

NÁVŠTĚVNOST PORTÁLŮ A MÍRA VYUŽITÍ JEJICH NÁSTROJŮ A SLUŽEB - PŘÍPADOVÁ STUDIE

Miloslava Černá, Petra Poulová

Čas, čas, čas. *Informace kolem nás.*

Tak mnoho informací a tak málo času. Kolik času jsme ochotni věnovat současnému nejfrekventovanější využívanému zdroji informací?

Úvod

Invaze informačních a komunikačních technologií zasáhla téměř do všech oblastí lidské činnosti.

Převratným jevem se stal Internet, který představuje neomezený doposud nesnadno limitovaný prostor sloužící k zveřejňování aktuálních informací, komunikaci, ukládání různých dokumentů a k následnému čerpání a využívání těchto informací v jednotlivých oblastech lidské činnosti, ať již ryze odborné nebo zájmové.

Prostor Internetu se stále širší paletou služeb a se stále bohatšími zdroji zatím limitován není, ale člověk ano. **Je limitován časem**, pomíneme-li pro daný okamžik jeho schopnosti.

1. Téma studie

Jádrem studie „**Návštěvnost portálů a míra využití jejich portálových nástrojů a služeb**“ bylo zjistit, jak významným fenoménem je v současnosti webový portál; kolik času v portálech uživatelé tráví, bez ohledu na to, jestli je k tomu vedou důvody profesní či zájmové. V případové studii bylo zkoumáno a porovnávalo kolik času stráví respondenti z řad studentů a akademických pracovníků ve vybraných typech portálů. Druhá oblast studie byla zaměřena na portálové služby a jejich rozsah včetně četnosti využití.

1.1 Vymezení pojmu portál

Portály jsou v odborné literatuře definovány různými způsoby v závislosti na specializaci autora a zaměření publikace či studie.

Téměř dekádu stará definice portálu je navzdory času nadále platná, i když popisuje portály v jejich prvotní podobě soustředěné výhradně kolem informací. Isaacs definuje portál jako „jednotný přístup k hledání potřebných informací pomocí prohlížeče, nezávisle na tom odkud informace pocházejí a jak a kým byly vytvořeny“. [6]

Současné definice zdůrazňují význam portálových služeb, čímž rozšiřují původní výsadní roli portálu coby vyhledávače. V souvislosti s portálovými řešeními se operuje s pojmy integrace a agregace. V prostředí internetových technologií je portál dle Plachého jedním z přístupů k integraci aplikací [10]. Gála pojímá portál jako jednotné rozhraní, ve kterém lze pracovat s běžnými službami a nástroji jako jsou, například zpravodajství a komunikace, mimo to je v něm zaručen přístup k všeobecným aplikacím jako jsou vlastní stránky a blogy, a k aplikacím specializovaným, například slovníkům. [4]

Pro potřeby této studie byla stanovena následující zjednodušená definice portálu. „**Portál je webovým serverem nabízejícím a poskytujícím stále se rozšiřující škálu služeb. Portál není jen databází k vyhledávání informací a katalogem odkazů. Neodmyslitelnou součástí většiny portálů jsou e-mailové služby, diskusní fóra, průběžně aktualizované zpravodajství a reklamy.**“

1.2 Druhy portálů

Podobně jako v případě definice portálu není možné určit ani univerzální rozdělení portálů. Rozdíly v kategorizaci se u jednotlivých autorů až propastně liší. Pro ilustraci uvádíme několik možných přístupů ke členění portálů.

Collins [1] vymezuje čtyři portálové kategorie:

- podnikový informační portál,
- e-business a e-commerce portál,
- mobilní komerční portál
- internetový portál.

Často používaný termín podnikový znalostní portál představuje kombinaci několika typů portálů do jednoho uceleného řešení. Rozdělení portálů na horizontální a vertikální je elementární a historicky nejstarší rozdělení, ale dle výše zmiňované autorky jsou horizontální a vertikální portály zařazeny pouze do podnikových informačních portálů.

Gála v obšírné publikaci Podniková informatika předkládá ještě detailnější členění portálů [4]:

- dle funkcionality řešení:
 - podnikový aplikační portál,
 - portál pro podporu spolupráce,
 - portál pro podporu rozhodování,
 - znalostní portál,
- dle orientace na
 - přístup k datům,
 - koncového zákazníka,
 - prodej,
 - podporu procesů,
 - výměnu informací on-line,
 - e-learning,
- dle orientace na segment trhu:
 - horizontální portály,
 - vertikální,
- dle SW řešení,
- klasifikace dle hlediska typu uživatele (B2E, B2C, B2B).

Uvedené klasifikace byly pro potřeby studie vyhodnoceny jako komplikované pro běžného uživatele a pro potenciálního respondenta průzkumu zatěžující. S ohledem na hladký průběh šetření bylo členění portálů zjednodušeno, aby odpovídalo zvyklostem respondentů. Pro potřeby studie byla tedy vytvořena **vlastní kategorizace**:

- portály vyhledávací,
- portály všeobecné,
- portály zpravodajské,
- portály jazykové,
- portály jiné - nezařazené.

