

**České vysoké učení technické v Praze, fakulta elektrotechnická**

# **Testování sociální sítě Facebook a jeho zabezpečení**

(semestrální práce z předmětu Tvorba uživatelských rozhraní)

Autor : Václav Surovec

Praha, květen 2010

#### Abstrakt:

Internetová sociální síť Facebook je v posledních měsících obrovsky populární. S rostoucí popularitou si však Facebook zakládá čím dál více lidí a o to větší je pravděpodobnost, že budou některá data zneužita. Uživatel si vyplní svůj profil potencionálně zneužitelnými údaji, zveřejní mnohdy velmi citlivé fotografie a poté si přidá „přátele“, které vlastně až tak dobře nezná a problém je na světě. Ve své semestrální práci bych se proto chtěl zaměřit na malé detaily v nastavení zabezpečení Facebooku, které mohou za různých okolností nadělat obrovské materiální, ale mnohdy i „psychické“ škody. Moji cílovou skupinou tedy budou takoví uživatelé, kteří Facebook nepoužívají – buď si ho někdy dávno založili a nechodí na něj nebo ti, kteří si ho nikdy nezaložili. Tím tak odhalím slabá místa Facebooku, na které by nezkušený uživatel aplikace nemusel přijít a zároveň tak připravím půdu pro nové uživatele.

1 Úvod .....	5
1.1 Popis aplikace.....	5
1.2 Cíle práce.....	5
2 Popis cílové skupiny uživatelů .....	7
3 Přehled Use cases .....	8
3.1 Use case č.1 - Změna viditelnosti data narození .....	8
3.2 Use case č.2 - Zákaz zobrazení svých aktivit na Zdi .....	8
3.2.1 Situace .....	8
3.2.2 Popis Use case .....	9
3.3 Use case č.3 - Soukromí fotografií .....	9
3.3.1 Situace .....	9
3.3.2 Popis Use case .....	10
3.4 Use case č.4 - Blokování uživatelů .....	11
3.5 Use case č.5 - Odhlášení se z Facebooku.....	11
4 Návrh testu bez uživatelů .....	12
4.1 Zvolená metoda .....	12
4.2 Scénáře pro Uses cases .....	12
4.2.1 Scénář pro Use case č.1 - Změna viditelnosti data narození .....	13
4.2.2 Scénář pro Use case č.2 -Zákaz zobrazení svých aktivit na Zdi .....	14
4.2.3 Scénář pro Use case č.3 - Soukromí fotografií .....	16
4.2.4 Scénář pro Use case č.4 - Blokování uživatelů .....	20
4.2.5 Scénář pro Use case č.5 - Odhlášení se z Facebooku .....	23
5 Provedení testu bez uživatelů .....	24
5.1 Obecná procedura .....	24
5.2 Provedení scénářů pro Use cases .....	24
5.2.1 Provedení a vyhodnocení scénáře pro Use case č.1 .....	24
5.2.1 Provedení a vyhodnocení scénáře pro Use case č.2 .....	26
5.2.1 Provedení a vyhodnocení scénáře pro Use case č.3 .....	28
5.2.1 Provedení a vyhodnocení scénáře pro Use case č.4 .....	30
5.2.1 Provedení a vyhodnocení scénáře pro Use case č.5 .....	31
5.3 Celkové vyhodnocení testu bez uživatelů .....	31
6 Příprava testu s uživateli .....	32
6.1 Cíle testu .....	32

6.2 Vytvoření screeneru .....	32
6.2.1 Veřejná část screeneru .....	32
6.2.2 Neveřejná část screeneru .....	33
6.3 Pre-test dotazník .....	34
6.4 Nastavení testu .....	34
6.4.1 Použitý hardware a uspořádání pracoviště .....	34
6.4.2 Výchozí stav aplikace .....	35
6.4.3 Popis rolí .....	36
6.5 Seznam úloh .....	36
6.6 Post-test dotazník .....	36
7 Provedení testu s uživateli .....	38
7.1 Výsledná cílová skupina .....	38
7.2 Podmínky testování .....	38
7.3 Sessions s uživateli .....	39
7.3.1 Session s Uživatelem č.1 .....	39
7.3.2 Session s Uživatelem č.2 .....	41
7.3.3 Session s Uživatelem č.3 .....	45
7.3.4 Session s Uživatelem č.4 .....	46
7.3.5 Session s Uživatelem č.5 .....	47
7.4 Celkové vyhodnocení testování s uživateli .....	48
8 Závěr .....	52
9 Zdroje .....	53
10 Přílohy .....	54
Příloha 1 .....	54
Příloha 2 .....	55
Příloha 3 .....	56
Příloha 4 .....	58

