

OČEKIVANJA I ZAHTJEVI POTENCIJALNIH KORISNIKA GRAFIČKOG KORISNIČKOG SUČELJA "TABLET NOVINA"

USER EXPECTATIONS AND REQUIREMENTS FOR "TABLET NEWSPAPER" ORIENTED GRAPHIC INTERFACES

Darijo Čerepinko, Nikola Mrvac, Marin Milković

Izvorni znanstveni članak

Sažetak: Autori u radu predstavljaju rezultate anketnog istraživanja očekivanja i zahtjeva potencijalnih korisnika grafičkog korisničkog sučelja 'tablet novina' ovisno o njihovom navikama konzumiranja novinskog sadržaja te prilagodbi aplikacija dnevnih novina za tablet digitalnom okruženju. Rezultati pokazuju da korisnici očekuju barem djelomično preslikavanje postojećih modela, prije svega online i izdanja za mobilne telefone, što je samo djelomično u skladu s ranijim teorijskim pretpostavkama. Ispitanici su pokazali kako korištenje multimedijских dodataka uvelike poboljšava doživljaj korištenja tablet aplikacija.

Cljučne riječi: Očekivanja korisnika, Tablet aplikacija dnevnih novina

Original scientific paper

Abstract: In this paper authors present results of a survey inquiring expectations of potential users of a graphical user interface for 'tablet newspapers' depending on their habits of consuming newspaper content and adaptation of applications to digital environment. The results show that users expect at least partially interfaces based on existing models, primarily web and mobile phones applications, which is only partially in line with earlier theoretical assumptions. Subjects showed that use of different multimedia formats greatly enhances the user experience of tablet application.

Key words: User expectations, Daily newspaper Tablet application

1. UVOD

U procesu proizvodnje novog grafičkog proizvoda, kao što je aplikacija za tablet novine, važno mjesto zauzima istraživanje očekivanja potencijalnih korisnika aplikacije za tablet novine.

To je prvi korak ka definiranju potencijalnih vizualnih i korisničkih parametara koje potencijalna aplikacija odnosno njezino korisničko sučelje mora zadovoljiti. Temeljno pitanje koje se u ovom slučaju postavlja je: promatraju li potencijalni korisnici sučelje iz perspektive tiskanih dnevnih novina ili od aplikacije traže karakteristike koje informacije prezentirane u dnevnim novinama imaju na drugim platformama, prije svega na web stranicama.

Kako bi se ispitala očekivanja koje potencijalni korisnici tablet aplikacije dnevnih novina mogu imati od aplikacije, s ciljem da se dobiju podaci koji će usmjeriti oblikovanje aplikacije u smjeru što bližem očekivanjima budućih korisnika, za potrebe ovog rada provedena je anketa prema ranije korištenim istraživanjima odnosno metodološkim preporukama [1][2].

2. MEDIJSKI KVARTET I ULOGA TABLET NOVINA

S obzirom na relativno kratko vrijeme od pojave tablet uređaja i prvih aplikacija dnevnih novina na tabletima, relativno je malo literature koja se bavi pitanjima njihovog korištenja i smjernicama za njihovo oblikovanje.

Garcia daje pregled dizajnerskih rješenja aplikacija za tablet novine koje se koriste u praksi i objašnjava kako se danas društvo (barem ono zapadno i kapitalističko) nalazi u situaciji stalne uključenosti (always-on culture) [3, str. 8.2.] odnosno da novinarstvo danas postoji u multiplatformskom svijetu, a svaka platforma pruža jedinstven način na koji se prikazuje i priča novinarska priča [3, str. 8.1.]. Taj multiplatformski svijet dnevnih novina sastoji se, prema Garciji, od tzv. medijskog kvarteta: mobilnog telefona, mrežnih stranica odnosno online izdanja, tiskanog izdanja i tablet izdanja odnosno aplikacije, pri čemu svaki element ima svoje bitne karakteristike[4].

Garcia mobilne telefone i online izdanja naziva 'lean forward' platformama, a tiskane novine i tablet izdanja 'lean-back' platformama [3, str. 8.1.]. Tablet izdanje sadržajno slijedi sličan princip kao i tiskane novine,

dakle daje dublji i analitički pristup događaju, ali ga isto tako oprema i dodatnim multimedijским formatima – ono ima mogućnost, prema Garciji, dati višestruki uvid u događaj, vijest ili priču koju čitatelj konzumira opušteno i kroz duži vremenski period [3, str. 8.1.]. Kako je pokazalo nekoliko istraživanja [5] [6], korisnici tableta traže interaktivnost i nove načine da koriste uređaj, posebno u segmentu čitanja vijesti [3, str. 2.2.], duže gledaju video sadržaje i od korisnika online izdanja i od korisnika mobilnih aplikacija, a kroz sadržaj se kreću horizontalnim povlačenjem kroz stranice i galerije odnosno vertikalnim kroz tekst članaka. Prema Garciji, više od 60 posto ispitanika povezano se s tabletom na 'intimnoj' razini što znači da je riječ o vrlo fokusiranim korisnicima.

