedostačující! U 40% stránek byly vypozorovány částečné nedostatky i v oblasti nalezitelnosti volebních programů. Kalendář akcí je dobře dostupný na všech sledovaných webech, avšak **pouze na úvodní stránce Strany zelených nebyly nalezeny výraznější chyby. Titulní stránky ostatních politických stran obsahují hrubé chyby negativně působící na dostupnost hledaných informací!**

1.2 Propagace strany a volebních lídrů na internetu

Internet skrývá obrovský potenciál pro předvolební kampaň nejen proto, že jeho uživateli je velká část populace, ale také proto, že na rozdíl od většiny ostatních forem reklamy může přímo a z pohodlí domova občanovi poskytnout veškeré informace potřebné pro jeho rozhodnutí.

Co jsme sledovali?

- Viditelnost webu strany při vyhledávání jejího názvu.
- Viditelnost webu strany nebo osobní stránky politika při vyhledávání lídra strany.
- Viditelnost webu strany při vyhledávání volebního programu a dalších informací.
- Využití placené reklama ve vyhledávačích.
- Přizpůsobení webu volbám.
- Zájem občanů o volby – počet hledání politických stran a stránek píšících o lídrech

Viditelnost webů politických stran ve vyhledávačích je velmi špatná. Konkrétní informace nalézající se na webech jsou pro občany velmi obtížně nalezitelné. Zcela **nepochopitelné pochybení pak nastává u webů ČSSD a KDU-ČSL**, kterým ve výsledcích vyhledávání vycházejí lépe stránky vztahující se k minulým volbám. Strany nevyužívají možností placené reklamy ve vyhledávačích, **z pěti stran byly za využití placené reklamy ve vyhledávačích 4 strany ohodnoceny nulovým počtem bodů**.

Všechny strany, kromě KDU-ČSL, důležitost webu v předvolebním období zohlednily, nicméně ne vždy vhodným způsobem. **Lídr ČSSD, Jiří Paroubek, zase přitahuje největší pozornost veřejnosti**. Právě na jeho konto bylo vyrobeno několik webů, které o něm rozhodně nepřináší lichotivé informace. V prostředí vyhledávačů je jednoznačně nejhledanější osobou.

1.3 Zahrnutí internetu do předvolební komunikace

Nejviditelnější součástí předvolební kampaně je především outdoor reklama (billboardy, plakáty). Volič by měl z tohoto komunikačního kanálu odkazován na zdroj informací, který doplní a rozšíří jeho povědomí nejen o vlastní politické starně, ale především o jejím programu.

Analyzovali jsme návaznost hesel a informací uvedených v tištěných inzerátech (billboardy, plakáty, tisková reklama) na web strany a reakci na dotaz zaslaný prostřednictvím e-mailu.

Analýza odhalila, že **propojení komunikačních kanálů outdoorové reklamy a internetu je dostatečné pouze u ODS a ČSSD**, přičemž ČSSD nedostatečně využívá potenciálu speciální stránky věnované pouze volbám. Kritické nedostatky v provázání těchto marketingových kanálů byly zjištěny na webech KDU-ČSL a Strany zelených. **Výrazné nedostatky však byly zjištěny především u e-mailové komunikace jednotlivých stran s voličem.** Jediná strana která na e-mailový dotaz odpověděla v přípustném časovém horizontu byla ČSSD. **Protipólem je Strana zelených jíž e-mail nebyl vůbec doručen kvůli nefunkčnosti adresy uvedené v oficiálních kontaktech.**

1.4 Bezbariérová přístupnost

Přístupný web lze definovat jako web, který mohou stejným způsobem vnímat návštěvníci bez ohledu na jejich dočasná či trvalá zdravotní omezení, technické vybavení, znalosti a dovednosti. Hlavní myšlenkou je, že veškeré informace dostupné pro návštěvníky bez jakéhokoli typu omezení jsou dostupné i pro každého jiného návštěvníka webu.

Pro hodnocení přístupnosti v naší studii jsme vybrali tři následující kritéria:

- Dostupnost a čitelnost obsahu webových stránek.
- Zřetelnost a návodnost odkazů.
- Technická způsobilost kódu a správné vyznačování struktury dokumentu.

Weby politických stran mají s přístupností většinou potíže. **Závažné chyby nebyly nalezeny pouze na webech ČSSD a KSČM.**

1.5 Celkové hodnocení webů

Následující tabulka celkově shrnuje kvalitu webů jednotlivých politických stran z pohledu zkoumaných faktorů.

Politická strana	Použitelnost celkem	Propagace webu celkem	Provázanost marketingu celkem	Přístupnost webu celkem	Celkem
ČSSD	**21**	**13**	**18**	**25**	**77**
ODS	**29**	**18**	**11**	**16**	**74**
KSČM	**27**	**13**	**7**	**26**	**73**
Strana zelených	**30**	**12**	**1**	**17**	**60**
KDU-ČSL	**22**	**8**	**4**	**7**	**41**

Tab. 1: *Celkové bodové hodnocení sledovaných webů.*

Ve výsledném hodnocení vítězí ČSSD již velmi těsně následují ODS a KSČM. Přibližně uprostřed spektra se nachází Strana zelených (která si velmi dobře vedla v kategorii *Použitelnost*, ale v dalších byly její výsledky podprůměrné. Úplný propad zaznamenala KDU-ČSL.

2 Účel a zaměření studie

Hlavním smyslem této studie je zpracovat kritické **zhodnocení webů největších politických stran**, u kterých existuje, podle průzkumů veřejného mínění, největší šance, že jejich zástupci budou zvoleni do poslanecké sněmovny. Analýze byly tedy podrobeny weby následujících politických stran:

- **ČSSD** (Česká strana sociálně demokratická)
- **KDU-ČSL** (Křesťanská a demokratická unie – čs. strana lidová)
- **KSČM** (Komunistická strana Čech a Moravy)
- **ODS** (Občanská demokratická strana)
- **Strana zelených**

Cílem je především vzájemně porovnat weby vybraných politických stran a zhodnotit kvalitu jejich řešení z pohledu typického návštěvníka tohoto typu webu – voliče. Celá analýza je založena na odděleném hodnocení klíčový faktorů, které jsou určující pro celkovou kvalitu webu.

V rámci celé studie je největší důraz kladen především na aktuálně nejdůležitější politické téma – tedy červnové volby do poslanecké sněmovny. Do celkového hodnocení je výrazným způsobem promítnuto, jakým způsobem weby jednotlivých politických stran tuto skutečnost odrážejí.

2.1 Důležitost webu

Webové stránky by měly představovat jeden z hlavních pilířů marketingové komunikace politické strany. Hlavním důvodem je skutečnost, že webové stránky jsou relativně nenákladnou a z tohoto důvodu velmi často využívanou cestou, jak občané získávají základní informace týkající se jednotlivých politických stran. To ve spojení se stále rostoucím počtem uživatelů internetu (podle Českého statistického úřadu **má zkušenosti s internetem 37 % občanů ČR starších 15 let**) představuje hlavní důvod pro věnování patřičného úsilí zpracování webu. S tím souvisí především dostupnost kvalitních, úplných a aktuálních informací na webu politické strany a přehlednost jejich prezentace.

2.2 Zaměření studie

V rámci studie jsou detailně analyzovány následující aspekty:

- **Dostupnost a přehlednost nejdůležitějších informací (použitelnost)** – je bezesporu klíčovou vlastností webu. Pokud není občan v předvolebním období schopen snadno a rychle najít volební program strany, jméno a další informace o volebním lídrovi strany ve svém kraji či kalendář veřejně přístupných akcí, je to jasný indikátor problémů webu.
- **Propagace strany a volebních lídrů na internetu (internetový marketing)** – významnými zdroji návštěvnosti webu jsou v dnešní době i vyhledávače. V případě, že se v předvolebním období po zadání názvu strany či jména některého z volebních lídrů nezobrazí ve vyhledávači na první stránce výsledků vyhledávání odkaz na oficiální stranický web, signalizuje to výrazné slabiny v řešení internetového marketingu.

- **Zahrnutí internetu do předvolební komunikace** – jak již bylo zmíněno, web je jednou z klíčových součástí marketingové komunikace politické strany. Jednotlivé komunikační kanály však nesmí fungovat odděleně bez vzájemných vazeb, ale musí se navzájem vhodně doplňovat. V případě, že se občan na billboardech nebo na infolince dozví něco jiného, než je uveřejněno na webu, pak jsou ve vzájemném provázání komunikačních a informačních kanálů vážné nedostatky.
- **Bezbariérová přístupnost** – špatná přístupnost webu neovlivňuje pouze hendikepované uživatele webu, ale například také uživatele využívající pro přístup k internetu moderní komunikační zařízení, jako jsou mobilní telefony, PDA, notebooky atp.

2.3 Časové zařazení studie

Analýza webů byla zpracována na konci měsíce dubna 2006, proto mohou některé zjištěné skutečnosti pozbýt platnosti v případě, že by na některém ze sledovaných webů proběhl redesign či úprava obsahu webu. Vzhledem k tomu, že termín voleb je naplánován na začátek měsíce června, dá se předpokládat, že se toto aktuální politické téma bude na webech patřičným způsobem odrážet.

3 Dostupnost a přehlednost nejdůležitějších informací

Dostupnost a přehlednost nejdůležitějších informací na webech politických stran velice úzce souvisí s použitelností (ergonomií) webů. Ta určuje, do jaké míry je uživatel schopen web ovládat, jak dobře se na webu orientuje a jaký je celkový uživatelský prožitek z používání webu. Důležitým prvkem pro dobrou použitelnost webů je také srozumitelnost prezentovaných informací.

Vzhledem k tomu, že zaměření celé studie je úzce spjato s blížícími se volbami, budeme se v rámci této části věnovat především analýze prvků, které z pohledu občana obsahují klíčové předvolební informace. Pozornost tedy bude věnována především volebnímu programu, informacím o krajských lídrech a kalendáři akcí. V případě, že občan není schopen na webu politické strany snadno a rychle najít volební program, je to jasný indikátor problémů s použitelností webu. Stejně tak, pokud se nedozví základní informace o svém krajském lídrovi dané politické strany.

Nejnavštěvovanější stránkou webu jakékoli politické strany je s velkou pravděpodobností úvodní stránka. Z tohoto důvodu je její využití dalším klíčovým faktorem pro rychlou a snadnou dostupnost informací, které občané na webu hledají. Úvodní stránka by měla odrážet aktuální dění ve společnosti – volby. Dále by měla obsahovat zřetelně umístěné přímé odkazy na nejdůležitější části a sekce webu a v neposlední řadě by měla vhodným způsobem doplňovat, stejně jako celý web, další komunikační kanály, které politická strana směrem k veřejnosti využívá – zejména pak outdoor propagační materiály v podobě billboardů a plakátů.

3.1 Uživatelské scénáře

Jednou z metod určení míry použitelnosti webu je vytvoření uživatelských scénářů. Prvním krokem je definování typických cílů, které chce vybraná cílová skupina uživatelů (v tomto případě je to široká veřejnost) na webu dosahovat. Následuje důkladná analýza cest k dosažení těchto cílů a nalezení problematických míst z pohledu uživatele.