# 1 Úvod

## 1.1 Popis aplikace

Facebook je alespoň v Evropě současným vládcem na poli sociálních sítí. Zatímco ještě před pár lety či měsíci měl běžný uživatel profil na více sítích či portálech (ICQ, Rajce.net, Lide.cz, e-mail, Twitter, YouTube apod.), Facebook zvládne všechno dohromady. Díky němu můžeme chatovat s přáteli, nahrávat a komentovat fotografie, dostávat delší zprávy, dělit se s ostatními o zážitky pomocí statusů, hledat nové známosti, uploadovat videa atd. I proto je Facebook tolik oblíbený a to toho umí ještě mnohem víc. Dokáže snadno sdružovat lidi se stejným zájmem pomocí Skupin a Stránek (hudebních kapel, oblíbených herců...). Sjednávání událostí nikdy nebylo snažší – akce, o kterých bychom se normálně nedozvěděli, se díky Facebooku rozšíří do všech koutů republiky. Pořadatel si tak může snadno a zdarma polepšit v návštěvnosti a tudíž i ve výdělku.

Facebook obecně je velmi mocným nástrojem. Ani bychom se nemohli divit, kdyby v budoucnu nějaký politik odstoupil díky tlaku některé ze skupin vytvořené na Facebooku. I to umí Facebook. Na druhou stranu umí být i nepříjemný. Funkce Zed' může někdy na našem profilu udělat pěknou neplechu. Jakýkoliv váš krok je totiž touto Zdí sledován a v reálném čase se o nich dovídají i ostatní vaši přátelé. Což může být výhoda, ale i nevýhoda, pokud to zrovna neočekáváte. Od přidání nového přítele po zúčastnění se události po označení uživatele na fotce. Všechno se na Zdi zobrazí a jakmile se tak stane, už s tím většinou nejde nic dělat. A byť je Facebook oblíbený a ve většině času nám spíše pomáhá, dokáže také někdy pěkně ublížit.

## 1.2 Cíle práce

Jak je Facebook populární a hojně využívaný, je také zneužívaný. Prakticky denně se setkáváme s případy, kdy se Facebook neprojevil zrovna v nejlepším světle. I když je to jako kdybychom hanili auto za to, že způsobuje tolik nehod, i když za ně v drtivé většině může člověk. Stejně tak je tomu u Facebooku – kdo si nedává pozor, ten si to odskáče, protože Facebook je bezpečný právě tak, jak je opatrný vlastník profilu. I proto je mým cílem upozornit na některé nejčastější chyby, kterých se běžní uživatelé dopouštějí a udělat tak uživatele Facebooku více zodpovědnými.

Testování ale není jenom o softwaru, jeho UI a chybách, ale také a hlavně o lidech. Chuť vyzkoušet si roli toho, co bude testované pozorovat, pomáhat a radit jim ve zdolávání překážek je velká. Málokdo kolem mne si uvědomuje, že studium počítačů je také o lidech,

protože ty je používají, tudíž i s nimi bychom měli umět pracovat, pokud chceme být skutečně dobří v oboru. Já sám jsem na sebe zvědavý, jak úlohu observera, moderátora a test participanta v jednom (v případě testu bez uživatele) zvládnu.

## 2 Popis cílové skupiny uživatelů

Pro testování zabezpečení Facebooku jsem si vybral v dnešní době poměrně nedostatečnou skupinu uživatelů. Abych opravdu důkladně prověřil a objevil chyby v návrhu UI, musel jsem logicky zvolit skupinu lidí, kteří účet na Facebooku nemají. A to, jak určitě sami uznáte, není zrovna běžné zboží na trhu. A protože jsem obklopen díky studiu hlavně svými vrstevníky, cílová věková skupina se bude pohybovat kolem ročníku 1988. Ono to má i svůj důvod – největší zastoupení na Facebooku mají hlavně mladí lidé, i proto budu chtít objevit problémy, které má právě tato cílová skupina, protože poté by i moje výsledky mohly mít větší účel.

