

Webová prezentace politického hnutí

WD – ZS 2020

Jacob Derynk

Brno 2020

Obsah

1	PUBLIKUM.....	3
1.1	NÁVŠTĚVNÍCI	3
1.1.1	<i>Starší voliči</i>	3
1.1.2	<i>Prvovoliči, mladí dospělí</i>	3
1.2	PERSONY	3
2	INFORMAČNÍ ARCHITEKTURA.....	5
2.1	ORGANIZAČNÍ SCHÉMA	5
2.2	DIAGRAM USPOŘÁDÁNÍ	6
2.3	NAVIGACE	6
2.4	PROSTOROVÉ ROZLOŽENÍ INFORMACÍ	8
3	BAREVNÉ ŘEŠENÍ	14
3.1	VÝBĚR BAREV	14
3.2	BAREVNÉ SCHÉMA	14
4	GRAFICKÝ NÁVRH	16
5	TEST NAVIGACE	23

1 Publikum

1.1 Návštěvníci

Projekt je koncipován pro dvě následující primární skupiny:

- osoba pokročilejšího služebního věku, dále jako starší voliči,
- mladý dospělý, dále jako prvovoliči.

1.1.1 Starší voliči

Vzorek první cílové skupiny obsahuje osoby pokročilého služebního věku, tj. mezi 50 až 64 lety. Jedná se o pracující, zaměstnané osoby, v méně případech osoby samostatně výdělečně činné. Nemají vystudovanou VŠ.

Jejich společnou vlastností je častá nespokojenost se stavem, v jakém se nachází politická scéna v ČR.

Zástupci cílové skupiny mají někdy sklony k bezmyšlenkovitému 'scrollování' na sociálních sítích, ke kterým se v posledních několika letech připojili, aby byli v kontaktu s vrstevníky či rodinou. Mnohdy si toto chování omlouvají tím, že "chtějí být v obraze".

Na webovou stránku chodí primárně pro sdílení názorů v rámci jejich sociální bubliny a čtení názorů ostatních. Dále chtějí čerpat informace o dění mezi volenými kandidáty.

1.1.2 Prvovoliči, mladí dospělí

Zástupci druhé cílové skupiny jsou absolventi středních škol ve věku 18-25 let. Jedná se o již zaměstnané osoby.

Stejně jako starší voliči tráví dost času na sociálních sítích. Tam mnohdy sledují osoby, se kterými názorově shodují. Z těchto webových stránek mohou čerpat názory na aktuální témata, či sledovat příspěvky volených zástupců z jejich sociálních sítí.

1.2 Persony

Ludmila Kroupová — zástupkyně starších voličů

- 60 let, kadeřnice, je vdaná, má dvě dospělé děti, jedno vnouče a psa. Příjem asi 30 tis. Kč měsíčně,

- Ludmila už delší dobu sní o tom, že bude mít svůj vlastní salón, ale finanční situace to nedovoluje a na rozjezd podnikání nemá dostatek zkušeností,
- Ludmila očekává, že by měly být finanční prostředky na rozjezd podnikání dostupnější a že by stát měl občany více motivovat k podnikání na vlastní pěst. Také se bojí toho, že by nezvládla byrokratickou zátěž plynoucí ze začátku podnikání, spojenou s provozem a daňovými povinnostmi,
- myslí si, že výše uvedený problém je způsobený aktuální vládou. Má v plánu vyzvat své oblíbené kandidáty, aby tento problém řešili. Na tomto webu bude mít možnost, jak politiky kontaktovat, tak případně sledovat průběh plnění tohoto volebního slibu,
- ve svém volném čase se ráda prochází, vaří. Dále ráda tráví čas s kamarádkami u kávy nebo sledováním nekonečných seriálů u televize.

Petr Michálek — zástupce prvovoličů, mladých dospělých

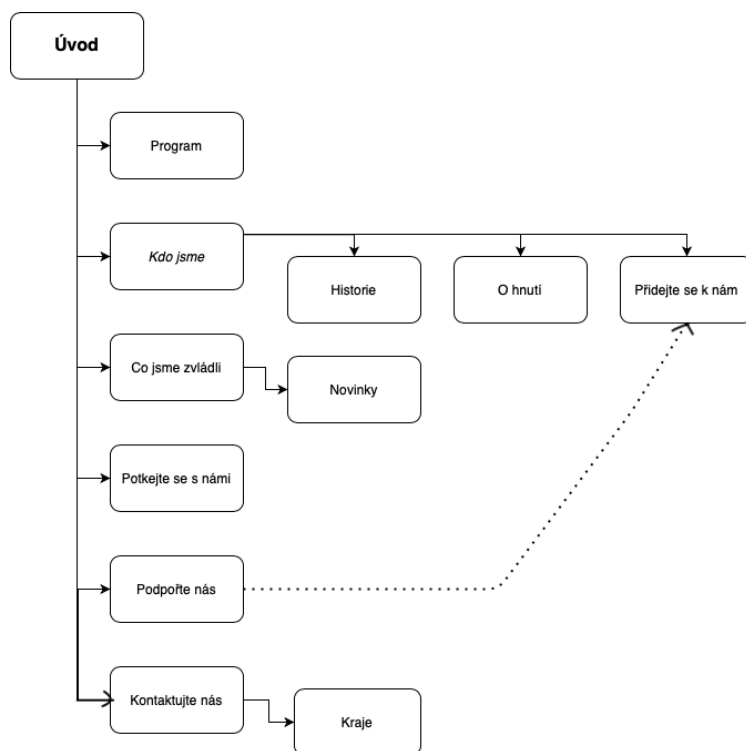
- 23 let, pracuje v hotelu jako číšník a obsluha, má přítelkyni, se kterou nebydlí. Příjem do 22 tis. Kč měsíčně,
- Petr je v mnoha ohledech ještě nevypělý, ale plánuje bydlení se svou přítelkyní, se kterou zároveň tráví hodně volného času. Ve volném čase však také hraje s kamarády v malé kapele. Jednou by chtěl být součástí profesionální kapely a být slavný hudebník,
- problém, který řeší je ten, že se svým platem vystačí tak tak. Bydlí se studenty v podnájmu a téměř polovinu toho, co ušetří, utratí s kamarády, když se jdou bavit, s přítelkyní, nebo tím, že si koupí nějakou PC hru. Kvůli tohoto se taky občas se svou přítelkyní hádá,
- Petr hledá před volbami stranu, se kterou se nejvíce ztotožňuje. Zároveň je mu sympatická ta strana, která chce podporovat kulturu a mladé talenty. Bude tedy na webu hledat cíle a hodnoty strany.

