

Zjišťování uživatelských potřeb pro repozitáře - praktický průvodce

Autoři:

Veronika Němcová

Karolína Menclerová

Pavla Špringerová

Kontakt: ux@e-infra.cz



Spolufinancováno
Evropskou unií

Základní informace

Název dokumentu	Zjišťování uživatelských potřeb pro repozitáře - praktický průvodce
Registrační číslo projektu	CZ.02.01.01/00/23_014/0008787
Název KA	KA6.3 Pro-uživatelský přístup implementace služeb NRP a NDI

Obsah

1. Úvod	4
1.1 Smysl dokumentu	4
1.2 Co v dokumentu najdete	4
1.3 Co v dokumentu nenajdete	4
1.4 Jak dokument používat	4
2 Co je UX a uživatelské potřeby, proč je chceme znát.....	6
3 Co chci vlastně zjistit?.....	7
4 Přehled metod a situace, kdy je vhodné je využít	8
4.1 Jak vybrat správnou metodu?	8
4.2 Desk research / Výzkum od stolu	9
4.3 Rozhovory	9
4.4 Dotazníky.....	10
4.5 Workshopy/ Focus groups	11
4.6 Pozorování (Observace)	12
5 Jak pracovat s výsledky uživatelského výzkumu	13
5.1 Praktický tip k přípravě dat.....	13
5.2 Obecný postup při analýze kvalitativních dat	13
5.3 Jak z citátů formulovat požadavky	14
5.4 Nástroje pro analýzu	14
5.5 Co dál s výsledky	15
6 Tipy, triky a časté chyby.....	16
7 Další možné kroky po této fázi.....	17
8 Kdy a jak se na nás můžete obrátit	18

1. Úvod

1.1 Smysl dokumentu

Tento dokument se zaměřuje výhradně na **prvotní fázi poznávání uživatelů a jejich potřeb** při stavbě oborového repozitáře. Jeho cílem je pomoci vám udělat první smysluplné kroky, zorientovat se v možnostech uživatelského výzkumu a připravit si kvalitní podklady pro další rozhodování.

Nejde o kompletní návod na návrh repozitáře ani o náhradu UX práce. Uživatelský výzkum a UX design jsou náročné disciplíny, které vyžadují zkušenosti, cit pro kontext a schopnost správně interpretovat data. Smyslem tohoto průvodce je ukázat, **jak začít, jak klást správné otázky a jak přemýšlet nad výsledky tak, aby dávaly smysl v kontextu vašeho oboru.**

1.2 Co v dokumentu najdete

- přehled základních metod uživatelského výzkumu a situací, kdy je použit,
- konkrétní otázky a témata pro prvotní poznávání uživatelů oborového repozitáře,
- praktický postup, jak pracovat s nasbíranými daty,
- ukázkou, jak převádět poznatky z výzkumů do uživatelských potřeb a požadavků.

1.3 Co v dokumentu nenajdete

Tento dokument se nezaměřuje na:

- návrh konkrétního uživatelského rozhraní,
- testování použitelnosti,
- vizuální identitu nebo branding repozitáře.

Tyto oblasti obvykle přicházejí na řadu až v dalších fázích práce, ve chvíli, kdy jsou uživatelské potřeby dobře pochopeny a popsány.

1.4 Jak dokument používat

Dokument je koncipován jako **praktický postup**, který můžete projít vlastním tempem a přizpůsobit svým kapacitám. Není nutné realizovat vše najednou, cílem je získat dostatečné porozumění uživatelům, ne „splnit metodický checklist“.

Součástí práce s výsledky může být také **vizuální zpracování dat**, například pomocí online nástrojů. K tomuto dokumentu je k dispozici [Miro šablona](#), která ukazuje jeden z možných způsobů, jak: která ukazuje jeden z možných způsobů, jak:

- sbírat poznatky uživatelů a poznámky,
- seskupovat je do tematických okruhů,

- a postupně z nich formulovat uživatelské potřeby.