K této skupině jsem ještě „přibral“ takové uživatele, kteří si Facebook založili, ale příliš aktivně ho nepoužívají. Profil si vytvořili i třeba proto, že neměli jinou volbu (aneb skupina Y39TUR na Facebooku:)) nebo aby si prohlédli album fotek, které jeho majitel zveřejnil pouze tam a od té doby na Facebook nepáchli. Také může jít o zklamané uživatele. Facebook si založili, aby zjistili, o co přicházejí, ale nakonec je nijak nenadchl a na to, aby si účet zrušili, byli moc líní (nebo nenašli příslušnou položku v nastavení, tudíž může jít také o chybu UI:))

U takových uživatelů stačí, aby uměli základy práce s internetem – vyhledat si něco na Google, posílat e-maily, pustit si video na YouTube, přečíst si novinky apod. Alespoň základní práce s PC se předpokládá. Můj cílový uživatel by měl umět si vytvořit dokument ve Wordu, kouknout se na film, pustit si hudbu, nahrát fotky do počítače atd. Prostě obyčejný uživatel, který PC používá, když potřebuje, ale není na něm celý den. Ví, kam se připojuje USB, jak se zapíná, ale neumí ho přetaktovat nebo vyměnit kus hardware (což tedy pomalu neumím ani já:)). Takový uživatel je ideální pro to, abych objevil co nejvíce chyb v bezpečnosti a zabezpečení našich dat na Facebooku.

### **3 Přehled Use cases**

#### **3.1 Use case č.1 - Změna viditelnosti data narození**

Pro začátek testování jsem chtěl zvolit nějaký test na rozehrání. Řekněme, že uživatel, který začal s Facebookem pracovat, nevyplní ihned všechny položky svého profilu, ale jen ty nejdůležitější. Informaci, kterou ale uživatel vyplní zcela určitě a to ihned při registraci, je datum narození. Můžeme spekulovat, na kolik je tato informace škodlivá, kdyby se „dostala ven“ ve spojení s naším jménem a např. rodným číslem, příp. jak se dají v dnešní době tyto informace zneužít (viz [1]). My ale nechceme nic riskovat a proto budeme chtít, aby tento elementární údaj mohli vidět pouze uživatelovi přátelé. Protože je participant na Facebooku poprvé, možná bude zpočátku tápat a orientovat se (i proto na začátek takový test), postupně si ale aplikaci osahá a příslušnou položku v menu a Nastavení soukromí doufejme najde.

Defaultně je v možnostech nastavena viditelnost pro „Přátelé přátel“, avšak mnoho uživatelů si neuvědomuje, co za tímto pojmem stojí. Řekněme, že uživatel bude mít v budoucnu 150 přátel a toto nastavení. Každý jeho přítel v seznamu bude mít podobný počet přátel. Když odečteme přátele, které máme společné (třeba průměrně patnáct na přitele), dostaneme se k patnácti tisícům lidí, které moc dobře nebo i vůbec neznáme, ale přitom tyto údaje mohou vidět. I proto je důležité, aby si i tento pojem uživatel zažil. Uživatel by také neměl mít s tímto úkolem výraznější problémy, protože další úkoly ještě přitvrdí na obtížnosti. Pokud by je zcela náhodou měl, jednalo by se zřejmě o chybu screeneru, který tyto participanty nevyřadil.

#### **3.2 Use case č.2 - Zákaz zobrazení svých aktivit na Zdi**

##### **3.2.1 Situace**

Dalším příkladem „nebezpečství“ by mohlo být také oznámení o zúčastnění se některé události na naší Zdi. Hypotetickým příkladem, který ale také určitě není nereálný, se mohou pro mladé lidi stát víkendové události. Kdo má hodně přátel a je ve skupině oblíbený, většinou má o víkendu hodně nabitý program (pokud tedy zrovna nedělá D1 na Y39TUR:)) a tak některé události musí odmítat. Jak by to ale pro takového oblíbence mohlo dopadnout, kdyby odmítl např. oslavu narozenin: vymluvil se, že se musí učit a poté si jeho slavicí kamarád přečte na Facebooku, že onen „kamarád“ lhal a místo jeho akce upřednostil jinou. Takového jedince by se to mohlo velmi dotknout a náš oblíbenec by si takto mohl zbytečně udělat nepřítele, i když by se tomu dalo třeba předejít.