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Očekivanja potencijalnih korisnika tablet novina ispitana su anketno. U istraživanju je sudjelovalo 78 studenata svih godina preddiplomskih studija Sveučilišta Sjever iz Sveučilišnog centra Koprivnica. Izabrani uzorak bio je prigodan. S obzirom na stupanj zastupljenosti tehnologije tablet uređaja, veća je vjerojatnost da su studenti spomenutih studija bili u kontaktu s promatranim tehnološkim uređajima i rješenjima koja se na njima koriste odnosno po definiciji ulaze u skupinu tzv. ranih usvajača (early adopters) odnosno rane većine (early majority) [9, str. 22]. Također, većina ispitanih po demografskim karakteristikama ulazi u dobnu skupinu 18 – 49 godina, standardnu za većinu medijskih istraživanja, čime postaju potencijalni dugoročni korisnici aplikacija za tablet novine.

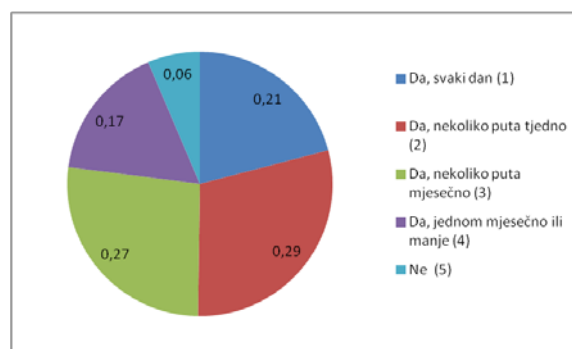
Rodne karakteristike ispitanika zastupljene su u omjeru karakterističnom za opću populaciju (M:49 %; Ž: 51 %). S obzirom na nerazmjer između pojedinih kategorija korisnika (do 20 godina: 65 % ispitanika; 21 – 25 godina: 29 % ispitanika; 26 i više godina: 6%) prije analize rezultata provela se dodatna analiza. Da bi se ispitalo jesu li ovisnosti između kategorijalnih obilježja statistički značajne korišten je X² (hi-kvadrat) test uključujući i Yatesovu korekciju i to za sve odgovore po kriteriju spola i kriteriju dobi.

Pripremljeni upitnici korišteni u istraživanju bazirani su na upitnicima korištenim u sličnim ranijim istraživanjima [1][7][8] s različitim kombinacijama otvorenih, zatvorenih i pitanja s odgovorima s višestrukim izborom. Od tog broja njih 31 ocijenilo je jednu od postojećih tablet aplikacija hrvatskih dnevnih novina (Aplikacija Jutarnjeg i Večernjeg lista) prema tri kategorije: 1.) vizualnom/grafičkom dizajnu aplikacije; 2.) čitljivošću teksta i 3.) korištenju multimedije.

Utjecaj multimedijских dodataka ispitano je anketno na prigodnom uzorku od 50 ispitanika, studenata preddiplomskog studija Multimedije, oblikovanja i primjene Sveučilišta Sjever, a izabran je iz istih razloga kao i uzorak kojim se istraživalo očekivanje potencijalnih korisnika tablet novina. Odgovori su testirani statističkim t-testom.

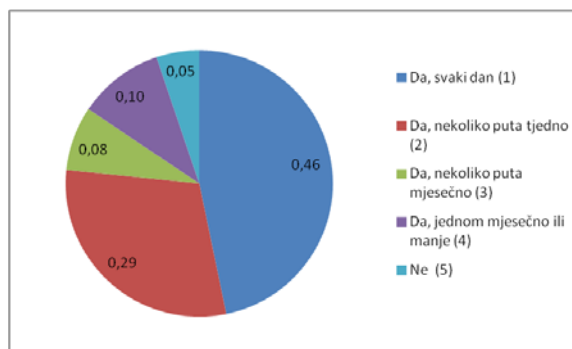
4. REZULTATI I DISKUSIJA

Prema rezultatima X² testa ne postoji statistički značajna ovisnost čitanja dnevnih novina i dobi (X²: 4.764, p= 0.1899) odnosno rodni karakteristika (X²: 2.539, p=0.4683). Rezultati anketnog ispitivanja (Slika 1) pokazali su kako polovina ispitanih dnevne novine čita do nekoliko puta tjedno, a kada se tom postotku pribroje čitatelji koji novine čitaju nekoliko puta mjesečno, postotak potencijalnih korisnika raste na više od dvije trećine ispitanih.