Šablonu si můžete **zkopírovat a upravit podle svých potřeb**, nebo ji využít pouze jako inspiraci. Způsob práce i výsledná podoba jsou plně na vás, důležité je, aby vám pomohly porozumět datům a podpořily další rozhodování.

2 Co je UX a uživatelské potřeby, proč je chceme znát

Co znamená navrhovat s ohledem na uživatele?

UX (User Experience) neboli uživatelský zážitek označuje celkovou zkušenost člověka při používání konkrétního produktu, systému nebo služby. Nejde jen o to, zda vše technicky funguje, ale jak se uživatel při používání cítí – zda je prostředí srozumitelné, intuitivní a příjemné. Samotný zážitek sice nelze přímo „navrhnout“, protože vzniká až v interakci člověka s produktem, můžeme však navrhovat tak, aby byl průchod aplikací co nejjednodušší, nejefektivnější a bez zbytečných překážek.

Navrhovat s ohledem na uživatele znamená chápat jeho potřeby, cíle, očekávání i omezení a podle toho přizpůsobit podobu produktu či služby. Člověk je v takovém přístupu středem celého návrhového procesu. Díky tomu vznikají řešení, která dávají smysl, jsou snadno použitelná a přinášejí skutečnou hodnotu.

Proč je to důležité?

Když repozitář neodpovídá tomu, jak uživatelé reálně pracují, výsledkem je nízká adopce, frustrace a zbytečně vynaložené zdroje.

3 Co chci vlastně zjistit?

Než se pustíte do průzkumu, položte si základní otázku: Jaké **informace vlastně hledám?**

Zaměřte se na specifika vašeho repozitáře: Každý repozitář má obecné funkce (vyhledávání, filtrace, detail záznamu, nahrávání dat, sdílení...), ale klíčové je zjistit, **čím se ten váš liší:**

- *Jak vypadají vaše data a jak s nimi uživatelé pracují?*
- *Jak vypadají data, se kterými uživatelé pracují?*
- *Podle čeho se uživatelé rozhodují, jestli je pro ně datový záznam zajímavý?*
- *Co potřebujete zobrazit v detailu záznamu?*
 - *V jakém formátu je potřeba informace zobrazit?*
- **Klíčové otázky kolem metadat:**
 - *Která metadata musí být povinná, jinak data nedávají smysl?*
 - *Jaké metadata jsou specifické pro váš obor?*
 - *Jaká metadata se vyplňují při nahrávání (metadatový model)?*
 - *Která metadata jsou nejdůležitější pro vyhledávání a filtraci?*
 - *Která metadata jsou důležitá pro hledání / pochopení / znovupoužití?*

Cíl: Pochopit, jak se vaši odborní uživatelé budou v repozitáři chovat a co je pro ně v rámci jejich práce klíčové.

4 Přehled metod a situace, kdy je vhodné je využít

4.1 Jak vybrat správnou metodu?

Při výběru metody se zaměřte na to, **co nevíte a co potřebujete zjistit**. Pomůže vám odpovédět si na tyto otázky:

- V jaké fázi je váš repozitář?
- Kolik času a lidí můžete výzkumu věnovat?
- Tušíte, na jakém systému budete stavět? (např. Invenio, DSpace, vlastní řešení). Pokud ještě nevíte, výzkum vám může pomoci s vyjasněním požadavků na systém.

Metoda	Kdy použít	Obtížnost	Co získáte	Poznámka
Výzkum od stolu	Vždy jako první krok. Pro inspiraci a zmapování existujících řešení.	Nízká	Přehled o stavu oboru existujících praktikách a konvencích, inspirace pro požadavky	Sám o sobě je slabý podklad – vždy kombinujte s další metodou.
Rozhovory	Když potřebujete pochopit, jak uživatelé pracují a rozhodují se.	Střední	Hluboké porozumění uživatelům, jejich kontextu a pohledu	Sepište si předem, co chcete zjistit. Cíl: naslouchat a dotávat se.
Dotazníky	Když už víte, na co se ptát, a chcete kvantifikovat nebo prioritizovat.	Střední	Čísla, priority, obecný obraz	Nedělejte z dat finální závěry – chybí kontext. Dobře specifikujte otázky.
Workshopy / Focus groups	Když chcete zachytit diskusi, odhalit konflikty v potřebách nebo společně vyhodnotit výsledky.	Střední	Skupinová dynamika, protichůdné názory, utřídění priorit	Vhodné pro specifické téma nebo konflikt. Lze využít i interně.
Pozorování	Když chcete vidět, jak uživatelé skutečně pracují s nástroji.	Nízká	Reálné chování, skryté problémy	Dobré u existujících repozitářů. Kombinujte s krátkým rozhovorem.