Nebo oznámení, že uživatel jede např. na týden na zimní kurz ČVUT (nemluvě o tom, že to napíše jako svůj status, ale to už je jiná situace). Taková informace se může dostat kamkoliv a tak se pak nikdo nemůže divit, že po návratu najdeme ve svém bytě nebo i pokoji na koleji o pár cenných věcí méně (viz např. [2]). Proto bychom chtěli takovýmto situacím zabránit a Facebook by na to měl mít prostředky v nastavení.

### 3.2.2 Popis Use case

Po testovaném uživateli tedy budeme chtít, aby zamezil zobrazení zúčastnění se události na své Zdi. Problém by ale mohl nastat, pokud by se chtěl uživatel poradit s oficiální nápovědou

Facebooku. Tam je

totiž v její české

verzi stále uvedena

nápověda pro

minulou verzi

Facebooku, která už

nějaký čas neplatí a

proto ony položky v menu již neexistují, viz Obr.č.1. Pokud ale přepnu dole na konci stránky

na anglický jazyk, už se dozvím správný postup, viz Obr.č.2. Z něj se ale dovídáme, že

skutečné řešení našeho problému nenajdeme v Nastavení soukromí, jak by si i normální

uživatel mohl myslet, ale v Nastavení aplikací. To může uživatele zmást a zřejmě na tento

Vypnutí příspěvků na Zdi zveřejněných specifickými aplikacemi:

1. Klepněte na nabídku Aplikace v levém dolním rohu jakékoli stránky služby Facebook.
2. Vyberte odkaz „Upravit vše“.
3. Kliknutím na filtr „Povolení funkce Zed“ zobrazíte seznam všech aplikací, které mohou zveřejňovat příspěvky na vaši Zed’.
4. Kliknutím na možnost „Upravit“ vpravo u každé aplikace upravíte nastavení.

Obr. č. 1 Česká nápověda Facebooku o nastavení některých funkcí Zdi

To turn off Wall stories published by specific applications:

1. Go to the Application Settings page from the Account drop down menu.
2. Click the "Edit Settings" link next to the application you would like to edit.
3. Select the Additional Permissions tab in the box that appears and uncheck the box next to "Publish recent activity to my Wall."
4. Click the "Okay" button.

Obr. č. 2 Oficiální anglická nápověda Facebooku o nastavení některých funkcí Zdi

problém ještě narazíme při testování.

V Nastavení soukromí se pouze mluví o přidávání příspěvků na naší Zed’, což ale není to, co

chceme.

## 3.3 Use case č.3 - Soukromí fotografií

### 3.3.1 Situace

Denním chlebem Facebooku jsou fotografie. Jejich rychlost sdílení na Facebooku je neuvěřitelná a pokud nás někdo na fotce označí, tuto fotku vidí v sekundě i všichni ostatní. Na

jednu strana velká výhoda, na tu druhou nás jejich zveřejnění může dostat nejen do pěkně trapné situace, ale i do velkého maléru. Mladí (i staří:)) se rádi baví, pijí a scházejí se s přáteli. Pokud zrovna nejste filmová hvězda denně sledována paparazzi, tak zřejmě nebudete zaměstnávat párek bodyguardů, aby vás před fotografy uchránili. Všichni mi asi ale dají za pravdu, že udělat nějakou kompromitující fotografii není v dnešní době zabudovaných iks megapixelových fotoaparátů v mobilech zrovna velký problém. Jejich zamezení okamžitému zobrazení na Zdech našich přátel by opět zabránilo správné nastavení naší Zdi, proto se tímto problémem již zabývat nebudeme, protože toto nastavení si už náš uživatel osahal.

Jinou situací by bylo, kdybychom my sami nafotili nějaké fotografie, na kterých by krom nás byli ještě další naši přátelé z Facebooku a právě tyto fotky by chtěli vidět i jejich (a ne moji) přátelé (opět tzv. *Přátelé přátel*). Jsme tedy ochotni tyto fotografie pro ně zveřejnit, zároveň ale všechna ostatní alba „schovat pod pokličku“, aby byla viděna pouze mými přáteli. Defaultní nastavení práv a soukromí Facebooku je dost benevolentní (viz Příloha č.1), což může být kámen úrazu pro začínajícího Facebookáře. Mimochodem si na toto stěžovala široká veřejnost (viz [3]), ale jak jsem se mohl sám přesvědčit, zatím s tím nikdo nic neudělal.