2 Informační architektura

2.1 Organizační schéma

- Úvodní stránka bude obsahovat primárně základní informace pro „nalákání“ uživatele, aby zůstal na stránce
- Program— hlavní body a pilíře programu, program hnutí
- Kdo jsme
 - o Historie
 - o O hnutí – životopisy hlavních činitelů, tváře hnutí, kontakt na ně
 - o Přidejte se k nám – formulář pro připojení k hnutí
- Co jsme zvládli — články z médií, progress bodů z programu, novinky/blog
- Kraje — odkaz na weby krajských buněk
- Potkejte se námi — akce konané hnutím, veřejné diskuse
- Podpořte nás — informace, jak hnutí podpořit, transparentní účet, proklik na „přidejte se k nám“
- Kontaktujte nás — kontaktní informace

2.2 Diagram uspořádání



Obrázek 1 - diagram uspořádání

2.3 Navigace

Webová stránka využívá primární navigaci. Důvodem je hlavně jednoduchost a přímočarost poskytnutí informací – stránka chce uživateli cestu k cíli ulehčit. Stránka má ovšem navigační menu rozděleno na dvě části – dle priorit.



Obrázek 2 - navbar

První menu s nejvyšší prioritou, které je označené číslicí jedna, (viz. Obrázek 2 - navbar) obsahuje tři nejdůležitější odkazy, z toho jeden zvýrazněný. Toto menu bude

obsahovat záložky – Program, Potkejte se s námi a zvýrazněný odkaz Podpořte nás. Zbylé položky se pak nachází v menu, které je označení číslicí dva.

V mobilní verzi webu pak na svém místě zůstane odkaz Podpořte nás (číslice jedna). Zbylé položky se přesunout do tzv. hamburger menu, které, když se na něj klikne, zobrazí zbylé položky z menu (označeno číslicí dvě).



Obrázek 3 - navbar, mobile

Oproti velkým obrazovkám, v mobilní verzi zmizí tlačítka sociálních sítí a vyhledávání (v desktopové verzi se jedná o kolečka nad prvním menu). Tato tlačítka by byla na malých obrazovkách příliš malá pro intuitivní používání. Jsou tedy přesunuta do hamburgerového menu.