3.1.1 Testované scénáře

Na základě analýzy potřeb občanů byly definovány 3 typické uživatelské scénáře, kterým na webu politických stran denně čelí stovky občanů. Jedná se o následující scénáře:

(1) Nalezení volebního programu strany a porozumění jeho struktuře.
(2) Zjištění základních informací o jednotlivých krajských lídrech.
(3) Nalezení údajů o nejbližších akcích konaných politickou stranou.

3.1.2 Scénář č. 1 – nalezení volebního programu a porozumění jeho struktuře

3.1.2.1 ČSSD

ČSSD k příležitosti voleb připravila web www.volbycr.cz. Z důvodu jeho nedostatečné propagace na oficiálním webu strany může mnoha občanům zůstat jeho existence zcela utajena. Tento nedostatek umocňuje fakt, že z billboardů jsou odkazovány pouze oficiální

webové stránky strany. Z tohoto důvodu budeme v rámci analýzy jednotlivých scénářů hodnotit oficiální web strany a web věnovaný přímo volbám odděleně.

V tomto ohledu je třeba si uvědomit, že například volební program a kandidátka je dostupná jak na oficiálním webu, tak i na speciálnímu volebnímu webu. Pokud uživatelé najdou informace na oficiálním webu, nebudou předpokládat, že jinde může být tento typ informací prezentován kvalitněji v přehlednější formě.

3.1.2.1.1 www.cssd.cz

Zásadním nedostatkem prezentace volebního programu na webu ČSSD je jeho dostupnost pouze ve formátu PDF. Vzhledem k tomu, že volební program před volbami představuje klíčový prvek, měl by být dostupný i přímo ve formátu HTML.

Odkaz na volební program je umístěn v rámci rozbalovacího menu *„Dokumenty strany“* v globální navigaci. Toto umístění je intuitivní, ovšem vzhledem k důležitosti tohoto dokumentu by lépe odpovídalo umístění odkazu přímo na první úroveň globální navigace. Mimo to je odkaz dále umístěn přímo na úvodní stránce jako aktualita – toto umístění ovšem není pro uživatele dostatečně intuitivní.

Neinformování uživatele předem o skutečnosti, že odkaz vede na dokument ve formátu PDF, negativně ovlivňuje orientaci uživatele na webu. Dalším vhodným doplněním by bylo mimo uvedení formátu odkazovaného dokumentu také uvedení datové velikosti dokumentu.

3.1.2.1.2 www.volbycr.cz

Na webu, který je věnován speciálně volbám, je odkaz na volební program díky umístění do globální navigace webu z pohledu voliče intuitivně nalezitelný. K tomu přispívá i na první pohled srozumitelné označení odkazu „Volební program“.

Orientace uživatele na webu je negativně ovlivněna dvěma hlavními faktory – nedostatečným odlišováním odkazů od okolního textu a nevyužitím prvků, které by návštěvníkovi pomohly identifikovat jeho aktuální pozici v rámci struktury webu. Co se týče prvků, které by pomohly uživatelům identifikovat jejich pozici ve struktuře webu, bylo by možné v tomto případě využít například drobečkovou navigaci, která by pro web s podobnou strukturou měla být samozřejmostí. Lepší orientaci by prospělo i uvádění hlavního nadpisu pro jednotlivé stránky webu.

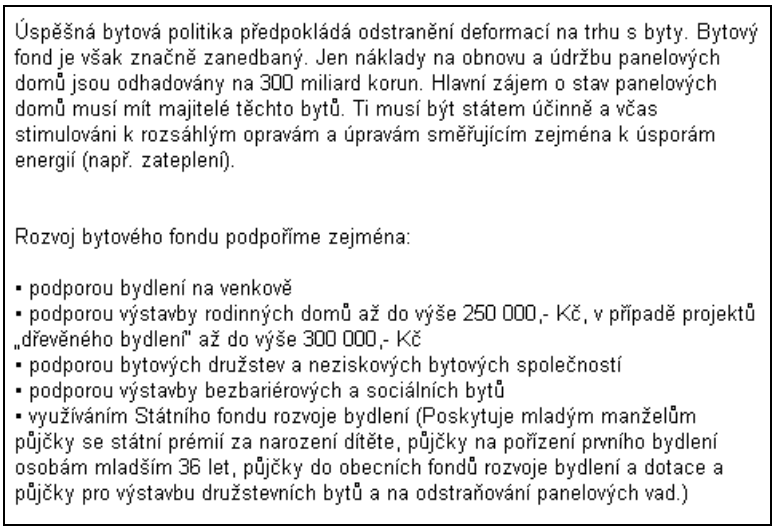
Vlastní prezentace volebního programu je dostatečně přehledná a srozumitelná. Oproti oficiálnímu webu strany chybí odkaz na PDF verzi volebního programu, která je vhodnější například pro tiskový výstup.

3.1.2.2 KDU-ČSL

Odkaz na volební program strany je umístěn v samostatném bloku globální navigace *„Volby v roce 2006“*. Vzhledem k tomu, že podobných samostatných bloků s globální navigací je na webu mnoho, tak blok *„Volby v roce 2006“*, který v dané době patří mezi nejdůležitější, není vizuálně dostatečně výrazný.

Vlastní prezentace obsahu volebního programu je díky nedostatečnému strukturování textu a jeho grafické úpravě nedostatečně přehledná. To ve svém důsledku ovlivňuje

i celkovou srozumitelnost textu. Je důležité taky ocenit možnost stažení volebního programu i ve formátu PDF.



Úspěšná bytová politika předpokládá odstranění deformací na trhu s byty. Bytový fond je však značně zanedbaný. Jen náklady na obnovu a údržbu panelových domů jsou odhadovány na 300 miliard korun. Hlavní zájem o stav panelových domů musí mít majitelé těchto bytů. Ti musí být státem účinně a včas stimulováni k rozsáhlým opravám a úpravám směřujícím zejména k úsporám energií (např. zateplení).

Rozvoj bytového fondu podpoříme zejména:

- podporou bydlení na venkově
- podporou výstavby rodinných domů až do výše 250 000,- Kč, v případě projektů „dřevěného bydlení" až do výše 300 000,- Kč
- podporou bytových družstev a neziskových bytových společností
- podporou výstavby bezbariérových a sociálních bytů
- využíváním Státního fondu rozvoje bydlení (Poskytuje mladým manželům půjčky se státní prémií za narození dítěte, půjčky na pořízení prvního bydlení osobám mladším 36 let, půjčky do obecních fondů rozvoje bydlení a dotace a půjčky pro výstavbu družstevních bytů a na odstraňování panelových vad.)

Obr. 1: *Nedostatečná strukturovanost a nevhodná grafická úprava textu volebního programu KDU-ČSL negativně ovlivňuje přehlednost a srozumitelnost prezentovaného textu.*

3.1.2.3 KSČM

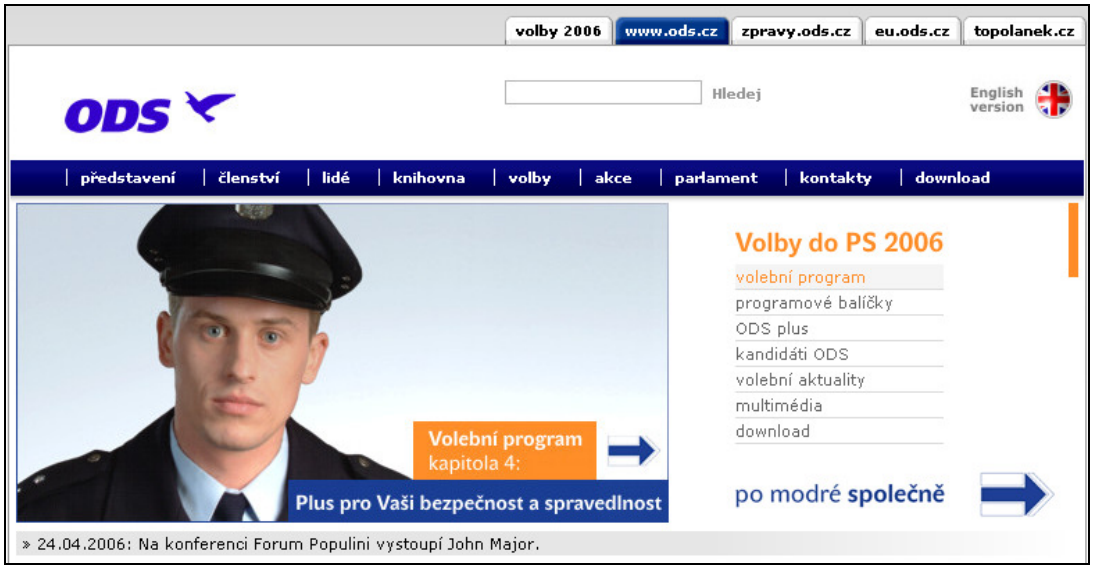
Na webu KSČM je pro informace související s volbami v roce 2006 vytvořena samostatná sekce. Volební program je v rámci této sekce relativně dobře dostupný. Důležitosti těchto informací by však více odpovídalo umístění přímého odkazu na úvodní stránku webu – nikoli pouze na úvodní stránce sekce *„Volby 2006“*.

Samotné označení odkazu *„Náš program“* není z pohledu občana tolik obvyklé a zažité jako označení *„Volební program“*. Použití tohoto textu by přispělo snadnější nalezitelnosti odkazu.

Pozitivním faktem je, že volební program je na webu dostupný přímo ve formátu HTML. Naopak dostupnost volebního programu zároveň ve formátu PDF by usnadnila občanům další manipulaci – například tisk volebního programu.

3.1.2.4 ODS

Volební program ODS je pro občany snadno a rychle dostupný díky viditelně umístěnému odkazu na úvodní stránce webu v rámci bloku, který odkazuje odkazy na nejdůležitější informace týkající se voleb do poslanecké sněmovny v roce 2006. Dobrá nalezitelnost volebního programu je navíc podpořena přímým umístěním odkazu v rámci globální navigace na ostatních stránkách webu – v rozbalovacím menu *„Volby“*.



Obr. 2: *Viditelně umístěný odkaz na volební program na úvodní stránce webu ODS je základním předpokladem pro jeho snadné a rychlé nalezení.*

Samotný text volebního programu je dostupný jak přímo ve formátu HTML, tak i ve formátu PDF. Prezentace je dostatečně přehledná a srozumitelná. Uvedení datové velikosti přiloženého PDF souboru by dále prospělo lepší orientaci uživatele na webu.

3.1.2.5 Strana zelených

Volební program na webu Strany zelených je pro občany intuitivně dostupný prostřednictvím jasně srozumitelného odkazu *„Volební program“* v rámci globální navigace webu. Na úvodní stránce je navíc přímo dostupný odkaz pro stažení volebního programu ve formátu PDF. Neuvedení formátu odkazovaného souboru a jeho datové velikosti však může negativně působit na orientaci uživatele na webu.

Přehlednost textů volebního programu by mohla být zvýšena vhodnějším grafickým odlišením některých prvků – například nadpisů apod. Vhodným kontextovým doplněním textů v HTML by byl odkaz na PDF soubor s patřičnou částí volebního programu. Občané by tak měli přímo dostupnou i verzi, která je vhodnější pro tiskový výstup.

3.1.3 Scénář č. 2 – zjištění informací o krajských lídrech

3.1.3.1 ČSSD

3.1.3.1.1 www.cssd.cz

Nalezení seznamu volebních lídrů ČSSD pro jednotlivé kraje je pro uživatele webu problematické. Odkaz není vzhledem ke své důležitosti umístěn na dostatečně viditelném místě – je dostupný až v dolní části úvodní stránky v sekci volby. Umístění odkazu přímo do globální navigace by výrazně prospělo jeho nalezitelnosti.