2. Metodologie

Na začátku roku 2008 byl sestaven **dotazník** „Průzkum využití portálů“ zaměřený na běžně navštěvované portály v České republice. Konečné znění otázek bylo upraveno na základě **interview**, které předcházelo vydání finální verze dotazníku. Protože se v tomto **předvýzkumu** projevila nežádoucí nejasnost některých odborných pojmů, která by v průběhu zadávání a vyplňování dotazníku

mohla způsobit komplikace a nejednoznačné chápání otázek, byla zvolena výše uvedená zjednodušená kategorizace portálů. Zjednodušena byla též formulace dotazů, aby respondenti nemuseli řešit terminologické nejasnosti. Z široké škály nástrojů a služeb, které jsou nabízeny v portálových řešeních, byl pro potřeby dotazníkového šetření učiněn užší výběr: vyhledávání, e-mail, chat, fórum, informace, poslech hudby, slovník, nákup, vzdělávání a jiné, do sekce „jiné“ byly sloučeny všechny ostatní nejmenované služby.

Respondenti šetření byli studenti a akademičtí pracovníci z Fakulty informatiky a managementu, Univerzity Hradec Králové. Výzkumný vzorek byl vytvořen metodou dostupného výběru a byl složen z dvaceti pěti akademických pracovníků a šedesáti pěti studentů.

Dotazník byl vypracován jako anonymní.

3. Rozbor výsledků

V první etapě proběhlo zpracování a vyhodnocení nashromážděných dotazníkových dat pro popisnou statistiku pomocí tabulkového procesoru. Niže uvedené grafy ilustrují výsledky šetření. Následným krokem bylo zpracování dat v statistickém programu NCSS 2000. K vyhodnocení času stráveného v jednotlivých portálových kategoriích byly použity podrobný parametrický Studentův T-test a neparametrický test Mann-Whitney. Podobným způsobem byly zpracovány i využívané portálové služby.

3.1 Věkové složení respondentů

Akademičtí pracovníci byli ve výzkumném vzorku výrazně zastoupeni ve třech kategoriích:

- deset vyučujících spadalo do věkové kategorie do třiceti pěti let,
- osm do kategorie do čtyřiceti pěti let a
- šest do kategorie do šedesáti pěti let.

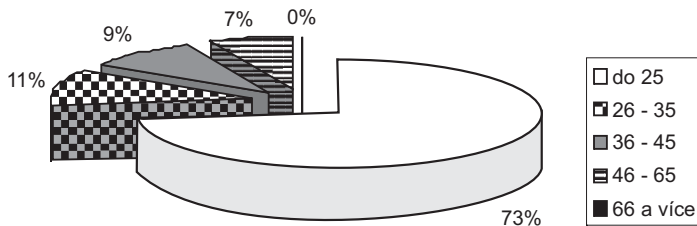
Pouze jeden akademický pracovník patřil do věkové kategorie do 25 let.

V případě studentů bylo věkové složení homogenní, všech šedesát pět studentů bylo ve věkové kategorii do dvaceti pěti let. Věkové složení respondentů názorně ilustruje Obr. 1.

3.2 Typy portálů

Podle výsledků šetření zaujímá mezi **vyhledávacími portály** jednoznačně první místo Google;

Obr. 1: Věkové složení respondentů



Zdroj: vlastní

85 respondentů z celkových 90 uvedlo že využívá právě tento vyhledávací portál. Naproti tomu pouze devět respondentů uvedlo že, navštěvuje pravidelně internetový portál Yahoo a pět označilo navíc i jiné vyhledávací portály (viz Obr. 2).

Zajímavé bylo zjištění, že mezi akademickými pracovníky a studenty panuje shoda v návštěvnosti jednotlivých vyhledávacích portálů. Z Obr. 3 je patrné, že jak vyučující, tak studenti výhradně preferují portál Gogole; až na jednoho, všichni akademičtí pracovníci navštěvují Google a jen dva Yahoo, z šedesáti pěti studentů jich šedesát jeden navštěvuje Google a sedm Yahoo. Čtyři studenti a jeden vyučující označili návštěvnost i jiného vyhledávacího portálu.

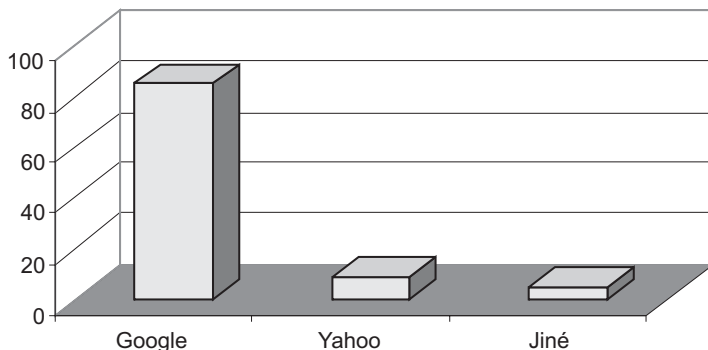
Z pohledu **všeobecných portálů**, nejčastěji využívaným portálem jak vyučujícími, tak studenty je Seznam, přibližně třetinovou pozici zaujímá Centrum. Čtyřikrát respondenti zmínili portál Atlas, pokud v odpovědi uvedli návštěvnost i jiných všeobecných portálů. Za povšimnutí stojí fakt, že z celkového

množství studentů pouze čtyři označili návštěvnost i jiného všeobecného portálu. Naproti tomu celá pětina akademických pracovníků uvedla, že zavítá i do jiných všeobecných portálů než Seznam a Centrum. Preference respondentů zachycuje Obr. 4.