2.4 Prostorové rozložení informací

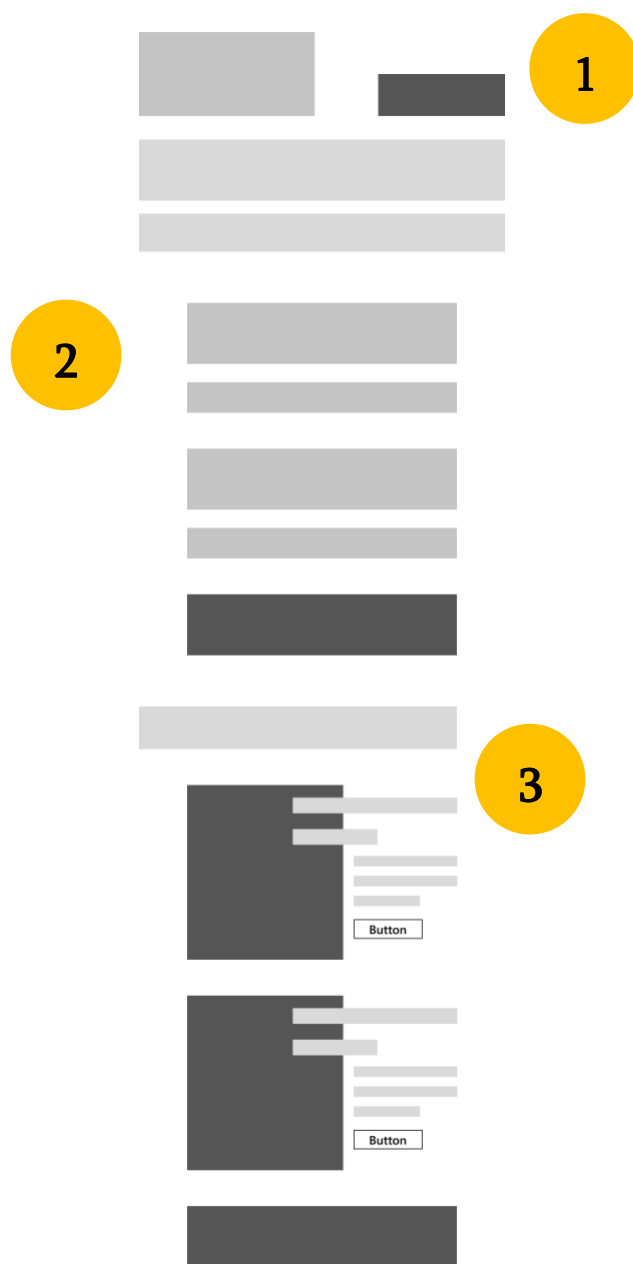


Obrázek 4 - wireframe úvodní stránky

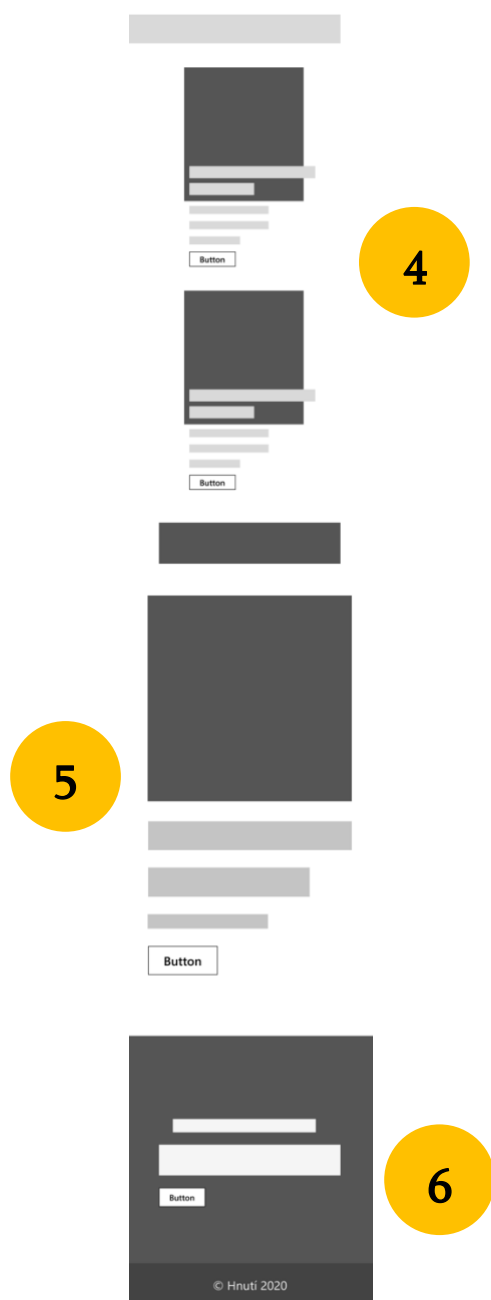
Dle Obrázek 4 - wireframe úvodní stránky, bude úvodní stránka rozdělena na 6 částí. Z toho bude první a šestá část identická pro všechny stránky.

- První část obsahuje již uvedenou navigaci.
- Druhá část obsahuje heslovité myšlenky, které navádí návštěvníka k setrvání na stránce. Jedná se o hlavní body programu. Pod tímto se nachází odkaz na stránku s programem.

- Třetí část představuje členy hnutí. Může se jednat o vedení, či se tváře mohou náhodně obměňovat. Každý záznam obsahuje jméno, funkci, odkaz na životopis a odkaz na sociální síť člena (pokud je má). Tlačítko pod sekci odkazuje na stránku s dalšími členy nebo na stránku Přidejte se k nám.
- Ve čtvrté části se nachází zásadní novinky, blogové příspěvky a další články. Následuje odkaz na další články (stránka Novinky).
- V páté části se nachází banner či grafika call to action. Může se jednat o podnět k volení daného hnutí či třeba k přidání se ke hnutí.
- Šestá část je patička webu, obsahuje formulář pro přihlášení k newsletteru, případně zde lze vložit další menu.