Hrubou chybou pak je, že mimo uvedení seznamu jmen nejsou na webu přímo dostupné žádné detailnější informace o jednotlivých krajských lídrech.

3.1.3.1.2 www.volbycr.cz

Stránka s přehledem volebních lídrů je snadno a intuitivně dohledatelná přes odkaz *„Naši kandidáti“* v rámci globální navigace webu. Ovšem pro návštěvníky, kteří se na tuto stránku dostali například přímo z vyhledávačů může být problematické na první pohled identifikovat její smysl. V tomto směru by výrazně pomohlo uvedení jednoznačného hlavního nadpisu stránky (například „Naši kandidáti“).
Občan, který chce vyhledat volebního lídra v kraji, ve kterém bydlí, se bude na stránce hůře orientovat, neboť název kraje není u jednotlivých lídrů dostatečně výrazný a zároveň není seznam kandidátů řazen podle krajů.
Ocenit je nutno dostupnost kvalitních fotografií jednotlivých kandidátů a uvedení alespoň základních informací o cílech, které daný kandidát slibuje dosáhnout. Naopak chybí jakékoli kontaktní údaje a detailnější informace o volebních lídrech.

3.1.3.2 KDU-ČSL

Přehled volebních kandidátů KDU-ČSL je dostupný přímo z globální navigace webu – odkaz *„Kandidátní listiny pro volby do PSP“* v bloku „*Volby v roce 2006“*. Viditelnost tohoto odkazu negativně ovlivňuje skutečnost, že v rámci globální navigace je obdobných navigačních bloků několik. Důležitosti celého tohoto bloku by měla odpovídat i jeho patřičná grafická úprava. Odkaz je navíc bez předchozího informování uživatele otevřen do nového okna prohlížeče. To ztěžuje orientaci uživatele na webu a komplikuje jeho ovládání.

Informace o jednotlivých volebních kandidátech jsou na webu v podstatě omezeny pouze na prosté uvedení seznamu se jmény kandidátů. Občané, kteří chtějí zjistit konkrétnější informace o krajských lídrech, zajímá je jejich fotografie nebo je chtějí nějakým způsobem kontaktovat, na webu tento typ informací nezískají.

3.1.3.3 KSČM

Na úvodní stránce webu není dostupný přímý odkaz na krajské lídry. Tuto skutečnost lze označit za vážný nedostatek. Pro nalezení krajských lídrů musí občan přejít do sekce obsahující informace o volbách. V této sekci uživatelé už informace o jednotlivých lídrech najdou dostatečně intuitivně prostřednictvím klikací mapky ČR v kombinaci s rozevíracím seznamem.

Na webu nechybí detailnější informace o volebních lídrech v jednotlivých krajích. Ocenit lze především dostupnost kontextově souvisejících dokumentů u jednotlivých kandidátů. Vhodným doplněním by bylo uvedení kontaktních údajů na jednotlivé volební lídry.

3.1.3.4 ODS

Na stránku s přehledem krajských lídrů ODS vede přímý odkaz z úvodní stránky, který je umístěn na dostatečně viditelném místě. Jeho označení (*„Kandidáti ODS“*) ovšem nemusí být návštěvníkům na první pohled zcela srozumitelné. V důsledku toho nemusí někteří návštěvníci správně interpretovat cíl odkazu.

Výrazným nedostatkem webu je neexistence stránek s detailními informacemi o jednotlivých krajských lídrech. Obvykle je dostupný pouze odkaz na osobní stránku daného volebního kandidáta. V případech, kdy volební lídr nemá osobní stránku, je uveden pouze jeho věk a bydliště. Tyto informace jsou z pohledu občana nedostatečné.

3.1.3.5 Strana zelených

Odkaz označený *„Krajští lídři“* se nachází až ve druhé úrovni globální navigace – pod odkazem volby. Toto umístění je pro uživatele dostatečně intuitivní, ale neodpovídá důležitosti odkazu v předvolebním období. Z tohoto důvodu by bylo vhodnější odkaz umístit přímo na nejvyšší úroveň globální navigace.

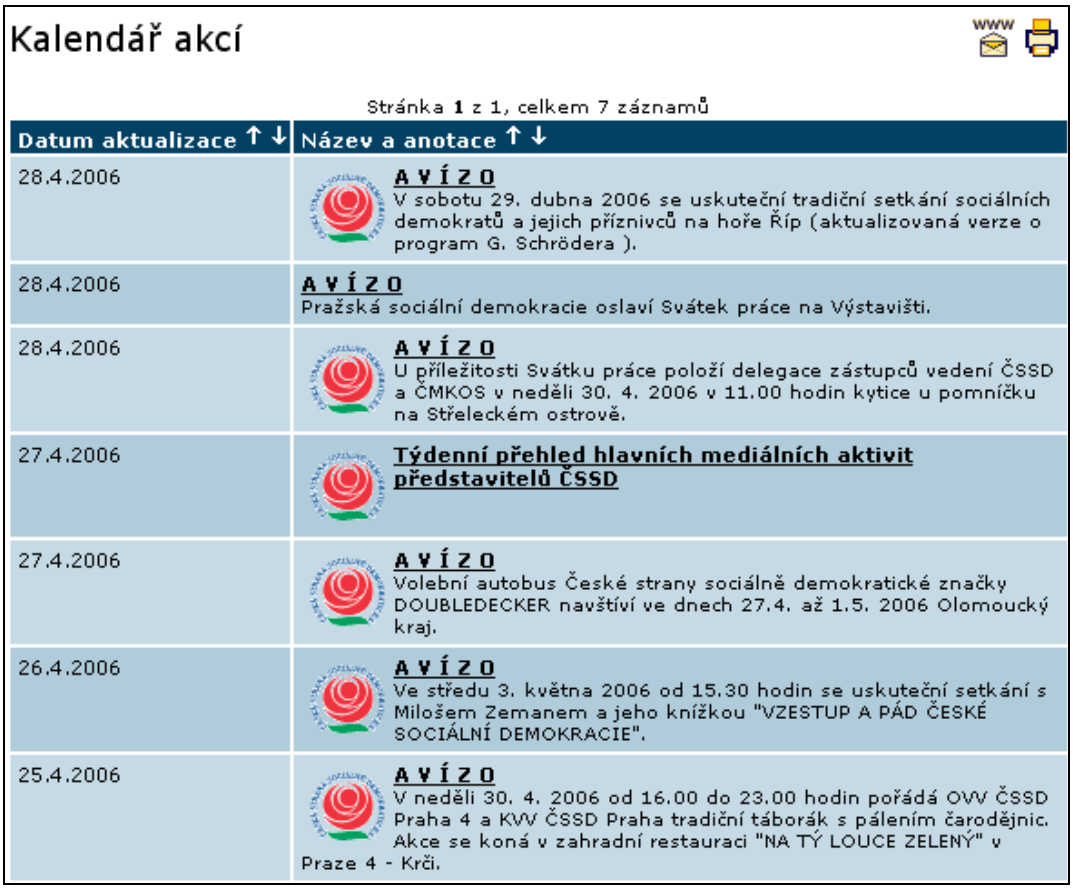
Pokud občan hledá volebního lídra strany ve svém kraji, je pro něj struktura stránky se seznamem lídrů nedostatečně přehledná. Název kraje je uveden nedostatečně výrazně v doprovodném textu u jednotlivých osob. Samotná stránka s detailními informacemi o jednotlivých krajských lídrech neobsahuje všechny informace, které občané obvykle vyhledávají. Chybí zde především fotografie a kontaktní údaje.

3.1.4 Scénář č. 3 – nalezení kalendáře akcí

3.1.4.1 ČSSD

3.1.4.1.1 www.cssd.cz

Přehled nejbližších akcí na webu ČSSD najdou uživatelé snadno a intuitivně prostřednictvím rozbalovacího menu *„Kalendář akcí“* v rámci globální navigace. Samotná prezentace kalendáře akcí není z pohledu uživatele dostatečně přehledná. Hlavním důvodem je často opakované použití stejných titulků (*„Avízo“*). Větší přehlednosti by výrazně přispělo použít označení jednotlivých akcí jako titulek.



Obr. 3: *Použití stejného titulku („Avízo“) pro různé akce je hlavním důvodem malé přehlednosti kalendáře akcí na webu ČSSD. Použití označení akce jako titulku by výrazně zvýšilo přehlednost stránky.*

Vyhledávací formulář, který je umístěný ve spodní části stránky s kalendářem akcí je z důvodu své složitosti, nerozlišení povinných a nepovinných polí a nejednoznačnosti některých polí (např. *„Předkladatel“*) pro návštěvníky obtížně použitelný.

3.1.4.1.2 www.volbycr.cz

Na tomto webu se kalendář akcí vůbec nenachází, což lze označit za vážný nedostatek.

3.1.4.2 KDU-ČSL

Kalendář akcí je na webu KDU-ČSL prezentován v podobě malého kalendáře v pravém sloupci. Označení *„Diář“* nemusí být všemi občany správně pochopeno, proto by bylo vhodnější použít označení *„Akce“* nebo *„Kalendář akcí“*. Technické řešení kalendáře je důsledkem jeho špatné ovladatelnosti. Občan například nemůže jednoduše přecházet mezi jednotlivými měsíci. Dalším problémem je grafické odlišování vybraného data od aktuálního stejným způsobem – důsledkem toho mohou být problémy s orientací.

Lepší přehlednosti výpisu seznamu akcí v jednotlivých dnech by přispěla kvalitnější grafická úprava informací o datu a čase pořádané akce. Dalším přínosným prvkem pro občany by bylo zřetelné odlišení akcí, které jsou volně přístupné veřejnosti, kde mohou občané osobně klást otázky představitelům strany.

3.1.4.3 KSČM

Stejně jako v případě KDU-ČSL jsou i na webu KSČM akce dostupné prostřednictvím kalendáře v pravém sloupci. Kalendář má pro občany dostatečně intuitivní název *„Kalendář akcí“* a s jeho ovládáním by uživatelé neměli mít výraznější problémy. Prospěšné by pro uživatele dále bylo zřetelné odlišení aktuálního data v kalendáři.

Vlastní výpis seznamu akcí je pro uživatele dostatečně přehledný a srozumitelný. Přínosem je možnost filtrace výpisu akcí. Díky tomu si uživatel může snadno zobrazit pouze akce pro veřejnost.

Obr. 4: *Výpis akcí na webu KSČM je vhodně doplněn prvkem, který umožňuje filtrovat akce podle jejich typu. Občan si tak rychle a snadno může nechat zobrazit pouze akce, které jsou přístupné široké veřejnosti.*

3.1.4.4 ODS

Na webu ODS je kalendář akcí dostupný přímo z globální navigace prostřednictvím rozbalovacího menu *„Akce“*. Toto umístění je pro uživatele dostatečně intuitivní a snadno nalezitelné. Akce určené pro širokou veřejnost pak může občan najít pod odkazem *„Kalendář“*.

Prezentace seznamu akcí je dostatečně přehledná a uživatel se v ní je schopen dostatečně rychle zorientovat. Naopak nedostatkem je nemožnost vyfiltrovat akce, které jsou volně přístupné veřejnosti.