4.2 Desk research / Výzkum od stolu

Metoda získávání informací, z již existujících zdrojů – jako jsou zprávy, studie, statistiky nebo již existující podobné systémy – bez nutnosti provádět vlastní sběr dat v terénu.

Výhody	Rizika
Rychlé, snadné, levné	Bez zapojení uživatelů
Nevyžaduje plánování	Méně užitečné v pozdějších fázích návrhu

Kdy použít: Vždy jako první krok. Zjistíte, co už existuje a jak to funguje – hledejte systémy podobné vašemu kontextu (např. Zenodo), nebo se zaměřte na konkrétní část produktu (např. kvalitní vyhledávání).

Na co dát pozor: Desk research sám o sobě není uživatelský výzkum – nezapojuje skutečné uživatele. Vždy ho kombinujte alespoň s jednou další metodou.

Praktické tipy:

- Projděte 3–5 podobných repozitářů jako nový uživatel (obecné i oborové)
- Hledejte akademické články o UX ve vašem oboru (např. „usability of archaeological databases“)
- Snažte se najít existující konvence pro metadatový popis datasetů, zavedené doménové metadatové modely
- Dokumentujte: vytvořte si tabulku s poznatky – co vás inspirovalo, co nefungovalo

4.3 Rozhovory

Způsob, jak hlouběji porozumět myšlení, potřebám a kontextu uživatelů. Pomáhají budovat empatii, která je klíčová pro designová rozhodnutí.

Výhody	Rizika
Ideální pro prozkoumání tématu	Bez přípravy může být ztráta času
Flexibilní – lze reagovat na zajímavá témata	Vyžaduje dovednost klást doplňující otázky
Osobní kontakt = hlubší porozumění	Náročnější na přípravu, realizaci i analýzu

Kdy použít: Když potřebujete pochopit, *jak a proč* se věci dějí. Jak lidé pracují, jak se rozhodují, co je pro ně důležité.

Na co dát pozor:

- Rozhovor není dotazník – osnova je vodítko, ne striktní pravidlo
- Ptejte se jednoduše a krátce, jedna otázka = jeden problém
- Nechte lidi domluvit, tolerujte pauzy a ticho
- Neodpovídejte za respondenty, nekládejte jim slova do úst

Praktické tipy:

- Stačí 5–6 rozhovorů po 30 minutách (např. přes Teams)
- Nahrajte si je (se souhlasem), ať nemusíte psát poznámky
- Používejte techniku opakování („Takže pokud tomu dobře rozumím...”)

Neptejte se:

- Chtěli byste funkci X?
- Chtěli byste hromadné nahrávání?
- Je vyplňování dat největší ztráta času?
- Jaké filtry byste chtěli?

Ptejte se:

- Jak váš proces vypadá teď?
- Jak se vypořádáváte velkým množstvím dat při nahrávání?
- Co vám zabralo nejvíc času?
- Podle čeho se rozhodujete, jestli jsou data pro vás relevantní?

Struktura rozhovoru:

1. Sepište hlavní výzkumné otázky a oblasti k pokrytí
2. Připravte konkrétní otázky pro různé typy respondentů
3. Přizpůsobte jazyk (jinak mluvíte s výzkumníkem, jinak s knihovníkem)
4. Ptejte se „jak“ místo „proč“ – získáte příběhy, ne výmluvy
5. Začněte zahřívací otázkou – něco snadného, co navodí atmosféru
6. Citlivé otázky nechte na konec, až vznikne důvěra
7. Zakončete tak, aby respondent odcházel s dobrým pocitem

4.4 Dotazníky

Způsob, jak získat velké množství kvantitativních dat. Dobře se kombinují s kvalitativními metodami a mohou výzkum zpřesnit a doplnit.