### 3.3.2 Popis Use case

Protože účastník testování v mém testu nemá zkoušet použitelnost UI při zakládání fotoalb, bude mít již některá alba vytvořená. Po albu č.1 bude chtít, aby ho mohlo vidět pouze jeho přátelé, protože není nijak závadné a ani v budoucnu by nemělo být. Album č.2 je ono album, které budou chtít vidět i ostatní zúčastnění, kteří se objevili na fotkách, např. fotky ze společné dovolené. Protože ale Facebook neumí zobrazit album pro ty osoby, které my sami

Sdílejte tuto fotku s kýmkoliv zasláním tohoto veřejného odkazu:  
<http://www.facebook.com/photo.php?pid=30649535&l=1d1538e210&id=1188340918>

Obr. č. 3 Pod každou fotkou na Facebooku nalezneme podobný odkaz, který umožní příslušnou fotku vidět opravdu komukoliv  
nemáme v přátelích, nastaví uživatel album na „přátelé přátel“. Album č.3 je volně přístupné a může si ho prohlédnout kdokoliv, protože např. se chceme těmito fotkami nějakým způsobem prezentovat. A konečně album č.4 by mělo být pouze pro osobní účely, abychom je např. mohli ukázat někomu, kdo Facebook založený nemá, ale zároveň tyto fotky zrovna nemůžeme mít u sebe.

Protože se všechna tato nastavení nachází na jedné stránce a ne nijak hluboko ve stromové struktuře nastavení, doufám, že jakmile uživatel najde příslušné nastavení, zbytek již bude „na jedno brdo“. I proto jsem tento Use case dal jako jeden, abych uživatele netrápil

opětovným hledáním. Poznámkou na okraj je, že pokud by se jednalo o jedinou fotografii, kterou by chtěl někomu třetímu ukázat, Facebook vygeneruje pod každou fotkou speciální odkaz, díky kterému je fotka umožněna vidět opravdu komukoliv (viz Obr.č.3).

### **3.4 Use case č.4 - Blokování uživatelů**

Zákaz komunikace s někým, kdo nám leze na nervy nebo nás nějakým způsobem ohrožuje je základní funkcí každé sociální sítě či komunikačního protokolu. I proto, že udělat si nepřítele není až tak složité, je dobře, že toto umí i Facebook. Budeme tedy chtít, aby testovaný uživatel pro názornost zablokoval někoho, koho zná jménem a nejlépe ho má i v seznamu přátel. Těžkosti by doufejme přijít neměli, i když uživatel by mohl chtít dotyčnou osobu zablokovat pomocí příslušného tlačítka přímo na jeho profilu nebo když už, tak v záložce „Přátelé“. Pokud si ale při předchozím testování dobře všímal ostatních nabídek, hledanou položku najde.

### **3.5 Use case č.5 - Odhlášení se z Facebooku**

Ideálním testem na konci je možná ten nejdůležitější test – odhlášení se od služby. Pokud by člověk pracoval na cizím počítači a zapomněl se odhlásit od Facebooku, mohl by z toho být velký problém. Potencionální útočník by nyní měl přístup ke všem informacím a ani se nemusel nijak snažit. Lepší je si ani nepředstavovat, k čemu až by to mohlo dojít. Proto je tolik důležité, aby uživatel snadno našel dané tlačítko, které spojení s Facebookem uzavře. Navíc tento test by měl být pro všechny testované snadným úkolem a tudíž, pokud by se testovanému během předchozích Use cases nedařilo, tady si alespoň trochu může spravit chuť.

## 4 Návrh testu bez uživatelů

### 4.1 Zvolená metoda

Pro testování bez uživatelů jsem zvolil metodu *Cognitive Walkthrough*. Považuji tuto metodu za vhodnou pro toto testování, protože se v případě Facebooku jedná vcelku o klasický design UI. Když jsem si promýšlel jednotlivé Use cases, už během jejich realizování jsem poznal, jak je každý krok svým způsobem jiný a každý si zaslouží speciální pozornost. Přece jenom Facebook je stále poměrně nová aplikace a o tom, že nemůže najít pořád ten pravý design, svědčí i jeho časté změny. I mně občas přijde, když hledám nějakou zatím neprobádanou skulinku Facebooku, jako bych byl pokaždé v jiné aplikaci. Jednou něco vyřeším jedním způsobem, poté zase úplně jinak. Dle mého by právě jakési sjednocení jednotlivých kroků a jejich ucelení přispělo k vylepšení už tolikrát měněného UI.