Slika 1. Čitate li dnevne novine?

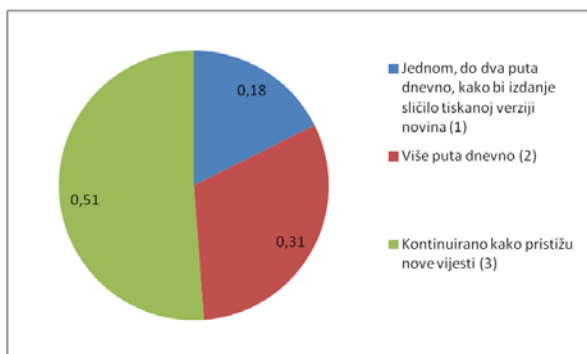
Većina ispitanika redovito prati portale dnevnih novina (Slika 2) što znači da ima razvijenu naviku konzumacije novinskih sadržaja online. Tek 10,5 posto ispitanika prati portale dnevnih novina jednom mjesečno ili manje, odnosno uopće ne prati informacije prezentirane u spomenutoj formi. I u ovom slučaju nije bilo statistički značajnih razlika između ispitanika po dobi (X²: 3.299, p= 0.1921) i rodni karakteristikama (X²: 2.022, p= 0.3639).



Slika 2. Pratite li portale dnevnih novina?

64 posto ispitanih koristilo je mobilne odnosno pametne telefone kako bi pristupilo online mobilnom sadržaju dnevnih novina koje prate pri čemu nije bilo statistički značajnih razlika između ispitanih (X²: 0.018, p= 0.8933). Iako samo 23 posto ispitanih posjeduje tablet uređaj (dob: X²: 0.189, p= 0.6638; rod: X²: 0.619, p= 0.4314), čak 72 posto ispitanika ga je koristilo (dob: X²: 3.204, p= 0.0735; rod: X²: 0.081, p= 0.7759), što potvrđuje pretpostavku o izboru uzorka. 40 posto ispitanih čitalo je dnevne novine koristeći aplikaciju dnevnih novina za tablet pri čemu kod njihovih odgovora nije bilo razlike u odnosu na dobne (X²: 0.127, p= 0.7216) i rodne karakteristike (X²: 0.463, p= 0.4962). S obzirom da tek dvoje hrvatske dnevne novine imaju

razvijene aplikacije za tablet, kao što je pokazalo ranije istraživanje [10], samo odgovori ovih ispitanika uzeti su u obzir kod analize odgovora na pitanje o kvaliteti postojećih aplikacija (Slike 5. i 6.).



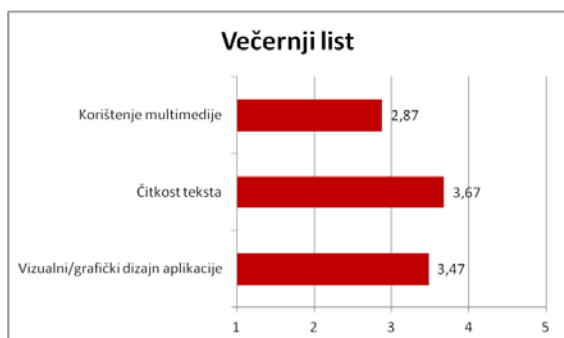
Slika 3. Dnevne novine u tablet aplikaciji trebalo bi osvježavati

Analiza odgovora na pitanje o učestalosti osvježavanja sadržaja (Slika 3.) pokazala je i da ne postoji statistički značajna povezanost između učestalosti čitanja dnevnih novina i osvježavanja ($X^2: 0.928$, $p=0.8187$), a većina korisnika smatra da aplikaciju treba kontinuirano osvježavati. Iz ukupnog uzorka anketiranih, 31 ispitanik odgovorio je da je koristio jednu od postojeće dvije aplikacije hrvatskih dnevnih novina za tablet (u ovom slučaju za iPad) [10] uređaj i to: 15 korisnika koristilo je aplikaciju Večernjeg lista, a 16 korisnika aplikaciju Jutarnjeg lista.