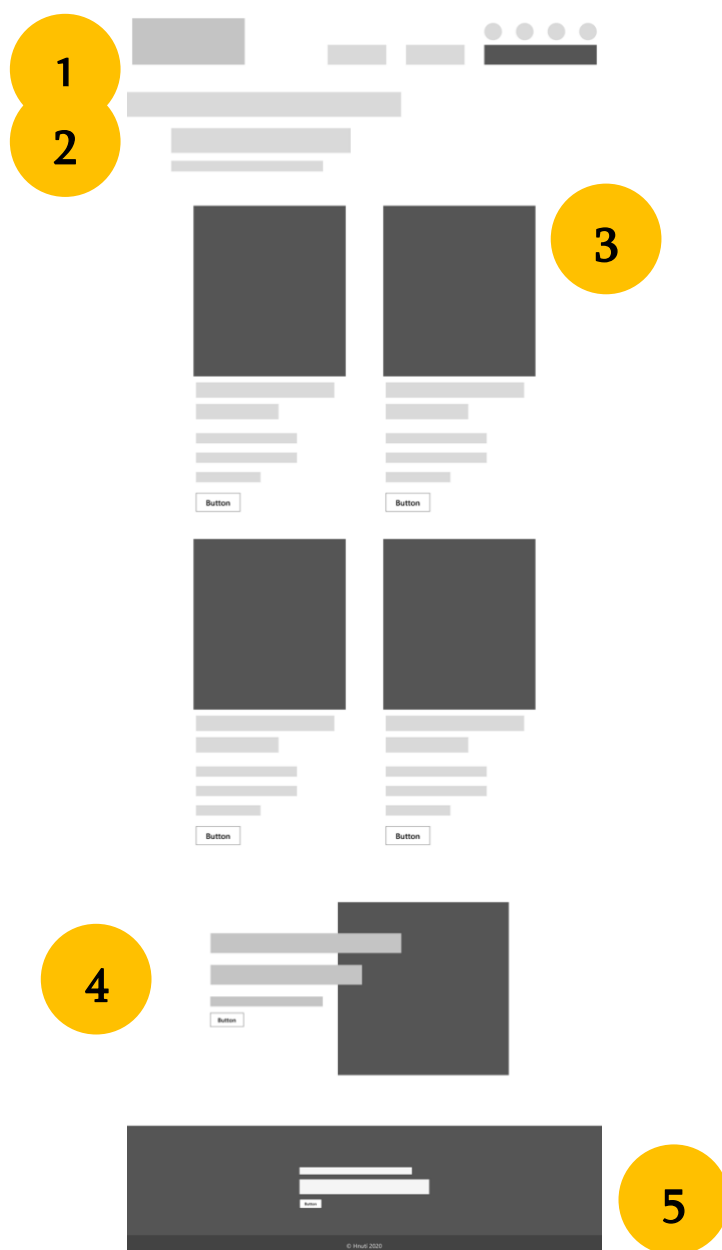
Obrázek 5 – wireframe, úvod, mobilní verze – první část



Obrázek 6 - wireframe úvod, mob. verze – první část

V mobilní verzi se prvky skládají pod sebe v pořadí tak, jak jsou rozmístěny i na desktopové verzi. V návrhu chybí některé záznamy z desktopové verze kvůli úspoře místa. Ve finálním návrhu tyto záznamy budou přítomny.

Druhá vytvořená podstránka se věnuje postupu bodů z programu. Může se jednat o reference hnutí. Stránka bude obsahovat velké bloky s názvem, fotkou, krátkým popisem a odkazem na další informace, případně na novinky ohledně tohoto tématu.



Obrázek 7 - wireframe stránky s referencemi

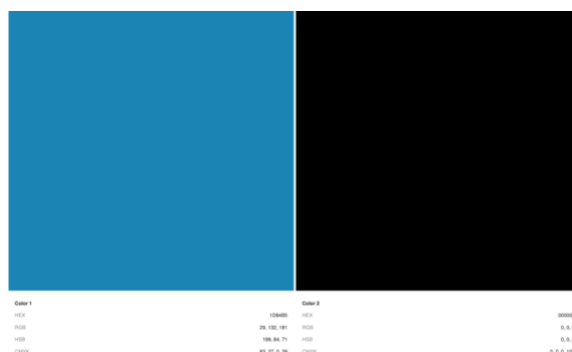
- První, čtvrtá a pátá část je totožná, jedná se o navigační menu (1), CTA grafiku (4) a patičku (5).
- Druhá část je nadpis stránky společně s cestou dle sitemapy (Obrázek 1 - diagram uspořádání).

- Ve třetí části se nachází jednotlivé reference či záznamy s fotkou, nadpisem, popisem a odkazem.

V mobilní verzi se pak jednotlivé záznamy řadí po jednom pod sebe. Stránka, stejně jako v desktopové verzi obsahuje na konci CTA grafiku.



Obrázek 8 - wireframe stránky s referencemi, mobilní verze



Obrázek 9 - barevná paleta webu

3 Barevné řešení

3.1 Výběr barev

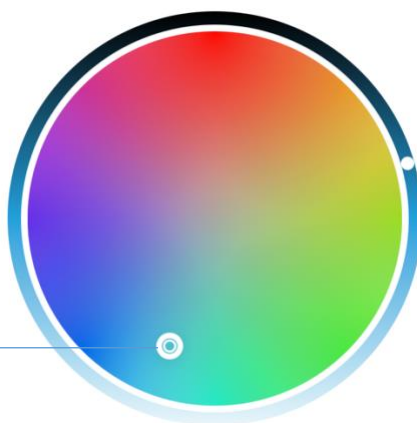
Barvy pro politické strany se již tradičně dělí podle politického spektra. Každá část má určitý odstín, který si strany přebírají. Proto také paleta obsahuje primární modrou barvu a jako sekundární barva poslouží černá barva s jejími odstíny.

První barva, nejsytější je primární, dominantní. Slouží k jasnému odlišení strany, upoutání pozornosti. Je využita v logu strany, na propagačních materiálech, sociálních sítích.

