

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra psychologie



Bakalářská práce

Psychologie ve webdesignu

Tomáš Svěrák

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Bakalářská práce se zabývá využitím psychologie při návrhu webových stránek a jejich působením na návštěvníky. Teoretická část rozebírá motivaci, vnímání a ovlivňování návštěvníků a stručně shrnuje proces návrhu webových stránek. V empirické části je komparován vliv původních a nových webových stránek, které jsou navrženy dle principů popsaných v teoretické části. Respondenti vyjadřovali svůj názor na webové stránky, zhodnocovali jejich vliv na svou osobu a odpovídali na otázky okolo zkoumaných stránek. Data potřebná k šetření byla získána pomocí dotazníků. V závěru práce jsou výsledky výzkumu zanalyzovány a vlastními slovy interpretovány.

Klíčová slova: psychologické vnímání, pozornost, webdesign, wireframe, cílová skupina, konverze, motivace

Vlastní text

Cíl a metodika práce

Cílem této práce je představit využití psychologických praktik při návrhu webových stránek a popsat, jak může využití těchto praktik ovlivnit chování a rozhodování uživatelů.

Teoretická část práce je zpracována do literární rešerše. Empirická část se skládá z návrhu nového designu webových stránek pro firmu Walinge s.r.o., vlastního výzkumu, který byl uskutečněn prostřednictvím dotazníkového šetření, a jeho analýzy.

Přehled řešené problematiky

Úvodní kapitola popisuje psychiku jedince. Konkrétně se zaměřuje na vnímání, pozornost, paměť a motivaci. Následující kapitoly vysvětlují pojem webdesign a proces návrhu webových stránek v jednotlivých fázích. Těmi jsou výzkum, tvorba obsahu, návrh struktury a grafický návrh.

Dále je představena psychologie obsahu, je zde zdůrazněno, že obsah je nejdůležitější částí webových stránek. Tato část se postupně zaměřuje na to, co je obsahem webových stránek, jak tento obsah poutá a udržuje pozornost, aby následně přiměl návštěvníka stránek k určitému jednání. Následuje kapitola vysvětlující psychologii designu webových stránek. V této kapitole je vysvětleno, jak lze manipulovat s chováním a rozhodováním lidí prostřednictvím grafického návrhu webových stránek.

Vlastní práce

Vlastní práce se zaměřila na ukázkou využití psychologických praktit na webových stránkách. Ukázka proto zahrnuje nový návrh webových stránek. Návrh vychází obsahově z původních stránek a jde pouze o úpravu formy obsahu a nové grafické zpracování. Nový návrh byl respondentům dotazníku zpřístupněn jako klikatelný prototyp prostřednictvím služby <http://www.invisionapp.com/>.

Vlastní výzkum byl proveden dotazníkovým šetřením, pro které byla pro efektivní sběr dat využita služba Google Disk. Dotazník obsahuje otevřené a uzavřené odpovědi, které nabízejí vždy několik variant. Účastníci dotazníkového šetření nejdříve hodnotili staré webové stránky firmy Walinger s.r.o. a následně stránky nově navržené. Tyto výsledky byly následně analazovány.

Zhodnocení a závěry práce

Výsledkem vlastní práce je zjištění, že prostou změnou formulace obsahu a grafického zpracování webových stránek lze ovlivňovat návštěvníky a jejich vnímání důvěryhodnosti stránek. Ta je důležitá pro to, aby návštěvník věnoval stránkám pozornost a následně provedlo konkrétní akci, která je cílem stránek.

Bylo ověřeno, že obsah je nejdůležitější součástí webových stránek. Přestože respondenti v dotazníku odpovídali, že si nejčastěji pamatují design, vyšlo ze šetření najevo, že si více než 66 % všech respondentů zapamatuje právě obsah.

V závěru práce bylo tedy možné ověřit, zda praktiky popisované citovanými autory opravdu fungují. Bylo možné konstatovat, že využití psychologie na webových stránkách zvyšuje jejich efektivitu a vliv na jejich návštěvníky.

Přínosem celé práce byl návrh nových webových stránek pro firmu Walinger s.r.o. Výsledkem byl zájem zástupců firmy o další spolupráci na rozvoji webových stránek firmy i po dokončení bakalářské práce.

Seznam vybraných použitých zdrojů

ATKINSON, Rita L. *Psychologie*. 2., aktualiz. vyd., V Portálu 1. Překlad Erik Herman, Miroslav Petržela, Dagmar Břejlová. Praha: Portál, 2003, xxii, 751 s. ISBN 80-717-8640-3.

ŘEZÁČ, Jan. *Web ostrý jako břitva: návrh fungujícího webu pro webdesignery a zadavatele projektů*. Vyd. 1. Jihlava: BAROQUE PARTNERS, 2014, 211 s. ISBN 978-80-87923-01-6.

WEINSCHENK, Susan. *100 věcí, které by měl každý designér vědět o lidech: manipulativní techniky a jak se jim bránit*. 1. vyd. Překlad Petr Miklica. Brno: Computer Press, 2012, 240 s. Žádná velká věda. ISBN 978-80-251-3649-2.