### 4.2 Scénáře pro Uses cases

V této kapitole se seznámíme s jednotlivými stavy aplikace krok po kroku až po chtěný výsledek. Kvůli názornosti bude každý krok průchodu Use case charakterizován pomocí screenshotu přímo z aplikace. Každé nastavení však začíná se základní obrazovky, viz Obr.č. 4.



Obr. č. 4 Defaultní obrazovka nového uživatele na Facebooku

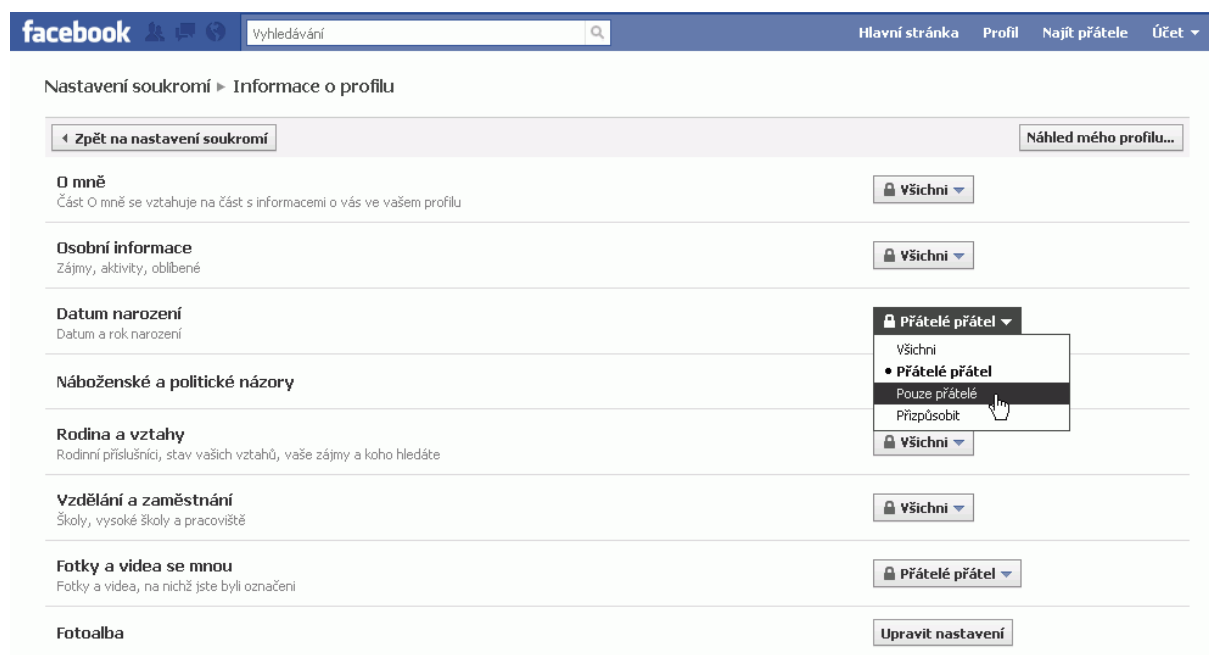
## 4.2.1 Scénář pro Use case č.1 - Změna viditelnosti data narození



Obr. 5 Use Case č.1 – Krok 1+2 (rozbalovací menu „Účet“, položka „Nastavení soukromí“)



Obr. 6 Use Case č.1 – Krok 3 (položka „Informace o profilu“)

