

HODNOCENÍ PREFERENCÍ UŽIVATELŮ TIŠTĚNÝCH MAP

Tištěné mapy zaujímají i přes nástup a popularizaci moderních technologií, internetu a webových mapových portálů, stále nenahraditelnou pozici u uživatelů map. Při použití v terénu jsou však hlavními nevýhodami webových map či mapových aplikací v mobilních zařízeních špatný signál nebo spotřeba baterie, vedoucí k vybití zařízení a ponechání uživatele bez prostorových informací. Řada vydavatelů se zaměřuje na tvorbu tištěných map, které nachází uplatnění ve všech oblastech běžného života. Tvůrci map musí konkurovat nejen internetovým mapám, ale i sobě navzájem. Potenciálnímu zákazníkovi je nutné zaujmout a zároveň mu představit uživatelsky přívětivý produkt jak po stránce praktické, tak estetické. Na základě realizovaných výzkumů (např. Selníková, 2015) je zřejmé, že dokud uživatel není nucen mapu využít k řešení konkrétního úkolu, jeho preference jsou založeny například na preferencích barev, tvarů apod. Při použití mapy však vychází najevo, že vhodnější může být jiná mapa – pro přesnější a rychlejší přenos informace k uživateli jsou proto převážně důležité uživatelské potřeby. Ideální stav nastává, když se uživatelské potřeby a uživatelské preference shodují (Vondráková, 2016).

CÍLE PRÁCE

Hlavním cílem bakalářské práce je **HODNOCENÍ PREFERENCÍ UŽIVATELŮ TRADIČNÍCH TIŠTĚNÝCH MAP** a následné srovnání s výsledky **UŽIVATELSKÉHO TESTOVÁNÍ**.

TEORETICKÁ ČÁST

- rešerše odborné literatury týkající se problematiky preferencí uživatelů tištěných map
- vymezení nejpoužívanějších druhů map pro uživatelské testování

PRAKTICKÁ ČÁST

- online dotazníkového šetření s cílem zjištění preferencí uživatelů tištěných map
- dva eye-tracking experimenty pro zjištění a hodnocení uživatelských preferencí
- vyvození adekvátních závěrů všech výsledků uživatelských šetření
- interpretace získaných poznatků
- popis použitého konceptu pro hodnocení preferencí

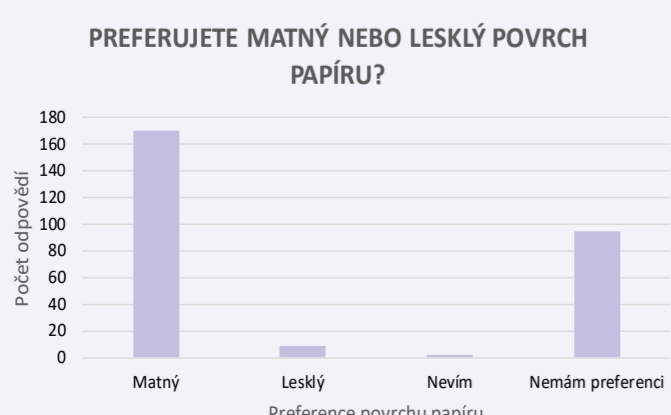
DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Online dotazník byl strukturován s četným větvením na základě odpovědí respondentů. Celý dotazník by se dal rozdělit do 3 hlavních částí: odpovědi uživatelů digitálních map, obecné preference uživatelů tištěných map a odpovědi uživatelů vyplňujících konkrétní druh tištěných map (turistické, autoatlasy, orientační plány měst, cykloturistické, zimní – lyžařské, vodácké). Pokud respondent uvedl, že nepoužívá tištěné mapy, byl dotazník ukončen.