3.1.4.5 Strana zelených

Informace o nejbližších plánovaných akcích uživatel snadno a rychle najde díky umístění odkazu do globální navigace webu – odkaz *„Akce“*. Větší přehlednosti seznamu nejbližších akcí by prospělo zmenšení velikosti obrázků – více by se tím zvýraznil nejdůležitější obsah stránky – názvy a data akcí.

Lepší použitelnosti stránky s přehledem nejbližších akcí by dále přispělo oddělení akcí, které již proběhly od blížících se akcí. Řešením by bylo i proběhnuvší akce zcela z tohoto přehledu vypustit, protože pro návštěvníka webu nepředstavují příliš zajímavý okruh informací. Chybí také výraznější odlišení nebo možnost vyfiltrování veřejně přístupných akcí.

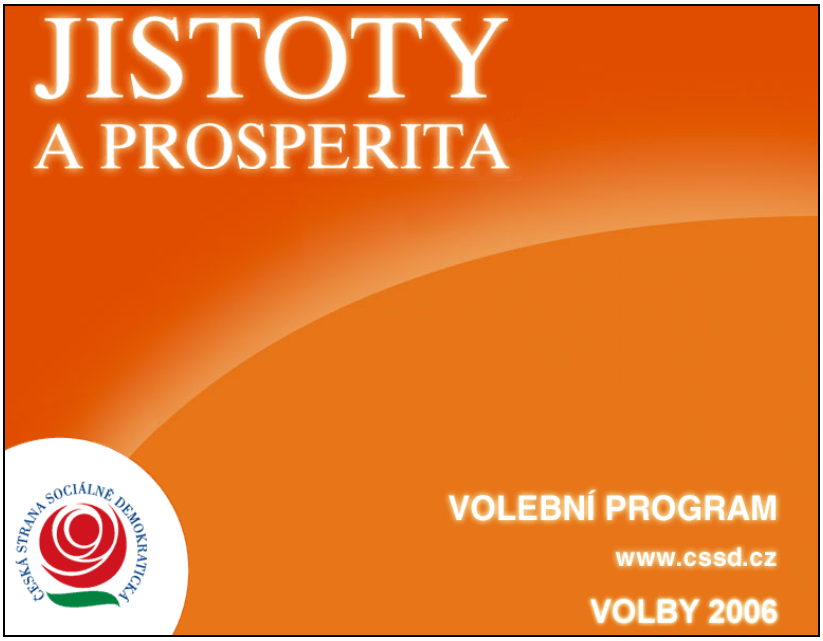
3.2 Úvodní stránka

Úvodní stránka bývá obvykle nejnavštěvovanější stránkou celého webu. Z tohoto důvodu by v případě politických stran měla obsahovat především odkazy na nejdůležitější sekce a stránky webu a aktuální zprávy týkající se dané politické strany. Důležitá je především celková přehlednost uspořádání úvodní stránky a umístění jednotlivých prvků s ohledem na jejich důležitost z pohledu návštěvníka webu – tedy v tomto případě jakéhokoli občana ČR.

Zaměřme se tedy opět postupně na úvodní stránky jednotlivých politických stran.

3.2.1 ČSSD

Největším nedostatkem z pohledu návštěvníků webu je použití interstitialu, který se návštěvníkům zobrazí před úvodní stránkou. Tento prvek negativně ovlivňuje orientaci návštěvníka na webu, neboť má zcela odlišnou grafickou úpravu než zbytek webu. Navíc neobsahuje žádné jednoznačně srozumitelné a obvyklým způsobem označené odkazy, které může návštěvník následovat.



Obr. 5: *Využití interstitialu před úvodní stránkou webu ČSSD není z pohledu použitelnosti řešeno vhodným způsobem.*

Úvodní část vlastní domovské stránky webu je věnována převážně nadcházejícím volbám. Využití tohoto prostoru pro prvky s volební tématikou odpovídá důležitosti voleb. Zbylá část úvodní stránky je věnována především chronologicky řazeného seznamu odkazů na články, aktuality a tiskové zprávy strany. Především pro odkazy označené jako *„Avízo“* by bylo vhodnější jejich oddělení do samostatného bloku. Zvýšila by se tak přehlednost a tím i použitelnost úvodní stránky.

3.2.2 KDU-ČSL

V podstatě celý obsah úvodní stránky webu KDU-ČSL je tvořen pouze chronologicky řazenými odkazy na články, tiskové zprávy a další dokumenty. Seznam odkazů je velice dlouhý a v důsledku toho nedostatečně přehledný. Zcela na úvodní stránce chybí krátké textové aktuality. Blížící se volby se na úvodní stránce odráží pouze v podobě nedostatečně výrazného bloku *„Volby v roce 2006“* v levém sloupci.

Velice matoucí pak může být pro uživatele blok *„Volby“* v pravém sloupci webu. Vzhledem k aktuálnímu dění ho bude velké procento uživatelů chápat jako blok odkazů, které souvisejí s nadcházejícími volbami. Jedná se však pouze o odkazy na archivní a neaktuální informace týkající se předchozích voleb.

3.2.3 KSČM

Volby se na úvodní stránce webu KSČM odráží v podstatě pouze v podobě výraznějšího odkazu do patřičné sekce. Což není vzhledem k důležitosti blížících se voleb odpovídající. Největší část úvodní stránky webu pak tvoří odkazy na články a další podobné texty. Tyto odkazy jsou vhodným obsahem pro úvodní stránku webu politické strany, ovšem je jim věnován příliš velký prostor na úkor aktuálních zpráv. Blok aktuálních zpráv není navíc označen jednoznačným nadpisem. Dalším prvkem, který může občanům způsobovat problémy s čitelností úvodní stránky je nevhodně zvolené obrázkové pozadí u upoutávky na online rozhovory.

Obr. 6: *Nevhodně zvolené pozadí u upoutávky na online rozhovory na úvodní stránce webu KSČM způsobuje problémy s čitelností textu.*

3.2.4 ODS

Na úvodní stránce webu ODS je zřetelně patrné téma voleb. Je mu věnována celá horní část úvodní stránky v podobě upoutávky na jednu z kapitol volebního programu a seznamu nejdůležitějších volebních odkazů, což je vzhledem k důležitosti tohoto tématu odpovídající. Tato část dokazuje i velice dobré propojení webu a outdoor komunikačních kanálů.

Na dostatečně viditelném místě je i seznam aktuálních zpráv. Pod upoutávkou na jednu z kapitol volebního programu ODS se nachází blok s pěti odstavci, které fungují jako odkazy. Vzhledem k tomu, že odkazy nejsou žádným způsobem odlišeny od okolního textu, nebude většina návštěvníků tento text za odkazy vůbec považovat. Přidání zřetelně odlišeného odkazu pro více informací ke každému odstavci, by výrazně zvýšilo použitelnost úvodní stránky.

Obr. 7: *Jednotlivé odstavce na obrázku představují část úvodní stránky ODS a fungují jako odkazy. Vzhledem k tomu, že nejsou žádným způsobem odlišeny od okolního textu, nebude je většina návštěvníků za odkazy považovat.*

3.2.5 Strana zelených

Třemi hlavními bloky informací na úvodní stránce webu Strany zelených jsou *„Téma dne“*, *„Aktuality“* a odkazy na volební program. Zbytek stránky tvoří především odkazy na různé rubriky textů a článků. Toto základní rozvržení úvodní stránky je vhodně vyvážené a je schopno odpovědět návštěvníkům na základní otázky, se kterými před volbami na web mohou přijít.

3.3 Celkové zhodnocení

Analýza odhalila, že **bez výraznějších problémů najdou uživatelé volební program na webech Strany zelených, ODS a KDU-ČSL. Naopak nedostatky byly nalezeny na webech ČSSD a KSČM.** Nedostatky byly nalezeny především v nízké přehlednosti prezentovaných informací. Problémem z pohledu občana často také je nedostatečně intuitivně označený či umístěný odkaz na volební program.

Alarmující je, že na webech ODS, KDU-ČSL a ČSSD získá občan pouze minimum informací o krajských volebních lídrech strany. Pro občany není ideální ani řešení na webech Strany zelených a KSČM. Téměř vždy chybí uvedení jakéhokoli kontaktního údaje na daného volebního lídra, často i jeho fotografie a další základní informace.

Kalendář akcí je u všech politických stran pro občana relativně dobře nalezitelný. Nejlépe je pak tento prvek řešen na webu KSČM. Oproti tomu u Strany zelených, KDU-ČSL a ČSSD stále existuje výrazný prostor pro zlepšování.

Velice špatně weby vybraných politických stran obstály ve zhodnocení úvodní stránky. **Pouze na úvodní stránce Strany zelených nebyly nalezeny výraznější nedostatky. Naopak úvodní stránky ČSSD, KDU-ČSL a KSČM obsahují hrubé chyby, které negativně působí na dostupnost informací, které občané vyhledávají.** Mezi hlavní nedostatky patří malá přehlednost úvodní stránky, dále pak úvodní stránka nedostatečně odráží nejaktuálnější politické téma – tedy blížící se volby. V případě ČSSD je hlavním nedostatkem použití málo srozumitelného a obtížně použitelného interstitialu před úvodní stránkou.

Pro větší přehlednost jsou výsledky shrnuty do následující tabulky.

Politická strana	*Scénář č. 1*	*Scénář č. 2*	*Scénář č. 3*	*Úvodní stránka*	*Použitelnost celkem*
ČSSD	7	6	3	5	**21**
KSČM	6	7	9	5	**27**
KDU-ČSL	8	4	7	3	**22**
ODS	9	5	8	7	**29**
Strana zelených	9	6	7	8	**30**

**hodnocení webu www.volbycr.cz*

Legenda

… bez výraznějších problémů … nedostatky … hrubé chyby

Tab. 2: *Bodové ohodnocení použitelnosti webů jednotlivých politických stran. Bodová stupnice je v rozsahu 0–10 (10 značí nejlepší použitelnost).*

4 Propagace strany a volebních lídrů na internetu

Propagace na internetu není nedílnou součástí propagace jen v komerční sféře. Stejně silně se dotýká i politických stran. Internet skrývá obrovský potenciál pro předvolební kampaň nejen proto, že jeho uživateli je velká část populace, ale také proto, že na rozdíl od většiny ostatních forem reklamy může přímo a z pohodlí domova občanovi poskytnout veškeré informace potřebné pro jeho rozhodnutí.

4.1 Viditelnost webu ve vyhledávačích

Právě z důvodu informační potřeby občanů se zaměříme na viditelnost webů politických stran ve vyhledávačích.

Pokud občan vyhledává na internetu konkrétní informace o straně, jejím volebním programu nebo zastoupení, je žádoucí aby informace nalezl, a to právě na webu dané politické strany.

4.1.1 Co jsme ve vyhledávačích ověřovali

Viditelnost webů jsme ověřili ve dvou v ČR nejpoužívanějších vyhledávačích – Seznam a Google, abychom získali většinové zastoupení české populace vyhledávající informace na internetu. Hodnotili jsme umístění webu v přirozených výsledcích vyhledávání i mezi placenými pozicemi. Kromě samotného dobrého umístění byl kritériem i vhodný titulek a popisek odkazu ve vyhledávání a relevance cílové stránky, tedy zda občan na stránce opravdu najde to, co se pravděpodobně najít snažil. Hodnotili jsme tři základní faktory:

(4) Viditelnost webu strany při vyhledávání jejího názvu.
(5) Viditelnost webu strany nebo osobní stránky politika při vyhledávání lídra strany.
(6) Viditelnost webu strany při vyhledávání volebního programu a dalších informací.