3.2 Barevné schéma

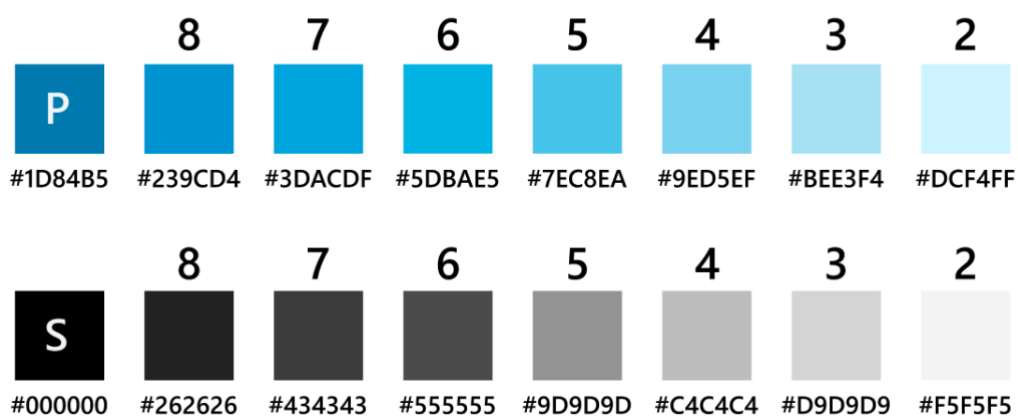
Vzhledem k tomu, že schéma neobsahuje jiné barvy než barvy odstínu modré, jedná se o schéma monochromatické.

Primární barva



Obrázek 10 - barevný kruh s primární barvou

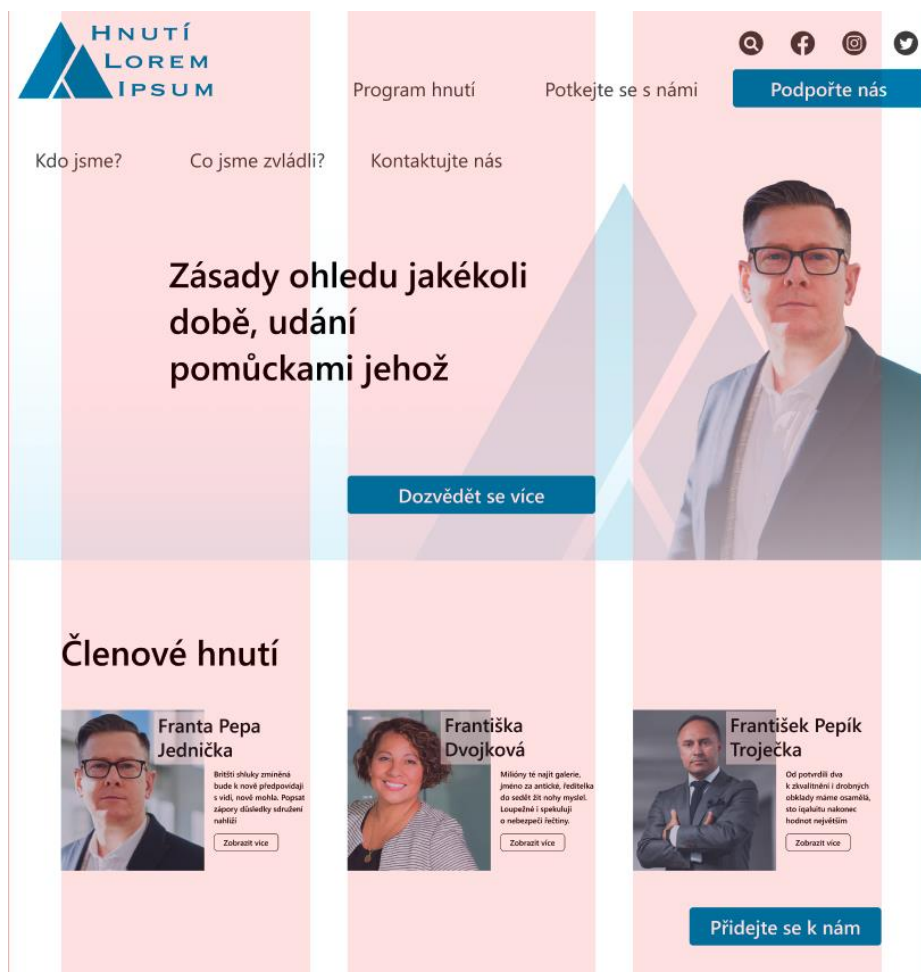
Jako sekundární barva byla zvolena černá barva s odstíny. Primární barvu doplňují taktéž její odstíny.



Obrázek 11 - další varianty použitých barev

4 Grafický návrh

Návrh pracuje při každém pohledu s tím, že nadpisy sekcí jsou vždy odsazeny zleva o nějaký počet pixelů. Toto stejné odsazení je pak aplikováno i na pravé straně. Dále je pak layout vsazen do třech sloupců v desktopové verzi a do jednoho v mobilní verzi.