Výhody	Rizika
Snadná distribuce, relativně levné	Nelze použít jako finální závěry – chybí kontext
Možnost získat data od velkého množství uživatelů	Vyžaduje dobře položené otázky
Dobře fungují v kombinaci s kvalitativními metodami	Žádná interakce s uživateli

	Nevhodné pro kvalitativní nebo behaviorální otázky
--	--

Kdy použít: Když už víte, na co se ptát, a chcete kvantifikovat nebo priorizovat. Například: „Seřadte těchto 5 funkcí podle důležitosti“ – ale těch 5 funkcí musíte znát z rozho-
vorů.

Na co dát pozor:

- Nepoužívejte, když nevíte, na co se ptát (dostanete odpovědi na špatné otázky)
- Vyhněte se spekulativním otázkám a předpovědím chování – produkuje nespolehlivá data
- Neptejte se na dvě věci najednou (např. „Jak snadné a intuitivní bylo použití?“)

Praktické tipy:

- Držte dotazník co nejkratší – ptejte se jen na to, co opravdu potřebujete
- **Používejte uzavřené otázky (škály, výběr z možností), otevřené doplňkově**
- Používejte vyvážené škály – stejný počet pozitivních a negativních možností
- Přidejte unikové možnosti („Nevím“, „Netýká se mě“)
- Nenuťte respondenty odpovídat na vše – vynucená data jsou méně spolehlivá

4.5 Workshop/ Focus groups

Kvalitativní metoda, při které facilitátor vede skupinovou diskusi na konkrétní téma. Cílem je zachytit názory, dojmy a zkušenosti více uživatelů najednou.

Výhody	Rizika
Účastníci se vzájemně inspirují a rozpráví	Chybí detailní vhled do použitelnosti
Pomáhá ujasnit mentální modely uživatelů	Skupinová dynamika může ovlivnit, kdo a co říká
Časově efektivní – více lidí, méně času	Lidé ne vždy vědí, co budou skutečně potřebovat
Bohaté kvalitativní poznatky	Jako u všech self-reported dat – lidská paměť je nespolehlivá

Kdy použít: Když chcete zachytit diskusi mezi uživateli na specifické téma, odhalit konflikty v potřebách nebo společně vyhodnotit výsledky předchozího výzkumu. Vhodné i interně v týmu.

Na co dát pozor:

- Nepoužívejte pro tvorbu seznamu požadavků – interpretace dat a jejich převod na požadavky je vaše práce, ne uživatelů
- Skupinová dynamika může způsobit, že tišší účastníci se neprosadí
- Moderování je dovednost – vyžaduje přípravu

Praktické tipy:

- Vybírejte účastníky reprezentativní pro vaši cílovou skupinu
- Vytvořte bezpečnou atmosféru, kde se lidé nebojí mluvit
- Mějte písemný plán a osnovu diskuse
- Počítejte s tím, že budete muset aktivně řídit dynamiku skupiny

4.6 Pozorování (Observace)

Metoda, při které sledujete uživatele při jejich skutečné práci s nástroji nebo daty.

Výhody	Rizika
Vidíte skutečné chování, nejen to, co lidé říkají	Časově náročnější na realizaci
Nízká náročnost na přípravu	Může být obtížné získat přístup k uživatelům
Odhalí problémy, které si uživatelé neuvědomují	

Kdy použít: Když chcete pochopit, jak uživatelé aktuálně pracují s nástroji. Užitečné například při zjišťování požadavků u existujících repozitářů.