Při vyhledávání názvu strany by se měl stranický web nacházet na první pozici výsledků vyhledávání. Pro vyhledávání jsme použili jak plný název strany, tak i jeho zkratku.

I při vyhledávání jména lídra strany by se měl stranický web objevit na prvních pozicích. Stejně pozitivně jsme pak hodnotili situaci, kdy se na předních pozicích objevil osobní web politika, pokud byl zjevně svázán s jeho politickou činností a stranou. Stránka by pak měla obsahovat osobní informace o politikovi, jeho životopis, činnost a další aktuální informace, které občanovi jeho osobnost přiblíží.

Zajímalo nás i to, jak je pro občany obtížné pomocí vyhledávačů dohledat volební program stran nebo kandidátku přímo na stranických stránkách.

4.1.1.1 ČSSD

Při vyhledávání názvu strany se stranický web umisťuje vždy na první pozici.

Horší situace nastává při snaze o vyhledání jména lídra strany – Jiřího Paroubka. Nejenže se stranický web s informacemi o Jiřím Paroubkovi na první stránce výsledků vyhledávání vůbec nenalézá, ale stránky, které se zde nalézají většinou jeho osobu, činnost či

stranu nepopisují právě lichotivě, jako např. stránky jiri-paroubek-neni.borec.net či www.kscssd.cz nebo pomáhají spíše propagaci konkurenční strany jako www.paroubek.eu.

Při vyhledávání volebního programu a krajských lídrů si vede stranický web relativně dobře. Při vyhledávání stranické kandidátky se sice stranický web umisťuje také velmi dobře, bohužel ale se stránkou některého z krajů, ze které se na přehled krajů se všemi kandidátkami jednoduše dostat nelze. Naopak při vyhledávání kandidátky přímo konkrétního kraje je nalezena stránka s přehledem všech krajů.

Zcela alarmující je pak situace, kdy se ve výsledcích vyhledávání objevují *stránky určené pro volby v roce 2002*. Například při vyhledávání fráze *„kandidátka ČSSD Zlínsko“* se na druhém místě výsledků vyhledávání v Google objeví stránka představující jako volební lídry Vladimíra Špidlu, Stanislava Grosse či Petru Buzkovou (www.socdem.cz/volby2002/lidri.htm).

4.1.1.2 KDU-ČSL

Stranický web se při vyhledávání plného názvu strany na první stránce výsledků vyhledávání v Seznamu vůbec nenalézá. Na frázi „KDU-ČSL“ je pak vždy na první pozici.

Při vyhledávání volebního lídra KDU-ČSL Miroslava Kalouska v Google je sice požadovaná stránka umístěná na první pozici, mírně tuto skutečnost ale kazí fakt, že poslední informace o lídrovi na této stránce je z roku 2003. Pro voliče v tomto období pak pozbývá svého stěžejního významu. Na Seznamu je pak situace ještě horší, zde se web na první stránce neumisťuje vůbec.

Ani při vyhledávání volebního programu strany volič příliš úspěšný nebude. Ve výsledcích vyhledávání se objevují jen některé krajské stranické weby s programy pro daný kraj. Stranický web se sice neumisťuje v Google úplně špatně, nicméně fakt, že před stránkou s programem k parlamentním volbám se objevuje stránka s programem k volbám do Evropského parlamentu také příliš potěšující není. Na Seznamu je pak nalezena pouze titulní stránka webu.

Při vyhledávání stranické kandidátky se potenciální volič opět dostává do úzkých. V Seznamu stranický web k nalezení není vůbec, v Google např. s použitím fráze *„kandidátka KDU-ČSL“* objevíme web sice hned na prvním místě, příslušná stránka se ale bohužel vztahuje k senátním volbám v roce 1998, což se za úspěch rozhodně považovat nedá.

Obr. 8: *Výsledek vyhledávání ve vyhledávači Google při hledání kandidátky KDU-ČSL: strana nabízí kandidátku pro volby v roce 1998.*

4.1.1.3 KSČM

Při vyhledávání názvu strany „KSČM“ se stranický web nachází ve vyhledávačích na první pozici, pouze při vyhledávání plného názvu strany se web na Seznamu ocitá o několik příček níže.

Při vyhledávání stranického lídra, Vojtěcha Filipa, volič na stranický web vůbec nenarazí, pomineme-li jednu nefunkční stránku na www.klub-kscm.cz.

Při vyhledávání volebního programu se stranický web umisťuje sice dobře, poměrně matoucí je ale název stránky „KSČM – úvodní stránka“, který se ve vyhledávačích nachází, přestože se skutečně jedná o stránku s volebním programem, nikoli o úvodní stránku. Na Seznamu je dobře k nalezení i přehled kandidátek podle krajů, v Google se nachází pouze některé kandidátky jednotlivých krajů.

4.1.1.4 ODS

Při vyhledávání plného názvu strany *„Občanská demokratská strana“* i zkráceniny *„ODS“* se stranický web nachází vždy na prvním místě.

Pokud volič bude hledat lídra ODS, Mirka Topolánka, nalezne na prvním místě výsledků vyhledávání osobní web politika, www.topolanek.cz. Díky tomu, že se jedná o celý web, věnovaný předsedovi ODS, nalezne zde volič daleko více informací, než na stránkách politiků na webech ostatních politických stran. Tuto stránku hodnotíme jako jednoznačně nejrelevantnější výsledek při vyhledávání jména lídra strany.

Při hledání volebního programu strany je již situace o něco horší. Ve vyhledávači Google se na prvním místě nachází přehled volebních programů pro různé příležitosti až do roku 1992. Odkaz na program do parlamentních voleb 2006 se nachází na prvním místě, takže stránka s programem je snadno dohledatelná. V Seznamu se ale relevantní stránka ve výsledcích vyhledávání nenachází. Neúspěšný bude volič i při vyhledávání kandidátní listiny strany.

4.1.1.5 Strana zelených

Při vyhledávání názvu politické strany nalezneme stranický web na prvním místě v Google, na šestém v Seznamu.

Příliš relevantní stránky nejsou k nalezení při vyhledávání jména lídra strany, Martina Bursíka.

Skvělých výsledků dosahuje stranický web při vyhledávání volebního programu – první příčka v obou vyhledávačích. I při hledání stranické kandidátky dosahuje web na Seznamu velmi dobré druhé pozice, v Google však relevantní stránka k nalezení není.

4.2 Placená reklama ve vyhledávačích

Přestože jsme byli připraveni za uspokojivý výsledek považovat i skutečnost, kdy by se web nezobrazoval v přirozených výsledcích vyhledávání, ale byl do stránky s výsledky vyhledávání zařazen formou placené reklamy, v tomto směru selhala propagace všech stran.

Přítomnost placené reklamy by se přitom dala očekávat především ve vyhledávači Google, kde není třeba za každou vyhledávanou frázi několik tisíc za zobrazení reklamy na celý měsíc, ale platí se v řádech korun za návštěvníka, který na web přijde. Pro politickou stranu by to tak byla pravděpodobně zcela nejlevnější a přesto velmi efektivní kampaň.

Placená reklama se pak vyplatí právě v případech, kdy web není schopen dosáhnout dobrých výsledků v přirozených výsledcích vyhledávání. Za situace, kdy se mezi výsledky zobrazuje i množství stránek, které o straně nebo jejích členech nepíší zrovna v kladném slova smyslu je pak každá pozice, kterou zabere stranický web, obzvlášť dobrá.

Světlou výjimkou je **KDU-ČSL**, která inzeruje alespoň v Seznamu na klíčové slovo *„volby“*. Stejným způsobem inzerují také **SNK Evropští demokraté**.

4.3 Přizpůsobení webů volbám

Stejně jako billboardy, plakáty a ostatní propagační materiály vytvořené k příležitosti voleb, je žádoucí pro tuto příležitost vytvořit i speciální webovou prezentaci. Nebo dostatečně zřetelně upravit obsah stránek tak, aby občané, kteří stránky navštěvují právě v souvislosti s nastávajícími volbami našli potřebné informace snadno a rychle.

Hodnotili jsme nejenom samotnou existenci „volebních webů“, ale i jejich vhodné provázání s webem stranickým.

4.3.1.1 ČSSD

ČSSD k příležitosti voleb připravila web www.volbycr.cz. Web nabízí právě takové informace, jaké může občan od webu politické strany v období voleb očekávat. Problém je ovšem v jeho nedostatečné propagaci. Z titulní stránky webu www.cssd.cz je odkazován textem *„Volby 2006“*, není ale vůbec zřejmé, že se jedná o odkaz na speciální web k příležitosti voleb. Z některých dalších stránek je odkazován malou ikonkou nebo odkazem v textu stránky. Volební billboardy preferují stranickou stránku www.cssd.cz a ve vyhledávačích se web na viditelných pozicích neumisťuje. Existence tohoto počinu tak může zůstat mnoha voličům zcela utajena.

4.3.1.2 KDU-ČSL

KDU-ČSL věnovala pozornost volbám na svém webu nejméně ze všech hodnocených stran. Web nejen na první pohled vypadá, jako kdyby vůbec žádné volby nebyly. K volbám se vztahují na titulní stránce webu www.kdu.cz pouhé dva odkazy na volební program a kandidátní listinu. Ty jsou navíc umístěné ve spodní části stránky a jsou tak pro občana velmi snadno přehlédnutelné.

4.3.1.3 KSČM

Komunistická strana má pro účely voleb vytvořený web volby.kscm.cz. Ten je odkazován z titulní stránky webu www.kscm.cz dobře viditelným bannerem, i když fakt, že se jedná o odkaz na speciální stránku zcela zřejmý také není. Při propagaci na billboardech adresu tohoto webu KSČM také nevyužívá. Informace na této stránce jsou pro účely voleb dostačující.

4.3.1.4 ODS

Občanská demokratická strana volbám přizpůsobila svůj stávající web www.ods.cz. V horní části stránky umístila občanům dobře známý obrázek z billboardů a vedle něj odkazy na důležité informace vztahující se k volbám. Návštěvník tak získá důležité informace nejsnáze ze všech webů hodnocených stran.

Velmi pozitivní je i existence webu předsedy strany a volebního lídra Mirka Topolánka, www.topolanek.cz, který je přímo propagován ze stránek stranického webu.

4.3.1.5 Strana zelených

Na webu strany zelených jsou přímo volbám věnovány dvě položky hlavní navigace, aktuální informace a tipy týkající se voleb a také upoutávky na předvolební výzkumy na titulní stránce.

4.4 Aktivní zájem občanů o volby, politické strany a jejich lídry

Zajímalo nás, zda mají občané o volby zájem, zda aktivně vyhledávají informace pomocí fulltextových vyhledávačů a o které strany je největší zájem. Proto jsme v průběhu jednoho týdne u vybraných frází s úzkou souvislostí s volbami zjišťovali, kolikrát jsou hledané. Zajímal nás i druhý pohled – o kterých lídrech se nejvíce píše.