Návštěvnost dvou nejběžnějších českých zpravodajských portálů, kterými jsou Novinky a iDnes, je jak ilustruje Obr. 5 v porovnání s předchozími příklady o trochu vyrovnanější. Obě skupiny respondentů preferují druhý výše jmenovaný portál: deset vyučujících navštěvuje portál iDnes a jen šest Novinky, u respondentů z řad studentů je rozdíl nepatrně nižší, je jich dvacet osm ku třiceti pěti ve prospěch portálu iDnes. Celkem sedmkrát respondenti uvedli v kategorii „jiné“ zpravodajský portál Aktualne. I v tomto případě jsou vyučující v porovnání se studenty častějšími návštěvníky i jiných zpravodajských portálů (6:25, 8:65).

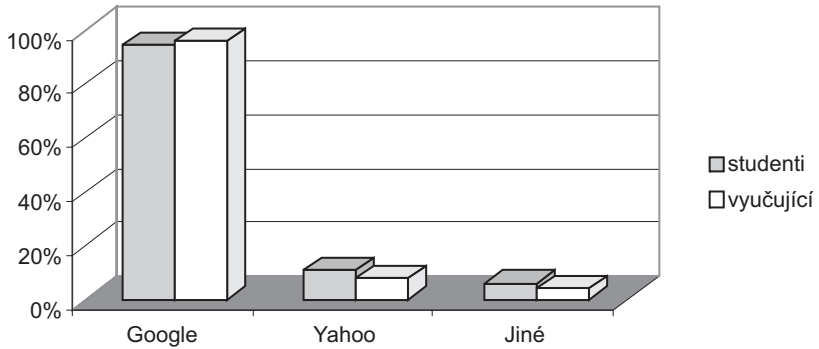
Pouze v případě návštěvnosti **jazykových portálů** je patrna značná disproporce mezi studenty a akademickými pracovníky. Nabízený seznam

Obr. 2: Návštěvnost vyhledávacích portálů (v nominálních hodnotách)



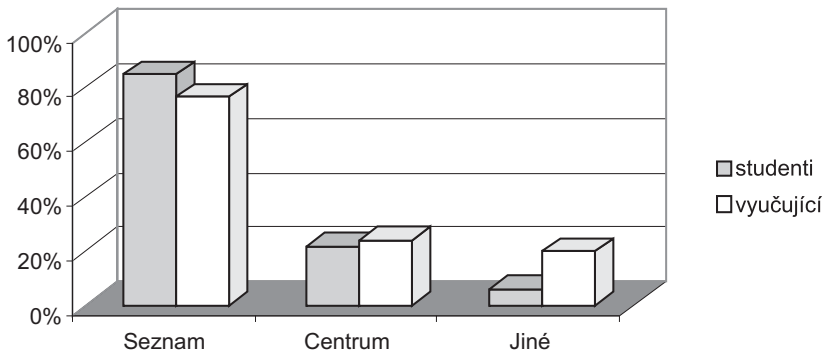
Zdroj: vlastní

Obr. 3: Srovnání návštěvnosti vyhledávacích portálů studenty a akademickými pracovníky



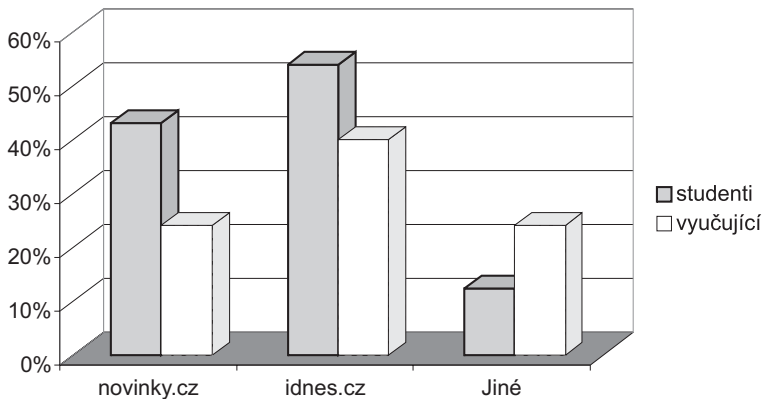
Zdroj: vlastní

Obr. 4: Srovnání návštěvnosti všeobecných portálů studenty a akademickými pracovníky