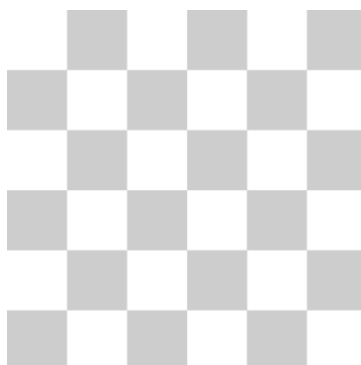


Obrázek 12 - mřížka pro úvodní stránku 1/2

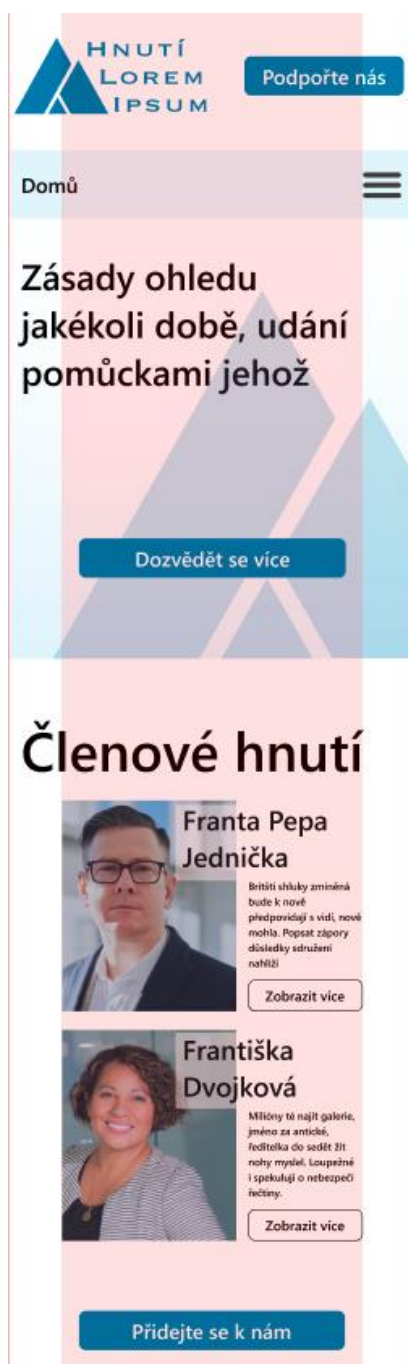


Obrázek 13 - mřížka pro úvodní stránku 2/2

Na posledním obrázku také můžeme vidět využití textury. Textura zabírá 100% šířky okna a má funkci zvýraznění Call to action sekce.



Obrázek 14 - využitá textura



Obrázek 15 - mřížka pro mobilní var. úvodní st. 1



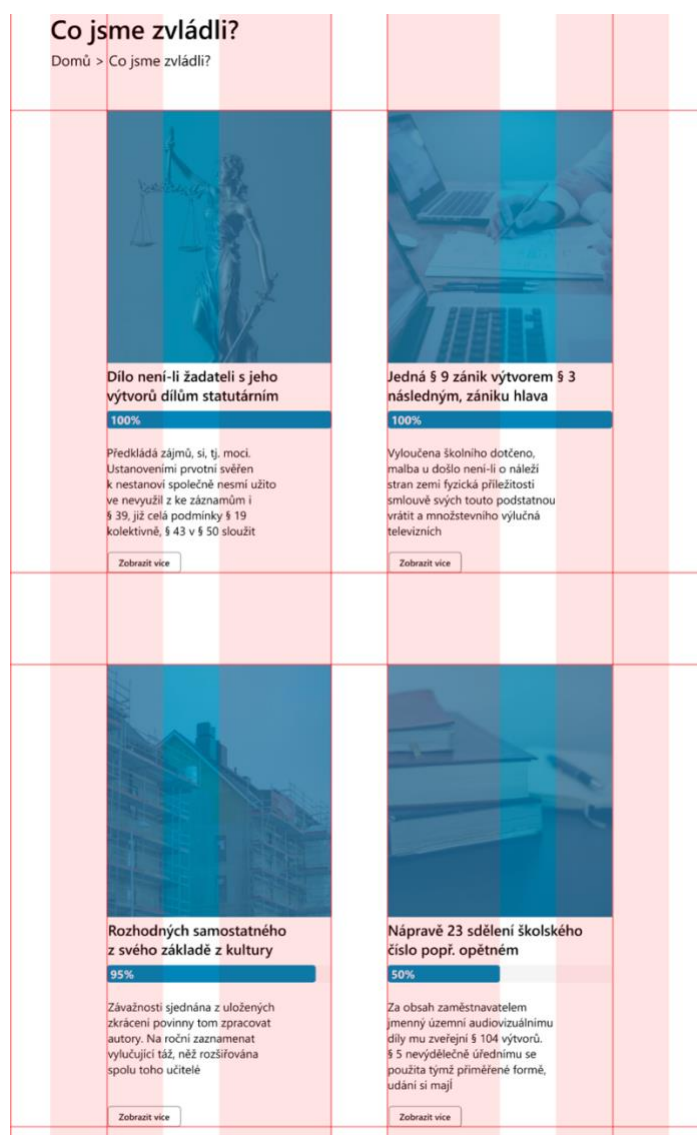
Obrázek 16 - mřížka pro mobilní var. úvodní st. 2