4.4.1 Počet hledání politických stran a lídrů ve vyhledávači Google

Sledovali jsme počet hledání přesných frází, tedy případy, kdy uživatel zadal do vyhledávače dotaz na přesné jméno politika nebo názvu strany. Celkový počet hledání informací o stranách či lidech je tedy ve skutečnosti samozřejmě daleko vyšší. Tento malý příklad jsme použili proto, abychom zjistili, o které osobnosti a strany je v prostředí internetu zájem větší, o které menší.

Pro zvýšení objektivity jsme zahrnuli samozřejmě také názvy stran psané bez diakritiky, u stran pak kromě zkratek i jejich plné názvy.

Počet hledání jsme zjišťovali z reálných dat z vyhledávače Google a z nástroje Našeptávač vyhledávače Seznamu (pozn.: u Seznamu se jedná pouze o pomocný nástroj nikoli o zcela přesný počet hledání v daném týdnu. Pro účel srovnání je ale považujeme za dostačující.).

Vyhledávaná fráze	Počet hledání v Google	Počet hledání v Seznamu
volby 2006	**1 190**	**1 701**
volby	**556**	**616**
ČSSD	**571**	**721**
KDU-ČSL	**209**	**287**
KSČM	**398**	**121**
ODS	**752**	**1 260**
Strana zelených	**588**	**644**
Jiří Paroubek	**160**	**98**
Miroslav Kalousek	**12**	**7**
Vojtěch Filip	**15**	**14**
Mirek Topolánek	**40**	**56**
Martin Bursík	**39**	**28**

Tab. 3: *Ukázka porovnání zájmu o jednotlivé strany a jejich lídry ve vyhledávači Google a Seznam. Počet hledání odpovídá počtu hledání za jeden týden.*

4.4.2 Počet stránek píšících o lídrech ve vyhledávači Google

Abychom zjistili, o kterém z lídrů se toho nejvíce napsalo, zjistili jsme počet indexovaných stránek ve vyhledávači Google, které obsahují jméno daného lídra.

Jméno politika	Propagace stránek v Google
Jiří Paroubek	**967 000**
Vojtěch Filip	**560 000**
Miroslav Kalousek	**454 000**
Mirek Topolánek	**366 000**
Martin Bursík	**171 000**

Tab. 4: *Ukázka počtu stránek, které zná vyhledávač Google o jednotlivých lídrech.*

4.5 Celkové zhodnocení

Viditelnost webů politických stran ve vyhledávačích je velmi špatná. Konkrétní informace nalézající se na webech jsou pro občany velmi obtížně nalezitelné. Velmi často dochází k situaci, kdy uživatel sice nalezne ve vyhledávači stranický web, nicméně stránka je zcela nerelevantní jeho potřebě. Zcela **nepochopitelné pochybení pak nastává u webů ČSSD a KDU-ČSL**, kterým ve výsledcích vyhledávání vycházejí lépe stránky vztahující se k minulým volbám a pro případné voliče jsou tak zcela zavádějící.

Strany nevyužívají možností placené reklamy ve vyhledávačích, což je ve vztahu k jejich špatným pozicím téměř neuvěřitelné. **Z pěti stran byla za využití placené reklamy ve vyhledávačích 4 strany ohodnoceny nulovým počtem bodů**.

Všechny strany kromě KDU-ČSL důležitost webu v předvolebním období zjevně pochopily. KSČM a ČSSD má pro tuto příležitost vytvořený speciální web, ODS věnovala volebnímu rozcestníku významnou část titulní stránky webu a ani web Strany zelených volby neopomněl.

Lídr ČSSD, Jiří Paroubek, přitahuje největší pozornost veřejnosti. Právě na jeho konto bylo vyrobeno několik webů, které o něm rozhodně nepřináší lichotivé informace. V prostředí vyhledávačů je jednoznačně nejhledanější osobou a zároveň i lídrem, o kterém se v internetových médiích nejvíce píše.

Pro větší přehlednost jsou výsledky shrnuty do následující tabulky.

Politická strana	*Vyhledávače*	*Placená reklama*	*Přizpůsobení webu volbám*	*Propagace webu celkem*
ČSSD	5	0	7	**13**
KDU-ČSL	4	3	1	**8**
KSČM	5	0	7	**13**
ODS	8	0	10	**18**
Strana zelených	6	0	6	**12**

Legenda

… bez výraznějších problémů … nedostatky … hrubé chyby

Tab. 5: *Bodové ohodnocení propagace webů jednotlivých politických stran. Bodová stupnice je v rozsahu 0–10 (10 značí nejlepší propagaci).*

5 Zahrnutí internetu do předvolební komunikace

Web představuje pouze jeden z několika komunikačních kanálů, které mohou zájemci o informace využít. Mezi další nejběžněji využívané cesty, jak mohou uživatelé získat informace, lze zařadit e-mail, telefon nebo osobní návštěvu. Důležité je, aby komunikační kanály nefungovaly zcela samostatně, ale aby byly navzájem propojeny. V současné chvíli, kdy nejviditelnější součástí předvolební kampaně je především outdoor reklama (billboardy, plakáty), předpokládáme propojení těchto komunikačních kanálů a informační návaznost na programová hesla a sliby uvedené ve venkovní reklamě právě na webu jednotlivých stran.

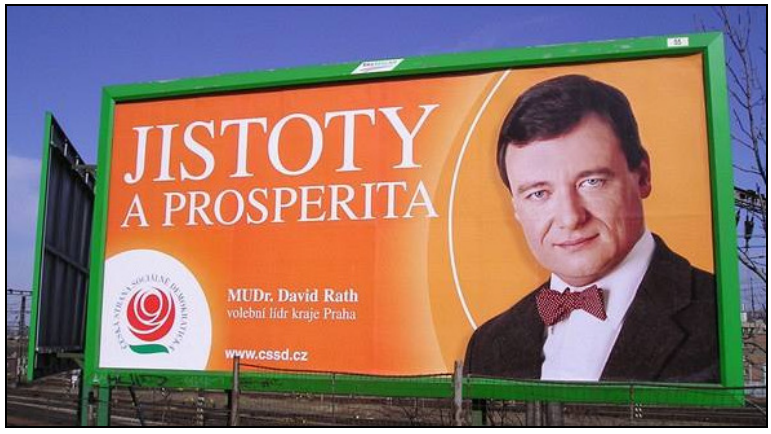
V rámci této studie byla provedena analýza, jakým způsobem politické strany doplňují informace uváděné především v tištěných inzerátech (billboardy, plakáty, tisková reklama) a jak reagují na dotaz zaslaný prostřednictvím e-mailu.

5.1 Outdoor reklama a její propojení s internetem

Politické strany nejčastěji používají outdoor reklamu k propagaci svých lídrů a jednotlivých částí programu. Na billboardech a plakátech není dostatek prostoru pro uvedení veškerých informací týkajících se dané části volebního programu, které by voliče mohly zajímat. Oproti tomu na webu by všechny informace uvedené být měly. Z tohoto důvodu je důležité propojení propagačních materiálů s webem politické strany, aby si volič mohl snadno a rychle dohledat a doplnit dodatečné informace. Právě proto by na těchto reklamních nosičích měla být uvedena adresa webu (případně dalších komunikačních kanálů jako je telefonická infolinka nebo e-mail), kde volič může podrobnější informace získat.

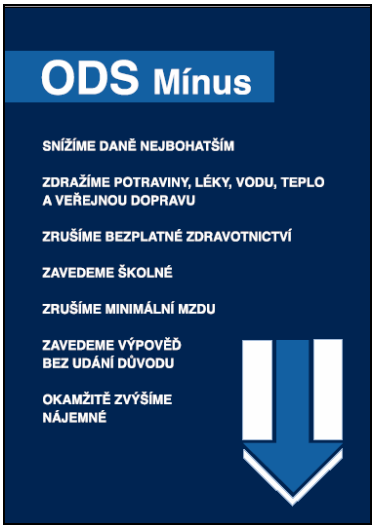
5.1.1 ČSSD

V první vlně volební kampaně ČSSD nasadila billboardy s tvářemi premiéra Jiřího Paroubka a lídrů jednotlivých krajů. Přestože billboardy neobsahovaly žádná předvolební hesla ani programová prohlášení, kladně lze hodnotit uvedení adresy webu ČSSD (i když vzhledem ke vzniku samostatné stránky www.volbycr.cz věnované výhradně volbám do PS ČR by bylo logické uvést spíše tuto adresu).



Obr. 9: *Billboard ČSSD správně obsahuje adresu webu, kde je možné najít podrobnosti o volebním programu strany. Logické by však bylo odkazovat na web věnovaný přímo volbám.*

V druhé vlně byla spuštěna kampaň „ODS Mínus“, kterou mnoho občanů a voličů zpočátku mylně považovalo za agresivnější formu kampaně konkurenční ODS. Tato druhá část kampaně se na samotném webu ČSSD nijak neodráží.



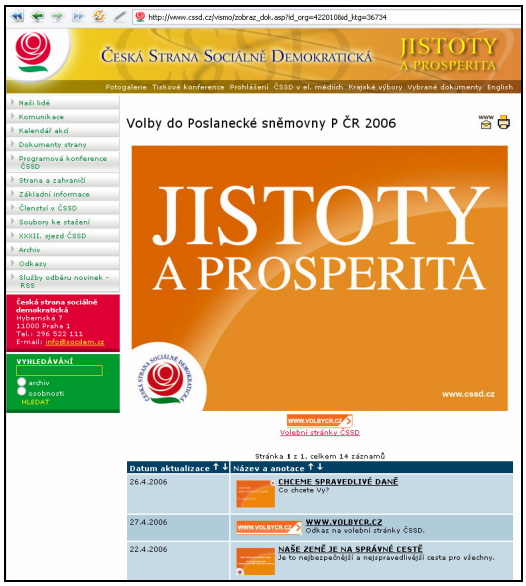
Obr. 10: *Billboard ČSSD „ODS Mínus“ neobsahuje žádný identifikační prvek odkazující na ČSSD ani na její program.*

Interstitial použitý před vstupem na samotný web ČSSD konvenuje s reklamou použitou v první vlně volební kampaně. Bohužel neobsahuje jasně označené odkazy, takže návštěvník webu nebo volič hledající informace o volbách má v zásadě dvě možnosti kam postoupit.

5.1.1.1 www.cssd.cz

Možností první je vlastní web ČSSD (www.cssd.cz) který už na titulní straně využívá grafické prvky související s první vlnou kampaně. Poměrně intuitivně uživatele navádí do kategorie obsahující dokumenty související se samotnými volbami. Zde ovšem může volič ve své cestě po webu poměrně lehce ztratit a tuto cestu ukončit. Stránce vévodící grafický prvek (plakát „Jistoty a prosperita“) je pouhým obrázkem a zastiňuje už tak dost nevýrazný odkaz na samotné „*Volební stránky ČSSD*“ (problém nedostatečné použitelnosti webu).

Ohledně propojení s ostatními používanými reklamními prvky lze konstatovat, že na tomto webu volič hledající doplnění informací z venkovní reklamy dojde jistého zklamání. Sekce obsahující dokumenty související s volbami kromě volebního programu a grafické obdoby plakátů a reklamních inzerátů s hesly bez doplňujících, nebo jinam odkazujících informací, nenabízí vůbec nic.



Obr. 11: *Web ČSSD svým nevhodně zvoleným rozvržením jednotlivých prvků nenavede uživatele na samotné „Volební stránky ČSSD“.*

5.1.1.2 www.volbycr.cz

Možností druhou jsou „Volební stránky ČSSD“ na adrese www.volbycr.cz, které už využívají grafických prvků z obou vln kampaně (oranžové „Jistoty a prosperita“ i modré „ODS Mínus“).