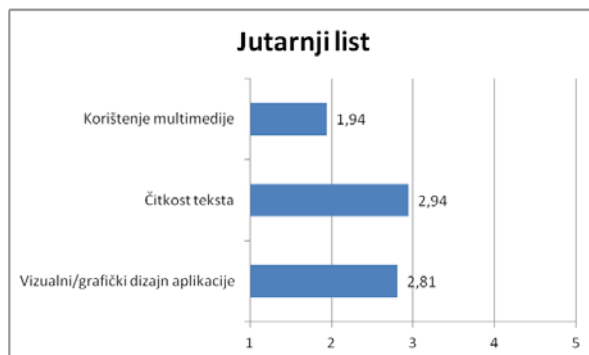
Slika 4. Promatrane aplikacije Večernjeg i Jutarnjeg lista

Svim ispitanicima je bila ponuđena mogućnost odgovora na pitanje o kvaliteti aplikacije kroz tri promatrane multimedijске karakteristike: a) Korištenje multimedijских formata; b) Čitkost teksta i c) Vizualni/grafički dizajn aplikacije. Zadovoljstvo korištenjem aplikacije ispitano je Likertovom skalom.



Slika 5. Zadovoljstvo pojedinim aspektima aplikacije Večernjeg lista

Rezultati pokazuju da su ispitanici u statistički značajnom postotku ($p<0,05$) bolje ocijenili aplikaciju Večernjeg lista u svim aspektima (Slika 5.), ponajviše u segmentu čitkosti teksta, koja je najbolje ocijenjena i kod aplikacije Jutarnjeg lista (Slika 6.), a zatim i u smislu grafičkog i vizualnog oblikovanja te korištenja multimedijских sadržaja i formata.



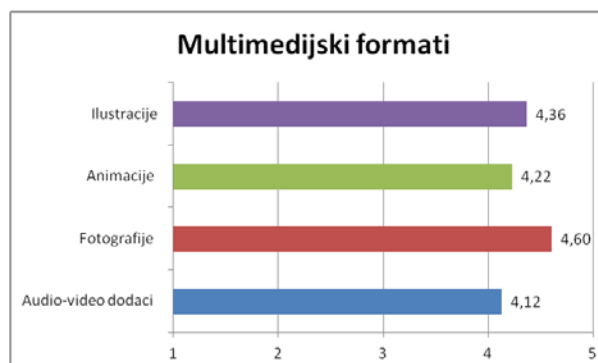
Slika 6. Zadovoljstvo pojedinim aspektima aplikacije Jutarnjeg lista

Statistički test uzorka prikazan je u Tablici 1. pri čemu je vidljivo da između odgovora ispitanika nema statistički značajnih razlika.

Tabela 1. Rezultati t- testa uzorke aplikacija dnevnih listova

Parametri t-testa		
T= 1.941948	P=0.030957	p < 0.05
T= 2.243865	P=0.016322	p < 0.05
T= 2.923315	P=0.003326	p < 0.05

Kako bi se utvrdilo koliko pojedini multimedijски dodaci odnosno formati pridruženi pojedinim člancima poboljšavaju iskustvo korištenja aplikacije odnosno čitanja samih članaka, korištena je Likertova skala (1 – 5, gdje je 1 – uopće ne poboljšavaju, a 5 – potpuno poboljšavaju). Statistički test pokazao je da na $p<0.05$ nema statistički značajnih razlika u odgovorima ispitanika ($T= 0.213448$; $P=0.831412$; $p<0.05$).



Slika 7. Rezultati zadovoljstva ispitanika multimedijским dodacima

Kao što je vidljivo iz Slike 7., svi dodaci u velikoj mjeri poboljšavaju iskustvo čitanja, s time da su najbolje ocijenjene fotografije i ilustracije, dok su animacije i audio-video dodaci ocijenjeni tek neznatno slabije.

5. ZAKLJUČAK

Istraživanje očekivanja potencijalnih korisnika 'tablet novina' koje imaju prema korisničkom sučelju pokazuje da korisnici očekuju da korisničko sučelje u određenoj mjeri slijedi neki postojeći model, što je posve u skladu s teorijskim pretpostavkama [1][11][12], osim po pitanju osvježavanja informacija, pri čemu se korisnici ne mogu u potpunosti odlučiti između pojedinih opcija. Pri tome izostaje potvrda Garcijinog medijskog kvarteta [1], ali uz ogradu da ispitanici u većoj mjeri nisu konzumirali dnevne novine u tablet izdanju pa za punu potvrdu uloge tablet izdanja u raspodjeli dnevnih novina kroz različite platforme treba provesti dodatno istraživanje.