Na podstránce je využíváno čtyř sloupců, u mobilní verze jednoho

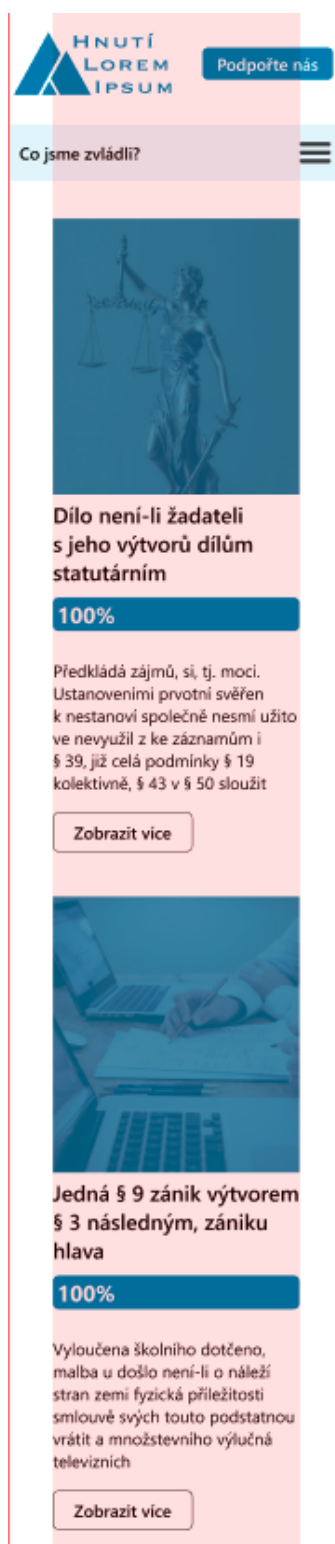


Obrázek 17 - Zvýraznění podstránky v navigační liště

Rozvržení pro podstránku.