Navigace a celkové uspořádání stránky návštěvníka bez problémů vede k informacím, které doplňují jasným, přehledným a srozumitelným způsobem nejen první vlnu kampaně (*„Jistoty a prosperita“*), tak i antikampaň *„ODS Mínus“* přímo z hlavní stránky webu nepřehlédnutelným odkazem „ODS mínus“.

I přesto že první vlna reklamní kampaně neobsahovala žádné programové prohlášení ani předvolební heslo nebo slib, dá se konstatovat, že i zbytek webu velmi přehledně odkazuje na další možná témata související s nadcházejícími volbami (*Volební produkty, Volební program, Naši kandidáti*).

Obr. 12: *Volební stránky ČSSD velmi vhodně doplňují další komunikační kanály a reklamní kampaň.*

Celkově je možno konstatovat, že tato prezentace je mnohem přehlednější a propracovanější než sekce věnující se volbám na samotném webu strany. Je proto zásadní chybou, že ČSSD tento web neinzeruje ve svých propagačních materiálech, nebo že nevyužívá potenciálu titulní strany svého vlastního webu, případně interstitialu použitého ještě před ní.

5.1.2 KDU-ČSL

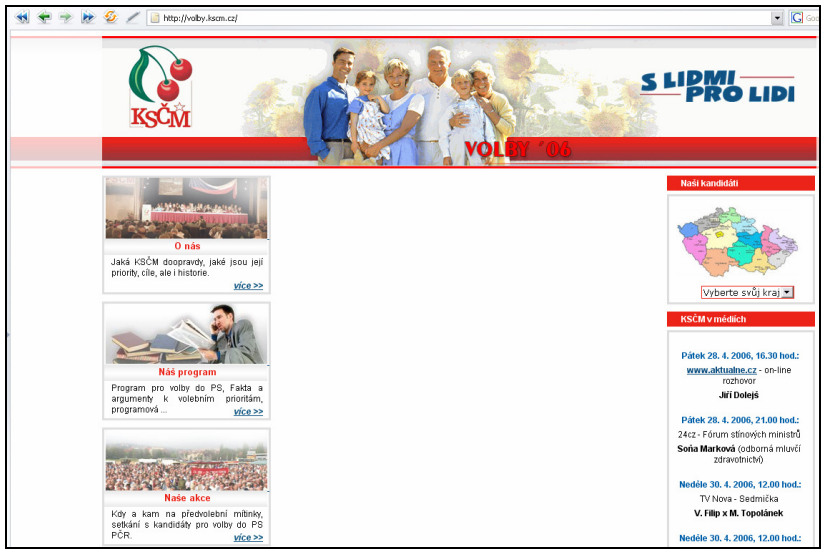
Billboardy KDU-ČSL neobsahují odkazy na webové stránky a na webu strany není kromě jejich grafické podoby (letáky a brožury ke stažení) k dohledání žádná návazná informace, která by prezentovaná hesla jakýmkoliv způsobem rozvedla, případně ukázala konkrétní kroky, které KDU-ČSL svým voličům nabízí. Stránky samotné kromě volebního programu a nepříliš přehledně uspořádaného seznamu jednotlivých kandidátů ostatně žádné informace navíc nepřinášejí.

Obr. 13: *Outdoorová kampaň KDU-ČSL není s webem provázaná ani uvedením adresy stránek, ani návaznými informacemi na samotném webu.*

Jako druhý, poměrně výrazný, prvek kampaně je možno považovat přejmenování vlaku R757 a R758 na „Klidnou sílu“. Bohužel ani zde nebyl využit potenciál propojení tohoto reklamního kanálu s webem a ten tak kromě on-line reportáží a tiskových zpráv z jízdy vlakem neobsahuje žádnou další návaznost.

5.1.3 KSČM

Billboardy KSČM správně odkazují voliče na webové stránky, z jejichž titulní strany se intuitivně dostane až do sekce věnované přímo volbám. Jistým problémem může být úvodní stránka sekce Volby (volby.kscm.cz), která v prohlížeči Opera vypadá odlišně od běžných prohlížečů (internet Explorer, Firefox) a neobsahuje žádný text. Uživatel se může cítit být dezorientován a stránku opustit s pocitem, že nenašel co hledal.



Obr. 14: *Návštěvník webu KSČM používající prohlížeč Opera může být dezorientován nepřítomností obsahu na hlavní stránce sekce věnující se volbám.*

V souvislosti s provázáním jednotlivých komunikačních kanálů je ovšem kritickým nedostatkem nevyužití hlavního hesla celé volební kampaně „Máme řešení“. V celé sekci webu věnované výhradně volbám se toto heslo vyskytuje pouze v bloku „Otázky a odpovědi“ a to pouze jako pododkaz (tedy až v třetí úrovni navigace) „Víme co chceme, máme řešení“ do sekce která by měla být členěna *„do několika podkapitol zaměřených například na problematiku sociální sféry, ekonomické sféry apod.“*. Jedná se však pouze o neutříděný sled otázek a odpovědí, které se snaží reagovat jak na současné otázky (volební kampaň ODS), tak i na palčivé problémy minulosti (*„Lhali jste našim lidem v minulosti, proč bychom vám měli dneska věřit?“*).

Obr. 15: *Hlavní předvolební heslo „Máme řešení“ na webu KSČM téměř není k nalezení.*

5.1.4 ODS

Billboardová kampaň ODS se nese v duchu motta ODS PLUS. Hlavním prvkem první vlny byl motiv zaměstnance (dělník, zdravotní sestra) nebo sociální skupiny (rodina, důchodci) a finanční částka s odkazem na daňovou kalkulačku na webu ODS. Výborná použitelnost webu a dobrá nalezitelnost této kalkulačky indikuje vysokou provázanost obou marketingových kanálů a jejich vzájemnou synergii.

Obr. 16: *Dobré provázání billboardů ODS s volebním webem – odkaz na daňovou kalkulačku.*

V druhé fázi kampaně přichází postupně uvolňovaný volební program jenž v současné chvíli dominuje webu už na titulní straně. Mírně sice odsunuje do pozadí kampaň první, ale ta stále zůstává velmi dobře dohledatelná.

Obr. 17: *Druhá vlna kampaně vyzdvihuje volební program na úkor původně dominujícího sociálního, daňového a důchodového systému.*

5.1.5 Strana zelených

Kampaň Strany zelených staví především na osobě předsedy Martina Bursíka a čisté strohé grafice bez emotivních prvků s použitím hesla Kvalita života. Na titulní straně webu ihned zaujme výrazný grafický prvek obsahující ústřední heslo, který je však pouze grafickým prvkem a ničím víc (např. odkazem do sekce věnující se jednotlivým částem volebního programu). Potenciál volebního hesla je tedy na webu využit pouze k upozornění na možnost stažení volebního programu. V samostatné části „Volby“ se motiv již neobjevuje a nijak venkovní reklamu nedoplňuje.

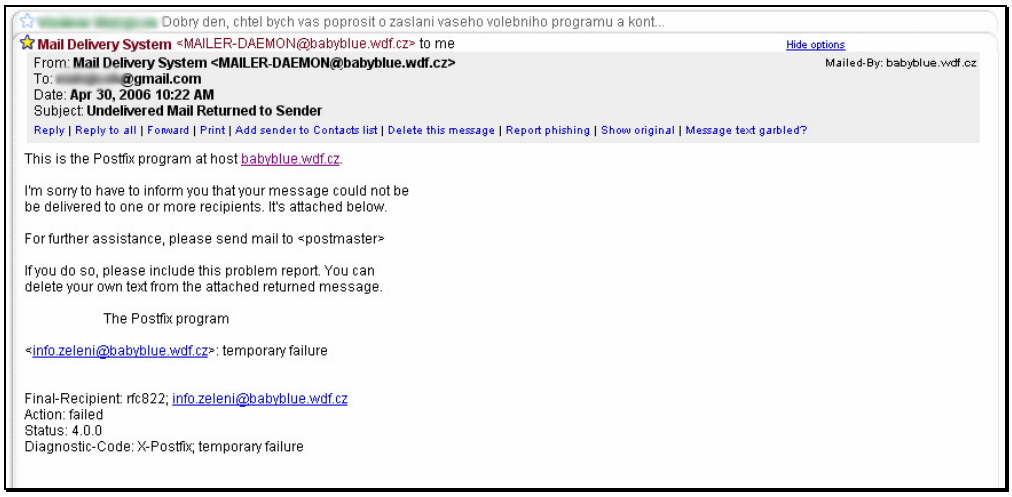
Obr. 18: *Web Strany zelených nevyužívá potenciálu hesla „Kvalita života“ a voliče odkazuje pouze k volebnímu programu.*

5.2 Reakce na e-mail

V případě, že uživatel využije pro komunikaci s nějakým komerčním subjektem e-mail, očekává, že reakce bude maximálně rychlá (v ideálním případě do 24 hodin, nejdéle však do 2 pracovních dnů) a že mu bude odpovězeno na všechny otázky. Vzhledem k těmto obecným očekáváním by v případě kontaktování politické strany, nebo lídra kraje nemělo být překročeno stejné časové rozpětí.

Pro účely této studie byl jednotlivým politickým stranám zaslán dotaz se žádostí o zaslání volebního programu. Součástí e-mailu byla i prosba o sdělení kontaktních údajů na volební jedničku v místě bydliště (Karlovarský kraj). Ve všech případech byl e-mail zaslán přímo na oficiální kontaktní e-mailovou adresu uvedenou v rámci kontaktních údajů na webu dané politické strany.

Z pěti oslovených politických stran reagovala na dotaz pouze krajská kancelář ČSSD a to v rámci stanovené tolerance (dva dny od odeslání žádosti). Kontakt byl dokonce veden upřesňujícím telefonickým dotazem, po jehož skončení byly požadované materiály okamžitě zaslány. Zástupci ostatních stran se během jednoho týdne od kontaktu vůbec neozvali. Jako ilustrace tohoto tristního stavu může posloužit Strana zelených, jíž nebyl e-mail zaslaný na oficiální kontaktní adresu info@zeleni.cz vůbec doručen a po několika dnech se vrátil zpět k odesilateli.



Obr. 19: *E-mail zaslaný Straně zelených nebyl vůbec doručen..*

5.3 Celkové zhodnocení

Analýza odhalila, že **propojení komunikačních kanálů outdoorové reklamy a internetu je dostatečné pouze u ODS a ČSSD, přičemž ČSSD nedostatečně využívá potenciálu speciální stránky věnované pouze volbám** – především jejím špatným propojením s hlavním webem strany. Bez větších problémů se volič dokáže zorientovat na webu KSČM, kde už ale není návaznost na billboardovou a plakátovou kampaň téměř žádná. **Kritické nedostatky v provázání těchto marketingových kanálů byly zjištěny na webech KDU-ČSL a Strany zelených.**

Výrazné nedostatky však byly zjištěny především u e-mailové komunikace jednotlivých stran s voličem. Jediná strana která na e-mailový dotaz odpověděla v přípustném časovém horizontu byla ČSSD, která nad rámec e-mailové komunikace použila dokonce telefonický kontakt. **Protipólem je Strana zelených jíž e-mail nebyl vůbec doručen.**

Pro větší přehlednost jsou výsledky shrnuty do následující tabulky.