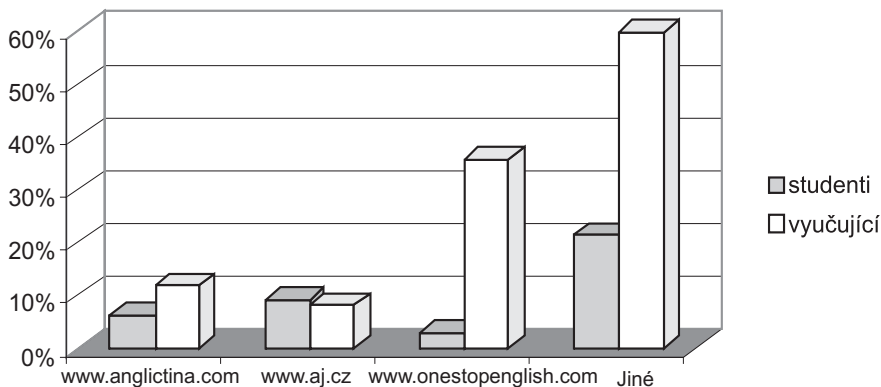
Zdroj: vlastní

Obr. 5: Srovnání návštěvnosti zpravodajských portálů studenty a akademickými pracovníky



Zdroj: vlastní

Obr. 6: Srovnání návštěvnosti jazykových portálů studenty a akademickými pracovníky



Zdroj: vlastní

portálů byl založen na závěrech vycházejících z interview s vyučujícími anglického jazyka.

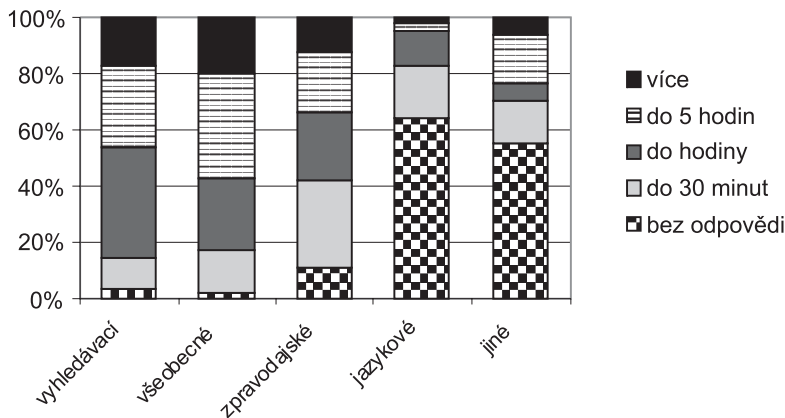
Z výsledků šetření vyplývá, že pouze necelá polovina studentů jazykové portály navštěvuje. Jen čtyři studenti navštěvují portál Anglictina a šest studentů portál Aj. Ve zbyvajících čtrnácti výskytech případech studenti uvedli některý z portálových slovníků. Sofistikovaný portál One-stopenglish je studentům neznámý, naproti tomu devět z dvaceti pěti akademických pracovníků jej pravidelně navštěvuje. Více jak polovina vyučujících dále využívá slovníkové portály, např Meriam-webster on-line slovník (viz Obr. 6).

3.3 Frekvence využívání portálů

Šetření bylo zaměřeno zvláště na získání a porovnání dat o době strávené ve výše jmenovaných typech portálů.

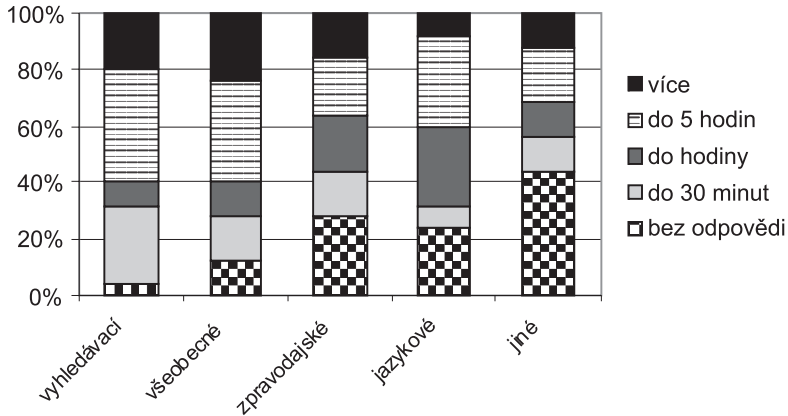
Obr. 7 názorně ukazuje čas, který stráví studenti týdně v jednotlivých typech portálů. Z výsledků šetření je patrné, že studenti nejvíce navštěvují všeobecné portály. Bylo zjištěno, že 57 % respondentů z řad studentů uvádí, že se ve všeobecných portálech pohybuje více než hodinu týdně, a 20 % dokonce více než pět hodin týdně. Velmi často studenti navštěvují i vyhledávací portály, v nichž nejčastěji tráví do hodiny týdně. Podobně ve zpra-

Obr. 7: Čas strávený studenty týdně v jednotlivých typech portálů



Zdroj: vlastní

Obr. 8: Čas strávený akademickými pracovníky týdně v jednotlivých typech portálů



Zdroj: vlastní

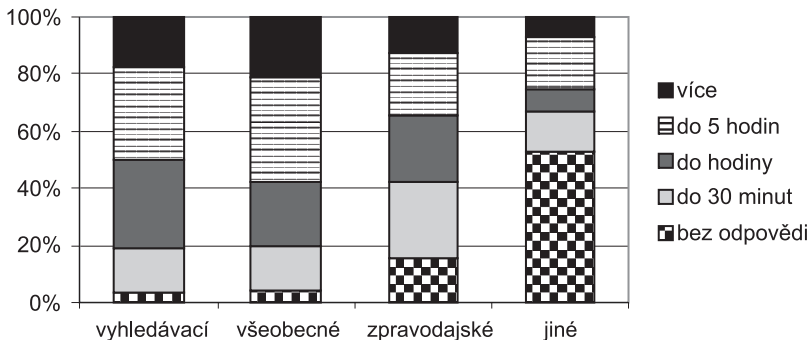
vodajských portálech stráví téměř třetina studentů (31 %) do půl hodiny týdně. V jazykových a jiných typech portálů tráví studující výrazně méně času.