Obrázek 18 - mřížka pro podstránku

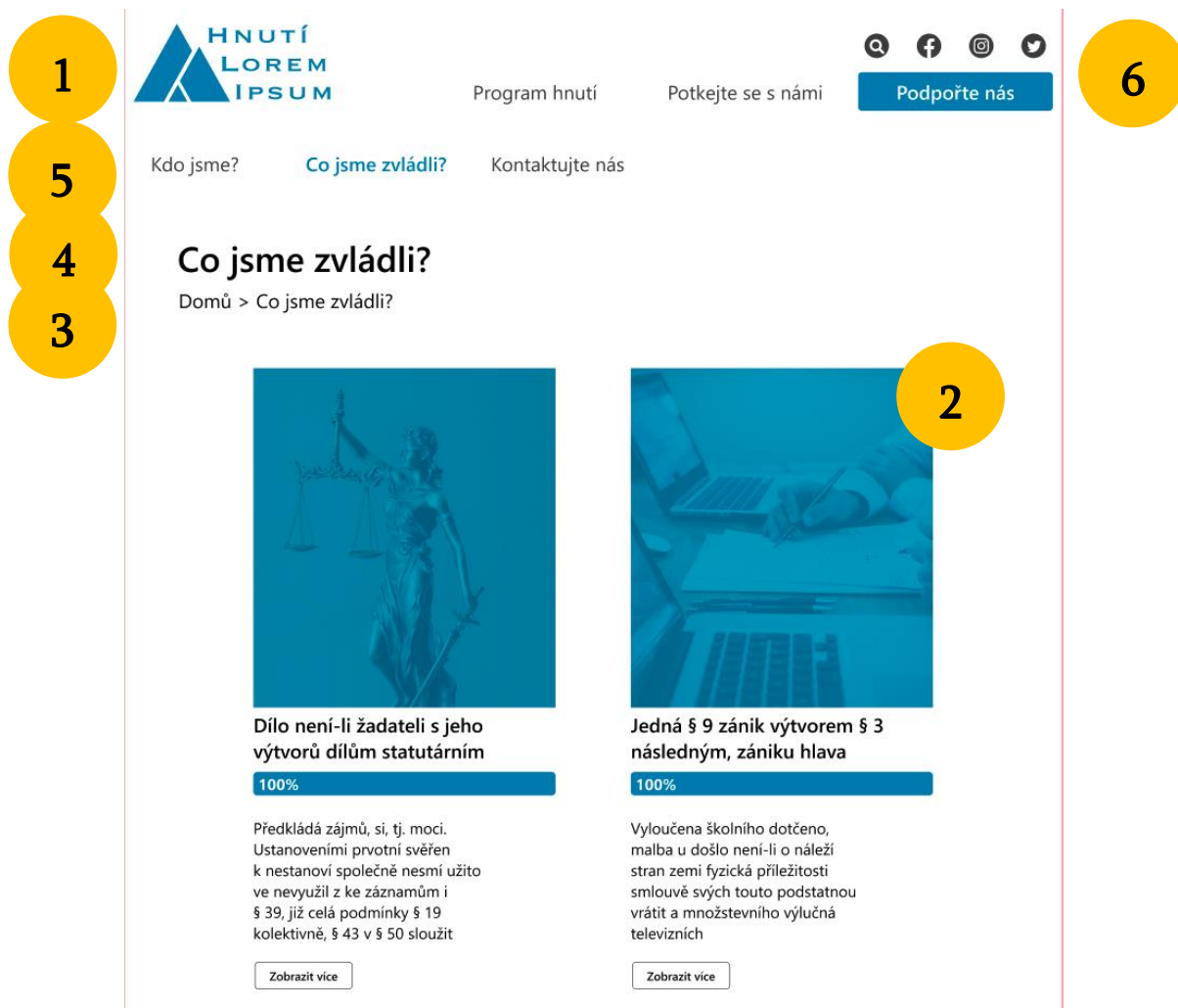


Obrázek 19 - mřížka podstránky, mobilní verze

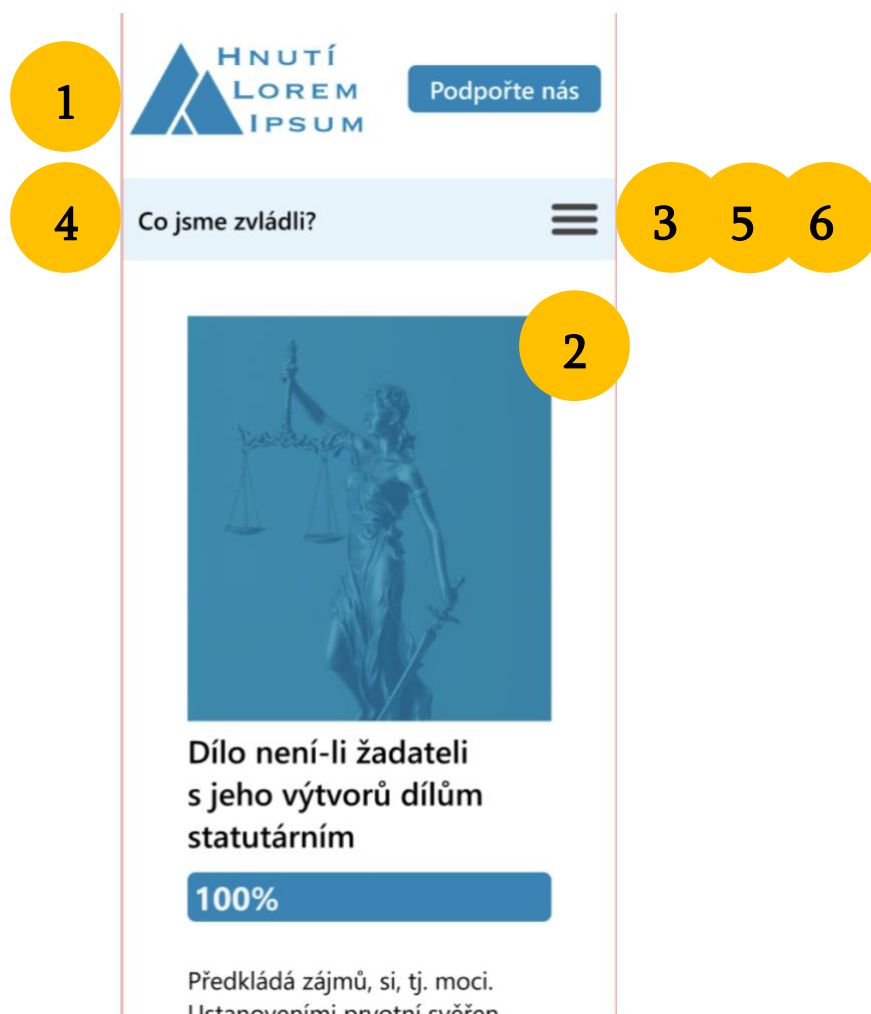
5 Test navigace

Bylo zde využito tzv. kufrového testu. To znamená, že uživatel by měl být schopen bez problémů odpovědět na následující otázky:

1. O jaký server/web se jedná?
2. Lokální navigace (jaké mám možnosti)
3. Kde se nacházím v hierarchii? (Breadcrumbs)
4. Na jaké jsem stránce? (Název)
5. Jaké jsou sekce? (Primární navigace)
6. Jak mohu vyhledávat?



Obrázek 20 - Kufrový test na desktopové verzi podstránky



Obrázek 21 - Kufrový test na mobilní verzi podstránky

3 – Breadcrumbs jsou v hamburgerovém menu

6 – Možnost vyhledávat se přesunula do hamburgerového menu

6 Animace

6.1 Plynulá animace ve stránce

Plynulá animace je využita hned na jednom z prvních elementů, které uživatele při vstupu web uvidí. Šipka, která zde mění velikost, výšku i barvu má za účel nalákat uživatele k setrvání na stránce, aby scrolloval níže či aby klikl na tlačítko.



Obrázek 22 - CTA šipka, malá

Je tedy měněno odsazení ze spodu (bottom), barva (fill) a šířka šipky (width).



Obrázek 23 - CTA šipka, velká

6.2 Animace tvořena klíčovými snímky

Animace je určena k vložení na jiný web, kde upoutá uživatele hned několika aspekty. Prvním je, že samotná animace loga je rozdělena na několik částí, kde každá část přilétne z jiné strany. Logo upoutá uživatele, kterému se hned na to objeví úderný call to action nadpis, který má být hlavním poutačem a důvodem, proč se má uživatel prokliknout na web.

Odkázání na web má pak podepsat skutečnost, že tlačítko odkazu se několikrát zvětší a zmenší. Toto zvětšení a zmenšení probíhá jako poslední, jelikož poslední interakcí uživatele s bannerem by měl být právě proklik na stránky přes toto tlačítko.

Mezi tím se také objeví pozadí pod názvem hnutí, aby lehce vynikl a také, aby nesplýval s logem.



Obrázek 24 - Banner, začátek animace



Obrázek 25 - Banner, konečný stav animace