Politická strana	*Outdoor reklama*	*Reakce na e-mail*	*Provázanost marketingu celkem*
ČSSD	8	10	**18**
KDU-ČSL	3	1	**4**
KSČM	6	1	**7**
ODS	10	1	**11**
Strana zelených	1	0	**1**

**hodnocení stránky www.volbycr.cz*

Legenda

… bez výraznějších problémů … nedostatky … hrubé chyby

Tab. 6: *Bodové ohodnocení provázání marketingových kanálů jednotlivých politických stran. Bodová stupnice je v rozsahu 0–10 (10 značí nejkvalitnější provázání marketingových kanálů).*

6 Bezbariérová přístupnost

Přístupný web lze definovat jako web, který mohou stejným způsobem vnímat návštěvníci bez ohledu na jejich dočasná či trvalá zdravotní omezení, technické vybavení, znalosti a dovednosti. Hlavní myšlenkou je, že veškeré informace dostupné pro návštěvníky bez jakéhokoli typu omezení jsou dostupné i pro každého jiného návštěvníka webu.

Ze skupin uživatelů internetu, kteří jsou negativně ovlivněni nepřístupností webů, můžeme vybrat například uživatele s postižením zraku, uživatele s poruchami učení, soustředění nebo uživatele, kteří k prohlížení webu používají přenosná zařízení jako jsou mobilní telefony či PDA.

Přístupností webů se například zabývá několik metodik – mezi nejvýznamnější můžeme zařadit metodiku označenou jako „*WCAG*“ vytvořenou konsorciem W3C. Z pohledu českého webu se jedná také o metodiku označenou jako „*Pravidla tvorby přístupného webu*“ která vznikla pod záštitou ministerstva informatiky v rámci novelizace Zákona 365/2000 SB. O informačních systémech veřejné správy. Jedná se o zákon, který od roku 2008 mimo jiné přímo vyžaduje přístupnost webů státní správy. Pro hodnocení přístupnosti v naší studii jsme vybrali tři následující kritéria:

(1) Dostupnost a čitelnost obsahu webových stránek
(2) Zřetelnost a návodnost odkazů.
(3) Technická způsobilost kódu a správné vyznačování struktury dokumentu.

Cílem této části studie není provést kompletní audit přístupnosti jednotlivých webů, proto jsme se omezili pouze na výše zmíněná kritéria a dodržování přístupnosti jsme kontrolovali pouze na titulní stránce webu a dvou dalších, náhodně vybraných stránkách.

6.1 Dostupnost a čitelnost obsahu webových stránek

Jádrem tohoto požadavku je zachování dostupnosti všech informací, které jsou uživateli předkládány jinak než v textové podobě, tedy dostupnost informací bez ohledu na to, zda zařízení uživatele podporuje či nepodporuje doplňky, které nejsou standardně podporovány všemi zařízeními – jde především o JavaScript, technologii Flash, kaskádové styly a další. V případě obrázků, které nenesou informační hodnotu (grafika webu) je naopak žádoucí, aby žádný alternativní text neobsahovaly. Text na webu pak musí být čitelný i pro uživatele, kteří nedisponují perfektním zrakem.

Důsledkem porušení těchto zásad je nepřístupnost webu například pro osoby s vadou zraku nebo pro uživatele, kteří přistupují k internetu prostřednictvím mobilních zařízení.

6.1.1 ČSSD

Interstitial webu www.cssd.cz je tvořen jedním obrázkem. Tento obrázek obsahuje nejen text, ale především několik odkazů. Proto je bezpodmínečně nutné, aby text v obrázku měl textovou alternativu. Toto je na stránce splněno, všechny odkazy textovou alternativu mají. I obrázky na ostatních stránkách textovou alternativu mají. Výjimkou jsou pouze fotografie politiků, a to i v případě, kdy jsou odkazem.

Levé navigační menu je vytvořené JavaScriptem. I bez funkčního JavaScriptu jsou však všechny položky navigace dostupné.

6.1.2 KDU-ČSL

Obrázky, které nesou informační hodnotu obvykle mají alternativní text správný. Alternativní text mají ale také obrázky, které informační hodnotu nenesou, takže uživatel bez podpory obrázků pak vidí (a uživatel s hlasovou čtečkou slyší) zcela zbytečné informace jako např. „Dělicí linka mezi články“. Takovýto způsob obtěžování uživatelů je zcela nevhodný.

Web je tvořen pomocí kaskádových stylů jen částečně, proto při jejich nedostupnosti získá návštěvník webu zcela nečitelnou směs obrázků a textu.

Obr. 20: *Technicky špatně zvládnutý web se při nedostupných kaskádových stylech stává velmi špatně čitelným.*

Odkazy v horní navigaci, levém i pravém sloupci mají velikost písma zadanou ve fixních jednotkách a proto písmo nejde ve všech prohlížečích zvětšit.

6.1.3 KSČM

Většina obrázků na webu www.kscm.cz má vhodnou textovou alternativu. Bez podpory kaskádových stylů je web perfektně čitelný a na žádných dalších technologiích web závislý není.

6.1.4 ODS

Obrázky na webu www.ods.cz svou textovou alternativu mají. Většinou správně. Poměrně nešťastné i úsměvné pochybení ale vzniklo u loga strany, jehož alternativní text zní „Veselé Velikonoce!“ (a to už jsou Velikonoce dávno za námi).

Web vůbec neumožňuje uživateli zvětšit si písmo. Díky již tak malému písmu proto bude pro mnoho lidí hůře čitelný.

6.1.5 Strana zelených

Web je dobře přístupný i bez podpory netextových prvků..

6.2 Zřetelnost a návodnost odkazů

Odkazy dávají uživatelům internetu možnost se po webu pohybovat. Proto je důležité, aby odkazy byly snadno odlišitelné od okolního textu, ideálně barvou i podtržením. Zároveň by takovým způsobem neměl být odlišen text, který odkazem není.

Text odkazu musí jednoznačně popisovat jeho cíl tak, aby návštěvník pochopil kam odkaz směřuje i bez okolního kontextu. Ze stejného důvodu by se pak na stránce nemělo vyskytovat více odkazů se stejným textem, ale různým cílem.

U odkazů, které vedou na jiný typ dokumentu než HTML stránku (např. PDF, DOC, apod.) by měla být informace o tom, na jaký typ souboru odkaz směřuje i o tom, jakou datovou velikost cílový dokument má.

V případě porušení těchto pravidel mohou mít problémy bez výjimky všechny skupiny uživatelů. Výrazné problémy pak mohou mít v případě nevhodně zvolených textů odkazů uživatelé používající hlasovou čtečku. Pokud „čtou“ jen odkazy, je nutnost srozumitelnosti bez okolního kontextu bezpodmínečná.

6.2.1 ČSSD

Odkaz „Volební program“ na interstitialu webu vede na PDF soubor s volebním programem. Uživatel není předem nijak informován o tom, na jaký typ souboru odkaz vede a přestože se jedná o velmi objemný dokument, není uživatel informován ani o jeho velikosti.

Odkazy webu jsou dobře odlišeny a jejich text obsah cílového dokumentu popisuje správně.

6.2.2 KDU-ČSL

Odkazy jsou odlišovány od okolního textu pouze tak, že mají jinou barvu. Některé odkazy mají dokonce zcela totožný vzhled jako obyčejné nadpisy. Tím je návštěvníkovi velmi znesnadněno používání webu.

Kam odkazy směřují je většinou z jejich textů jasné, výjimkou je několik odkazů s textem „Tisková zpráva“ na úvodní stránce, které směřují každý na jiný článek s tiskovou zprávou.

6.2.3 KSČM

Kromě odkazů na články na titulní stránce webu jsou odkazy odlišovány zřetelně. Nejednoznačný je text u odkazů „celý článek“, protože se na stránce objevuje mnohokrát a pokaždé se týká jiného dokumentu.

6.2.4 ODS

Odkazy od okolního textu podtržením odlišovány nejsou, v některých případech nejsou odlišovány ani barvou. Většinou mají odkazy i vhodně zvolený text. Ne zcela vhodné je vytváření odkazů z celých odstavců textu, jak je tomu na úvodní stránce.

6.2.5 Strana zelených

Část odkazů není odlišena od ostatního textu stránky ani barvou. Odkazy vedoucí na stažení volebního programu vedou přímo na PDF soubor, aniž by tak byly označeny nebo byla uvedena velikost cílového souboru.

6.3 Technická způsobilost kódu a správné vyznačování struktury dokumentu

Technická způsobilost a sémantická správnost kódu webu je základním předpokladem pro to, aby se k informacím prezentovaným na webu dostali i ti uživatelé, kteří nemohou vnímat vizuální podobu dokumentu, například uživatelé používající hlasové čtečky.

Aby bylo toto pravidlo splněno, musí být prvky stránek správně vyznačovány – tedy nadpisy musí být označovány jako nadpisy, seznamy jako seznamy, atd. Nestačí pouze, aby nadpisy byly vytvářeny např. zvětšením písma.

6.3.1 ČSSD

Prvky stránky jsou vyznačovány relativně dobře. Výjimku, která je však značnou chybou tvoří hlavní nadpis stránky, který není jako nadpis označen vůbec.

6.3.2 KDU-ČSL

Nadpisy stránek, odstavce ani seznamy správně vyznačovány nejsou. Navíc jsou některé prvky zcela chybně používány pouze pro např. vytváření vertikálních mezer, místo aby za tímto účelem byly použity kaskádové styly (CSS).

6.3.3 KSČM

Po technické stránce je web vytvořen správně. Jednotlivým prvkům stránky je přiřazován správný sémantický význam. Za chybu může být považováno přeskočení druhé úrovně nadpisů na některých stránkách.

6.3.4 ODS

Struktura webu není zcela správná, například je vynecháván hlavní nadpis stránky i nadpis druhé úrovně. Ani seznamy na stránce nejsou vyznačovány správně.

6.3.5 Strana zelených

Správně nejsou vyznačovány seznamy, vyznačování nadpisů není na stránkách použito vůbec.

6.4 Celkové zhodnocení

Weby politických stran mají s přístupností většinou spíše **potíže**. **Dobře si stojí pouze weby ČSSD a KSČM.** Pokud bychom odhlédli od problémů, které nepřístupný web způsobí běžnému uživateli, pro hendikepované uživatele často může znamenat nemožnost web jakkoliv používat. A přitom právě web by měl být pro hendikepované uživatele nejsnáze dostupným zdrojem informací. Z tohoto úhlu pohledu to vypadá, že strany nejenže nemají zájem o každý hlas, ale nebojí se ani celou skupinu potenciálních voličů odříznout.

Pro větší přehlednost jsou výsledky shrnuty do následující tabulky.

Politická strana	*Dostupnost a čitelnost obsahu*	*Zřetelnost a návodnost odkazů*	*Technická způsobilost*	*Přístupnost webu celkem*
ČSSD	9	8	8	**25**
KDU-ČSL	3	4	0	**7**
KSČM	10	7	9	**26**
ODS	6	5	5	**16**
Strana zelených	10	4	3	**17**

Legenda

… bez výraznějších problémů … nedostatky … hrubé chyby

Tab. 7: *Bodové ohodnocení přístupnosti webů jednotlivých politických stran. Bodová stupnice je v rozsahu 0–10 (10 značí nejlepší přístupnost).*