V případě akademických pracovníků lze ze zjištěných výsledků vyčíst nejčastější využití vyhledávacích portálů. Využívá je 96 % respondentů a 60 % z nich dokonce nejméně jednu hodinu týdně. Všeobecné portály jsou akademickými pracovníky používány podobně jako studenty. Využívá je 88 % akademických pracovníků, 36 % z nich v rozmezí jedné až pěti hodin týdně. Na rozdíl od studujících využívají akademičtí pracovníci více jazykové (76 %) a jiné (56 %) portály (viz Obr. 8).

Po zpracování dat ve statistickém programu NCSS 2000 se potvrdilo, že se pro portály vyhledávací, všeobecné, zpravodajské a jiné zjištěné výsledky shodují. Studenti a akademičtí pracovníci se neliší v čase stráveném ve vyhledávacích, všeobecných, zpravodajských a jiných portálech. Jak z T-testu, tak z Mann-Whitney testu vyplynulo, že se data obou skupin se shodují a že mezi nimi není statisticky významný rozdíl.

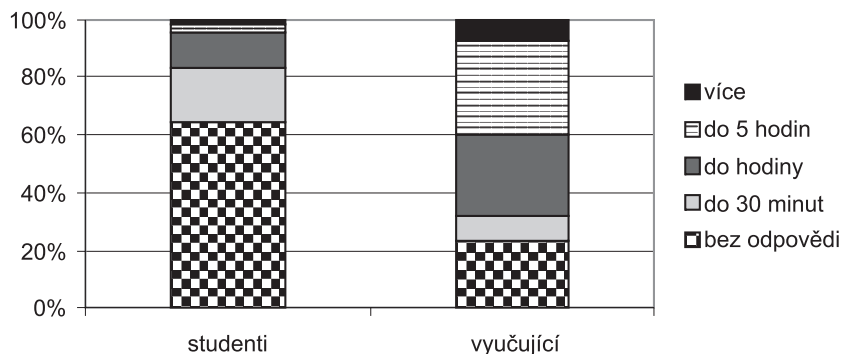
Protože jsou výsledky návštěvnosti vyhledávacích, všeobecných, zpravodajských a jiných portálů pro obě skupiny srovnatelné, lze sestavit celkový shrnující graf s daty všech devadesáti respondentů (Obr. 9).

Obr. 9: Čas strávený týdně ve vyhledávacích, všeobecných, zpravodajských a jiných portálech



Zdroj: vlastní

Obr. 10: Čas strávený týdně ve jazykových portálech studenty a akademickými pracovníky



Zdroj: vlastní

Nejvíce jsou respondenty využívány vyhledávací portály - 81% respondentů v nich tráví minimálně 30 minut týdně a dalších 16% je používá do 30 minut týdně. Třetina respondentů tráví ve vyhledávacích portálech čas v rozmezí jedné až pěti hodin týdně a další téměř třetina 30 minut až hodinu týdně. Všeobecné portály využívá 96% respondentů, největší četnost odpovědí (37%

respondentů) je v časovém intervalu od jedné do pěti hodin týdně. V návštěvnosti zpravodajských portálů je nejvíce zastoupena kategorie do třiceti minut - více než čtvrtina respondentů v nich tráví maximálně půl hodiny, více jak pětina respondentů hodinu týdně a další pětina do pěti hodin týdně. Jen necelých patnáct procent respondentů se pohybuje ve zpravodajských portálech více jak

Obr. 11: Výňatek Two-Sample Test Reportu pro jazykové portály

Two-Sample Test Report

Page/Date/Time: 1 3.2.2008 14:21:17
Database

Descriptive Statistics Section

Variable	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95% LCL of Mean	95% UCL of Mean
O1S5	23	1.652174	0.8316848	0.1734183	1.292526	2.011822
O1V5	19	2.526316	0.8411911	0.1929825	2.120875	2.931757V

Note: T-alpha (O1V5) = 2.0739, T-alpha (O1S5) = 2.1009

Confidence-Limits of Difference Section

Variance Assumption	DF	Mean Difference	Standard Deviation	Standard Error	95% LCL of Mean	95% UCL of Mean
Equal	40	-0.8741419	0.835976	0.2591658	-1.397936	-0.3503482
Unequal	38.35	-0.8741419	1.182921	0.2594535	-1.399221	-0.3490624

Note: T-alpha (Equal) = 2.0211, T-alpha (Unequal) = 2.0238

Equal-Variance T-Test Section

Alternative Hypothesis	T-Value	Prob Level	Decision (5%)	Power (Alpha=.05)	Power (Alpha=.01)
Difference <= 0	-3.3729	0.001662	Reject Ho	0.908392	0.744216
Difference < 0	-3.3729	0.000831	Reject Ho	0.952557	0.824182
Difference > 0	-3.3729	0.999169	Accept Ho	0.000000	0.000000