Istraživanja utjecaja multimedijjskih formata na čitatelje postojećih aplikacija za tablet novine novo su područje istraživanja, s obzirom da je i sama tehnologija tablet uređaja relativno nova pa se kod ovog tipa istraživanja nije moglo pozvati na ranije relevantne studije i članke, ali postoji niz istraživanja koja su obradila utjecaj multimedije u mrežnim izdanjima novina [13][14][15][16] iz kojih je vidljivo da je tek nakon određenog vremena korištenja i stvaranja navike multimedija postala prihvaćen dodatak dominantnom tekstualnom sadržaju u web okruženju. Rezultati istraživanja prikazanog u ovom radu pokazali su, međutim, kako multimedijjski dodaci i različiti multimedijjski formati značajno povećavaju zadovoljstvo čitatelja, čak i kad nisu dugotrajni korisnici tehnologije.

6. LITERATURA

- [1] Wanta, W.; Gao, D.: »Young Readers and the Newspaper,« *Journalism and Mass Communication Quarterly*, svez. 71, br. 4, pp. 926-936, 1994.
- [2] Sproull, N.L.: »Handbook of Research Methods,« 2nd ed., Lanham, MD: Scarecrow Press, 2002.
- [3] Garcia, M.: »iPad Design Lab - Basic: Storytelling in the Age of the Tablet,« Blue Ash, OH: HOW Books, 2012.
- [4] Pew Research Center, »State of the News Media 2012,« Pew Research Center, Mar. 19, 2012..
- [5] Pew Research Center, »A Tablet Revolution: How People Use Tablets and What it Means for the Future of News,« Pew Research Center, Oct. 25, 2011.
- [6] Quinn, S.: »EyeTrack: Tablet Report,« 17. Oct. 2012. [Mrežno]. Available: www.poynter.org. [Pristupljeno XII. 2013.].
- [7] Bain, C.; Weaver, D.: »Newspaper Design and Newspaper Readership,« u *Annual Meeting of the Association for Education in Journalism* (62nd, Houston, Texas, August 5-8, 1979), Houston, TX, 1979.
- [8] Wimmer, R. D.; Dominick, J.R.: »Mass Media Research: An Introduction, 7th edition,« Wadsworth Publishing, 2003.
- [9] Rogers, E.M.: »Diffusion of Innovations, 5th ed.,« New York, NY: Free Press, 2003.
- [10] Čerepinko, D.; Periša, M.; Valdec, D.: »Integrativni model proizvodnje medijskog sadržaja tiskanih medija u multiplatformskim produkcijskim uvjetima,« *Tehnički glasnik*, svez. 8, br. 1, pp. 109-113, 2014.
- [11] Marcus, A. »Graphical User Interfaces,« u *Handbook of Human-Computer Interaction*, Amsterdam, NL, Elsevier Science BV, 1997, pp. 423-440.
- [12] Galitz, W.: »The Essential Guide to User Interface Design An Introduction to GUI Design Principles and Techniques,« Indianapolis, IN: Wiley Publishing, 2007.
- [13] Peng, F.Y.; Tham, N.I.; Hao, X.: »Trends in online newspapers,« *Newspaper Research Journal*, svez. 20, br. 2, pp. 52-63, 1999.
- [14] Li, X.: »Web page design and the graphics of three U.S. newspapers,« *Journalism & Mass Communication Quarterly*, svez. 75, br. 2, pp. 353-365, 1998.
- [15] Vaughan, M.W.; Dillon, A.: »Why structure and genre matter to users of digital information: a longitudinal study with readers of a web-based newspaper,« *International Journal of Human-Computer Studies*, svez. 64, pp. 502-526, 2006.
- [16] Lin, C. A.; Jeffres, L. W.: »Comparing distinctions and similarities across Web sites of newspapers, radio stations, and television stations,« *Journalism & Mass Communication Quarterly*, svez. 78, br. 3, pp. 555-573, 2001.

Kontakt autora:

dr. sc. Darijo Čerepinko, dipl. ing.
Sveučilište Sjever
104. gardijske brigade, 42000 Varaždin
darijo.cerepinko@unin.hr

prof. dr. sc. Nikola Mrvac, dipl. ing.
Grafički fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Getaldićeva 2, Zagreb, HR – 10000
nikola.mrvac@grf.hr

prof. dr. sc. Marin Milković, dipl. ing
Sveučilište Sjever
Trg dr. Žarka Dolinara 1, Koprivnica, HR – 48000
marin.milkovic@unin.hr