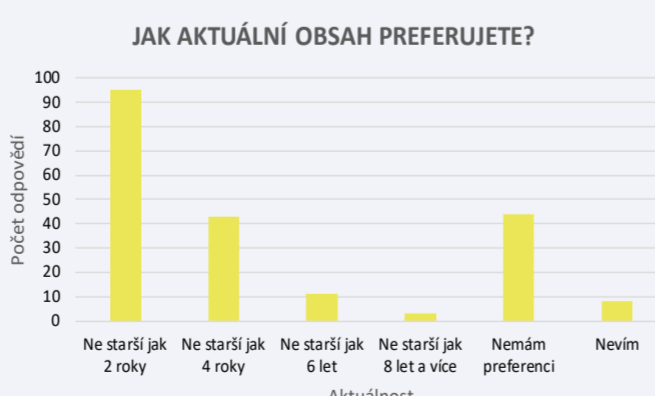
21,5 % používá nejčastěji **TIŠTĚNÉ MAPY**

Nejpoužívanější tištěné mapy **TURISTICKÉ**



275 RESPONDENTŮ

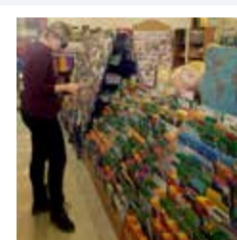
Nejčastější důvody preference tištěných map
NEZÁVISLOST NA TECHNOLOGII
VELIKOST ZOBRAZENÉHO ÚZEMÍ
PŘEHLEDNOST



26,9 % nepoužívá mapy **TIŠTĚNÉ VŮBEC**

Nejčastější důvody preference digitálních map
DOSTUPNOST
INTERAKTIVNOST, NABÍDKA MOŽNOSTÍ
JEDNODUCHOST

UŽIVATELSKÉ TESTOVÁNÍ



TESTOVÁNÍ V PRODEJNĚ KRÁLOVSTVÍ MAP

- 11 respondentů, moderní eye-tracking brýle
- JAKÝM ZPŮSOBEM SI UŽIVATELÉ VYBÍRAJÍ MAPU?
- Jak se uživatelé orientují v obchodě při hledání mapy?
- Jaké parametry sledují na obálce mapy?
- Jaké parametry sledují po otevření mapy?
- Co udávají jako rozhodující pro výběr mapy?

TESTOVÁNÍ TURISTICKÝCH MAP

- 20 uživatelů map
- 6 turistických map Krkonoš
- Průměrná doba záznamu: **37 minut**
- Eye-tracking brýle a metoda think-aloud (sdílení myšlenek nahlas)
- 3 hlavní části: prohlížení, hodnocení a známkování obálek
prohlížení, hodnocení a známkování obsahu mapy
plánování turistického okruhu na každé mapě
- Průměrně nejdéle prohlížená obálka mapy: **Kartum** (46,7 s)
- Průměrně nejdéle prohlížený obsah: **Klub českých turistů** (2 min 39,9 s)
- Průměrně nejdéle řešený úkol: **Klub českých turistů** (2 min 8,4 s)
- Nejlépe hodnocená mapa podle obálky: **Klub českých turistů**
- Nejlépe hodnocená mapa podle obsahu: **SHOCart (laminovaná)**
- Nejlepší mapa pro plánování turistického okruhu: **SHOCart (papírová)**
- Nejvíce účastníků by si do Krkonoš vybralo: **SHOCart (papírovou)**

Klub českých turistů
Jen 8 účastníků označilo mapu za přehlednou

Kartografie HP
14 účastníků označilo mapu při řešení úkolu za přehlednou, ale jen 8 respondentů vyřešilo úkol správně

Geodézie Online
Celkem 12 respondentům se líbil strukturovaný popis zajímavostí



SHOCart – papírová
Celkem 12 respondentům se v mapě velmi dobře plánovalo

SHOCart – laminovaná
17 respondentům se líbil obrázek modelu hor uvnitř mapy

Kartum
Celkem 12 respondentům vadila fotka „cizí paní“

VÝSLEDKY

Preference a potřeby uživatelů ze všech experimentů byly porovnány. Bylo zjištěno, že uživatelé upřednostňují kartografický produkt, který sice nesplňuje všechny jejich preference, nejlépe se jim s ním ale pracuje při řešení úkolu. Detailní srovnání uživatelských preferencí a volených produktů je popsáno v bakalářské práci.

V závěru práce byly výsledky interpretovány do doporučení, využitelných přímo v praxi pro tvorbu uživatelsky přívětivých a preferovaných produktů, které budou splňovat jak uživatelské preference, tak jejich potřeby.