Difference: (O1V5)-(O1S5)

Zdroj: vlastní

Tab. 1: Využití služeb portálu studenty a akademickými pracovníky (absolutní četnost)

	denně		týdně		měsíčně		ročně		vůbec	
	vyučující	studenti	vyučující	studenti	vyučující	studenti	vyučující	studenti	vyučující	studenti
vyhledávací	17	60	5	3	0	0	0	0	3	2
e-mail	24	58	0	3	1	1	0	0	0	3
chat	3	2	4	8	0	4	0	2	18	49
fórum	1	12	3	15	1	3	0	0	20	35
informace	22	45	0	13	0	0	0	0	3	7
poslech hudby	6	8	3	14	1	7	1	1	14	35
slovník	16	15	7	36	1	5	0	1	1	8
Nákup	0	0	3	5	10	20	2	11	10	29
vzdělávání	14	24	3	20	4	2	0	1	3	18
jiné	1	13	3	3	2	1	0	0	19	48

Zdroj: vlastní

pět hodin týdně. V případě jiných portálů se do popředí se dostal portál wikipedie, který zmínilo dvacet šest respondentů.

Při statistickém zpracování dat byl zjištěn statisticky významný rozdíl mezi frekvencí využívání jazykových portálů studenty a akademickými pracovníky. Z 65 studentů pouze dvacet tři uvedlo, že navštěvuje jazykové portály; necelá pětina v nich stráví maximálně půl hodiny týdně a jen kolem sedmnácti procent studentů uvedlo delší časový interval. Zatímco devatenáct respondentů z řad vyučujících uvedlo, že pravidelně navštěvuje jazykové portály; z čehož téměř třetina v nich tráví hodinu týdně a další třetina čas do pěti hodin týdně (Obr. 10).

Ukázka Obr. 11 je vzata z Two-Sample Test Reportu zpracování údajů vztahující se k času strávenému v jazykových portálech. Oba testy, T-test a Mann-Whitney test, vykazují, že ve výsledcích je statisticky významný rozdíl.

3.4 Portálové služby

Jak bylo výše zmíněno, z široké plejády nástrojů a služeb, které jsou nabízeny v portálových řešeniích, byly do šetření zahrnuty:

- vyhledávání,
- e-mail,
- chat,
- fórum,

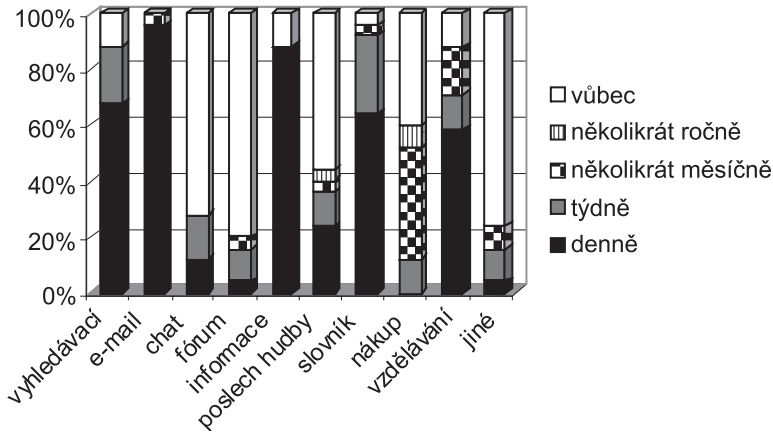
- informace,
- poslech hudby,
- slovník,
- nákup,
- vzdělávání a
- jiné. Do sekce „jiné“ byly svedeny všechny ostatní nejmenované služby.

V centru zájmu šetření byla četnost využívání vybraných služeb.

Dle shromážděných dat nejsou podobně jako v případě frekvence návštěvnosti portálů mezi akademickými pracovníky a studenty významné rozdíly. Četnost odpovědí je zachycena v následující tabulce 1 a Obr. 12 a 13.

Jak je zřejmé z Obr. 12, vysoké procento akademických pracovníků využívá denně následující služby: e-mail, informace, slovník a vyhledávání. V případě e-mailu se jedná téměř o 100% respondentů z řad vyučujících, až 88% z nich se denně zajímá o informace, zbyvajících 10% využití této služby vůbec nevedlo. Slovník využívá denně 64% z nich a téměř 30% jej používá minimálně jednou týdně. Na Internetu nakupuje několikrát měsíčně přes 50% akademických pracovníků, 40% ale nenakupuje na Internetu vůbec. Více než 70% vyučujících vůbec „nechatuje“ a 80% nevstupuje do diskusních fór. Více jak polovina akademických pracovníků neposlouchá hudbu, ale ti poslech využívají poslou-