Na co dát pozor:

- Lidé se mohou chovat jinak, když vědí, že jsou pozorováni
- Zaměřte se na konkrétní úkoly nebo scénáře

Praktické tipy:

- Požádejte uživatele, aby „přemýšleli nahlas“ během práce
- Zapisujte si nejen co dělají, ale i kde váhají nebo dělají chyby
- Kombinujte s krátkým rozhovorem na závěr

5 Jak pracovat s výsledky uživatelského výzkumu

Uživatelský výzkum je teprve první krok. Po rozhovorech, pozorováních nebo dotaznících vám zůstane větší množství poznámek, citací a postřehů. Dalším úkolem je z tohoto materiálu vytáhnout to podstatné a převést jej do podkladů pro další rozhodování.

Je důležité mít na paměti, že:

- **ne všechno, co uživatelé řeknou, je nutné realizovat,**
- **a zároveň uživatelé často nedokážou přesně pojmenovat, co skutečně potřebují.**

Vaší rolí není plnit jednotlivá přání, ale **porozumět souvislostem, vzorcům a potřebám**, které se v datech opakují.

5.1 Praktický tip k přípravě dat

Pro práci s rozhovory doporučujeme využít jednoduché nástroje na přepis:

- nahrávejte rozhovory např. v **MS Teams** a využijte automatický transkript,
- případně můžete použít i **MS Word**, který přepis rovněž podporuje.

Nemusíte mít dokonalý přepis – cílem je mít materiál, se kterým se dá dál pracovat.

5.2 Obecný postup při analýze kvalitativních dat

Projděte si všechna data

Přečtěte si poznámky, zápisy a přepisy rozhovorů a zaměřte se zejména na:

- **momenty překvapení**

Kde vás odpověď zaskočila nebo neodpovídala vašim očekáváním?

- **silné názory a emoce**

Co uživatele frustruje, co jim vadí, co naopak oceňují?

- **otázky a nejasnosti**

Na co se uživatelé ptají? Kde si nejsou jistí? Kde jste sami váhali s odpovědí?

Vypište si jednotlivé body

Zaznamenejte si důležité výroky nebo myšlenky – ideálně tak, aby:

- jeden bod odpovídal jedné myšlence,

- byly zachovány formulace blízké tomu, co uživatel skutečně řekl.

Hledejte tématické okruhy

Podívejte se na vypsané body a hledejte:

- co se **opakovaně objevuje**,
- které výroky spolu **významově souvisí**.

Tímto způsobem vznikají tematické okruhy, které ukazují, čím je potřeba se dál zabývat nebo na co myslet při návrhu repozitáře.

5.3 Jak z citátů formulovat požadavky

Základní logika je jednoduchá: **Citáty → vzorce → požadavky**

Příklad:

Citáty z rozhovorů:

- *"Nikdy nevím, v jakém formátu to mám nahrát"*
- *"Hledal jsem v dokumentaci, ale nenašel"*
- *"Kolega mi to musel vysvětlit osobně"*

Vzorec:

Uživatelé si nejsou jistí, jak správně nahrát data.

Požadavek:

Při nahrávání dat poskytnout jasnou návod s příklady podporovaných formátů.

Důležité je, aby požadavek:

- vycházel z opakujících se poznatků,
- nebyl formulován jako konkrétní technické řešení, ale jako **potřeba uživatele**.

5.4 Nástroje pro analýzu

Online (zdarma)

- **Miro** – vizuální práce s daty a spolupráce v týmu
(k dispozici je ukázkový [Miro board](#), který můžete použít jako šablonu – stačí si vytvořit jeho kopii)

Online (placené):

- NVivo
- Condens

Offline:

- Lepicí papírky + tvoření okruhů na stěně nebo stole

5.5 Co dál s výsledky

Po analýze si položte tři otázky:

1. Co už nyní víme?
2. Co potřebujeme dále zjistit nebo ověřit?
3. Jakou metodu zvolíme jako další krok?

Na základě těchto odpovědí se vracíte zpět na začátek procesu – vybíráte další metodu (např. dotazník pro kvantifikaci zjištění) a postupně zpřesňujete své porozumění uživatelům. Kombinovat metody je vždy dobrý nápad – nejlepší je mixed-method research, kde se kombinují kvalitativní a kvantitativní metody.