Obr. 12: Portálové služby využívané akademickými pracovníky



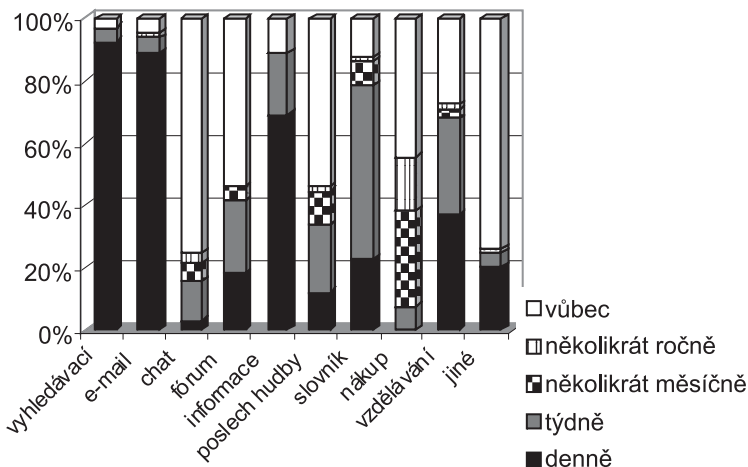
Zdroj: vlastní

chají hudbu z Internetu často, čtvrtina respondentů uvedla poslech hudby denně. Přes polovinu akademických pracovníků uvedlo, že denně využije služby vzdělávání se. Jiné portálové služby zřejmě nejsou pro tuto skupinu zajímavé.

Více než 90% respondentů z řad studentů využívá denně vyhledávací a e-mailové služby (viz Obr. 13). Portál je častým zdrojem informací pro 89% studentů. Poměr využívání služby slovníku je

opačný v porovnání se skupinou akademických pracovníků; denně jej využívá necelá čtvrtina studentů, s týdenní frekvencí více jak polovina. Téměř polovina studentů navštěvuje různá diskusní fóra na rozdíl od pouhé pětiny akademických pracovníků. Jiné hlubší rozdíly nejsou ze šetření patrné. Nákup na Internetu nevyužívá téměř polovina respondentů z řad studentů, téměř třetina studentů nakupuje alespoň jednou měsíčně a ne-

Obr. 13: Portálové služby využívané studenty



Zdroj: vlastní

celých 10% týdně. Rovnoměrně je zastoupena služba vzdělávání; zhruba třetina studentů uvedla, že ji využívá denně, další třetina týdně a třetina ji nevyužívá vůbec. V kategorii služeb „jiné“ je situace obdobná jako u akademických pracovníků, tři čtvrtiny respondentů uvedly, že ji nevyužívají, ale celá pětina ji využívá denně.

Závěr

Portál umožňuje organizovaný pohled do expandujícího světa on-line informací. Postupem doby se tento fenomén vyvíjel a přibíral funkce dle aktuálních požadavků odrážejících rozmach informačních technologií. Tomuto fenoménu se věnuje i studie „Návštěvnost portálů a míra využití jejich nástrojů a služeb“, která byla zaměřena na návštěvnost vybraných typů portálů a na frekvenci využití portálových služeb.

S ohledem na fakt, že se šetření účastnili převážně respondenti z Fakulty informatiky a managementu, bylo možné předpokládat, že pohyb v portálovém prostředí je pro ně přirozený. Hlavní otázkou tedy bylo zjistit, jak velké časové zatížení pro ně používání portálů představuje.

Mezi studujícími a akademickými pracovníky nebyl shledán statisticky významný rozdíl v době strávené v jednotlivých typech portálů - v portálech vyhledávacích, všeobecných, zpravodajských a jiných - nezařazených. Jedinou výjimkou byly specializované jazykové portály, ale toto zjištění nelze příliš generalizovat vzhledem k omezenému počtu respondentů jedné skupiny.

Na základě šetření je možné konstatovat, že:

- Přes 35% všech respondentů tráví ve vyhledávacích portálech dobu v rozmezí jedné až pěti hodin týdně, dalších 32% respondentů alespoň hodinu a 16% do 30 minut týdně.
- Pro všeobecné portály až 37% respondentů uvádí, že se v nich pohybuje jednu až pět hodin týdně.
- V případě zpravodajských portálů je toto procento nižší, asi čtvrtina všech dotazovaných uvádí jednu až pět hodin týdně.
- Jiné portály navštěvuje pravidelně dvacet devět studentů z šedesáti pěti a čtrnáct vyučujících z dvaceti pěti. Do popředí se dostal portál wikipedie, který zmínilo dvacet šest respondentů, tedy téměř čtvrtina všech respondentů.

Ze zjištěných výsledků vyplývá vysoká časová zátěž uživatelů portálů.

Druhou výzkumem sledovanou oblastí byly portálové služby, jejich šíře a četnost využívání. Využití služeb bylo v nepatrně větší míře zastoupeno u studentů než u akademických pracovníků.

- Nejvíce jsou s denní frekvencí využívány služby vyhledávání a e-mail, a to u obou skupin.
- Třetí místo mezi využívanými službami náleží informacím; zajímavostí je, že pokud akademičtí pracovníci využívají portály k získávání informací, pak je využívají denně, což uvádí téměř devadesát procent respondentů.
- Další často využívanou službou je vzdělávání prostřednictvím portálů, které uvedlo více než polovina vyučujících a třetina studentů v sekci denního využití.
- Tři čtvrtiny studentů a stejně tak tři čtvrtiny vyučujících vůbec nevyužívají služby „chatu“.
- Vzácná shoda mezi skupinami panuje i v případě možnosti poslechu hudby; více jak polovina všech respondentů uvedla, že hudbu na Internetu vůbec neposlouchá. Oproti tomu čtvrtina vyučujících poslouchá hudbu denně a čtvrtina studentů několikrát týdně.
- Shoda panuje i v případě využívání, popřípadě nevyužívání, „jiných“ - neuvedených služeb, tři čtvrtiny jak studentů, tak vyučujících je nevyužívá. Pětina studentů, která uvedla, že tyto služby využívá, je využívá denně. Tato skutečnost potvrzuje již několikrát zmíněný fakt, pokud je služba využívána, tak s denní, maximálně týdenní frekvencí.
- Diskusní fórum je v podstatě opomíjenou službou pro akademické pracovníky; 80% uvedlo, že je vůbec nevyužívá. U studentů tato služba neoslovuje polovinu respondentů, téměř polovina je ale využívá denně, případně několikrát týdně.

Skutečnost, že portály jsou dnes běžným fenoménem všedního života, výsledky realizované studie jednoznačně potvrzují.

Literatura:

- [1] COLLINS, H. *The Enterprise Knowledge Portals: Next Generation Portal Solutions for Dynamic Information Access, Better Decision, and Maximum results*. 1st ed. New York : AMACOM, 2003. ISBN 0-8144-0708-0.
- [2] ECCHER, C. *Profesionální webdesign: Techniky a vizuální řešení*. 1. vyd. Brno: CP Books a.s. 2005. ISBN 80-251-0547-4.
- [3] EISLER, D. *Selecting and Implementing Campus Portals*. Syllabus, 14 (8) [online]. [cit. 2002-

04-26]. Dostupný z: <[http:// provost.weber.edu/Syllabus/ Campus%20portals.wpd](http://provost.weber.edu/Syllabus/Campus%20portals.wpd)>.

[4] GÁLA, L. et al. *Podniková informatika*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1278-4.

[5] GAVORA, P. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 1. vyd. Brno: Padio, 2000. ISBN 80 85931-79-6.

[6] ISAACS, N. *Types of portals* [online]. [cit. 2008-01-20]. Dostupný z: <<http://websrv.cs.fsu.edu/~projects/cgibin/scavenge/a2/portals.html>>.

[7] JAFFARI, A. *Designing Portals: Opportunities and Challenges*. Information. Suite Science Publishes, 2003. ISBN 1-59140- 108-9.

[8] LI XIAO. *User Satisfaciton with Web Portals. An Empirical Study* [online]. Washington: The George Washington University, 2005. [cit. 2007-05-10]. Dostupný z: <<http://ssli.ee.washington.edu/~lixiao/>>.

[9] PLACHÝ, P. *Webové aplikace a portály. IT Systems*, 2007, č. 3, s. 68-69. ISSN 1802-615X.

[10] SCHELLMANN, B. et al. *Média - základní pojmy - návrhy - výroba*. 1. vyd. Praha: Europa Sobotáes cz, 2004. ISBN 80-86706-06-0.

[11] VITOVSKÝ, A. *Anglicko-český a česko-anglický výkladový slovník Internetu*. 1. vyd. Praha: AV software, 2004. ISBN 80-901428-7-7.

Mgr. Miloslava Černá

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra aplikované lingvistiky
miloslava.cerna@uhk.cz

RNDr. Petra Poulová, Ph.D.

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra informatiky a kvantitativních metod
petra.poulova@uhk.cz

Doručeno redakci: 4. 4. 2008

Recenzováno: 30. 6. 2008

Schváleno k publikování: 3. 10. 2008

ABSTRACT**VISIT RATE OF INTERNET PORTALS AND UTILIZATION OF THEIR TOOLS AND SERVICES****Miloslava Černá, Petra Poulová**

The proliferation of information and communication technologies has influenced nearly all areas of human activities. The Internet represents an unlimited space enabling publishing of current information, supporting new channels of communication, storage of all kinds of documents and their subsequent processing corresponding to professional or personal needs.

Space on the Internet with its extending services and sources is not limited; contrary to a person limited by time, skills or abilities, which are not taken into consideration in this case.

This contribution deals with a case-study Visit Rate of Internet Portals and Utilization of their Tools and Services. Time spent in selected portals was one of the key aspects which was followed in detail. The survey was run in January 2008. The research sample consisted of twenty-five academicians and sixty-five students from the Faculty of Informatics and Management, University of Hradec Králové.

A portal is generally understood as a web server offering and providing a wide scale of services. The most portals cover as integral parts following services: classified information, searching tool, e-mail services, discussions forums, up-to-date news and advertisement. A portal is a living entity changing its content in a dynamics way.

The core of the study was to find out how significant phenomenon the web-portal is at present; how much time people spend in portals aside from professional or nonprofessional reasons. The case study deals with research and comparison of time which informants from the group of students and from a group of academicians spend in selected types of portals. The other part of the study is focused on portal services; their range including frequency of use.

Key Words: case-study, communication channel, internet, information, portal, portal services, survey, utilization of portal, visit rate.

JEL Classification: C42, I21, L86.