6 Tipy, triky a časté chyby

Vy nejste váš uživatel

Vaše předpoklady a realita uživatelů se mohou výrazně lišit. Budte otevření tomu, co zjistíte, i když to neodpovídá vašim očekáváním.

Nezkreslujte výsledky

Je přirozené chtít vidět v datech potvrzení vlastních nápadů. Snažte se data interpretovat co nejpochtivěji.

Ne všechny požadavky splníte – a to je v pořádku

Může se stát, že se snažíte výsledky přizpůsobit tomu, co už máte hotové. Lepší je přiznat, že některé požadavky nesplníte, a zaměřit se na potenciální problémy/rizika, které tím mohou vzniknout – a jak jim předejít.

Stanovte si časový rámec

- **Dotazníky:** max. 5–10 minut
- **Rozhovory:** max. 60 minut (ideálně 30–45)
- **Focus groups / workshopy:** max. 2 hodiny

Dělejte pilotní testy

Než spustíte dotazník nebo začnete s rozhovory naostro, otestujte si průběh na 1–2 lidech. Odhalíte nejasné otázky, technické problémy i časovou náročnost.

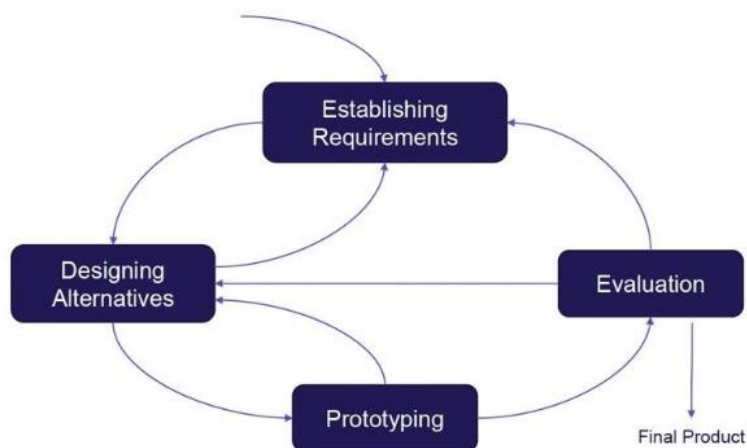
7 Další možné kroky po této fázi

Na poznání uživatelských potřeb obvykle navazují další aktivity, například:

- tvorba požadavků (requirements) na repozitář a jejich prioritizace
 - zde si můžete stáhnout [Šablonu: Ujasnění si cíle navrhovaného repozitáře,](#)
- návrh rozhraní repozitáře (sketchování, práce s prvními koncepty),
- tvorba uživatelských scénářů a user flows,
- testování návrhů rozhraní s uživateli,
- vizuální identita repozitáře a její role v orientaci, použitelnosti a důvěryhodnosti systému.

ALE! Nezapomínejte, že celý designový proces je iterativní – to znamená, že výše zmíněné aktivity mohou běžet naráz, navzájem se ovlivňují a opakují podle potřeby.

Interaction Design Cycle



8 Kdy a jak se na nás můžete obrátit

Pokud po prostudování tohoto dokumentu nebo po prvních pokusech o uživatelský výzkum zjistíte, že:

- si nejste jistí formulací otázek nebo formátu,
- potřebujete konzultovat zvolený postup,
- chcete projít své poznámky, citace nebo výstupy,
- nebo si ověřit, zda jdete správným směrem,

jsme otevření **konzultaci v té fázi, ve které se právě nacházíte.**

Můžeme například:

- společně projít připravené otázky na rozhovory,
- diskutovat nad výstupy z prvních rozhovorů,
- konzultovat další postup,
- nebo si domluvit cílenou konzultaci zaměřenou na konkrétní problém vašeho repositáře.

Kontakt:

Ozvat se nám můžete na e-mail ux@e-infra.cz nebo prostřednictvím metodiků, se kterými jste v kontaktu a společně se domluvíme na dalším postupu.