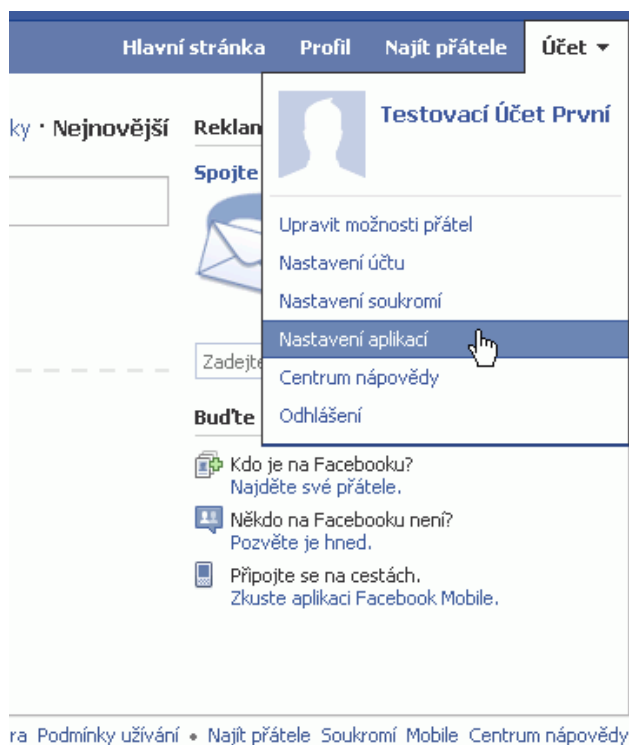


Obr. 7 Use Case č.1 – Krok 4 (rozbalovací menu „Datum narození“, položka „Pouze přátelé“)

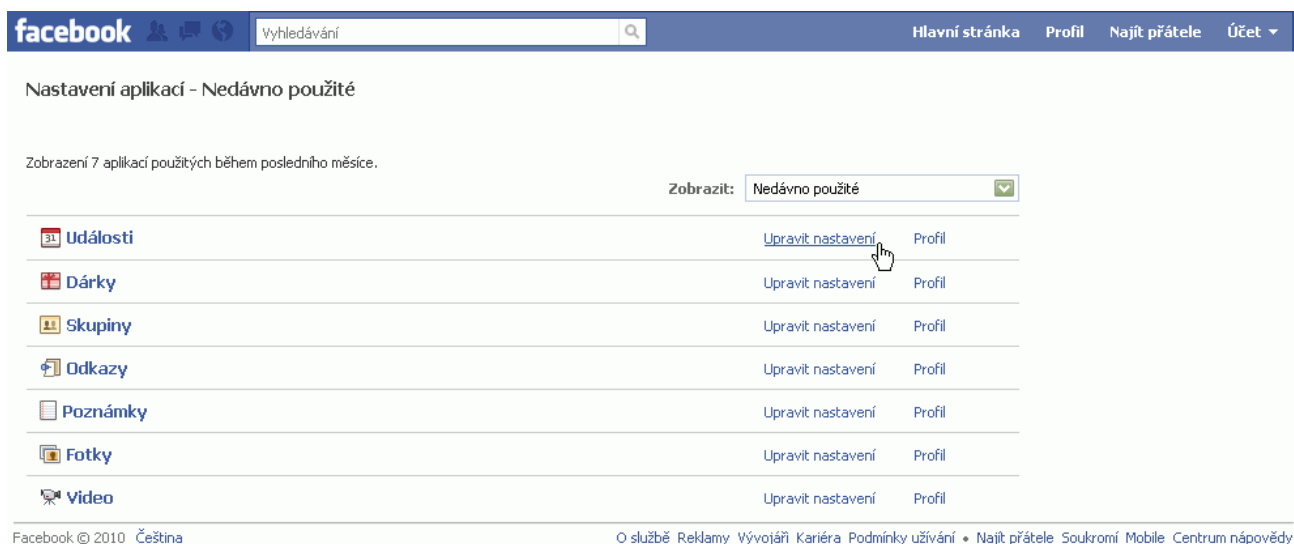


Obr. 8 Use Case č.1 – finální výsledek nastavení

## 4.2.2 Scénář pro Use case č.2 -Zákaz zobrazení svých aktivit na Zdi



Obr. č. 9 Use Case č.2 – Krok 1+2 (rozbalovací menu „Účet“, položka „Nastavení aplikací“)



Obr. č. 10 Use Case č.2 – Krok 3 (možnost „Upravit nastavení“ u položky „Události“)

10 měsíce.

The dialog box is titled 'Upravit nastavení Události'. It has three tabs: 'Profil', 'Záložka', and 'Doplňková oprávnění'. The 'Doplňková oprávnění' tab is selected. The settings are as follows:

- Pole: Dostupné (přidat)
- Karta: Dostupné (přidat)
- Soukromí: Všichni

Below the settings, there is a text block: 'Tímto nastavením můžete změnit viditelnost rámečku nebo záložky aplikace Události ve vašem profilu.'

An 'OK' button is at the bottom right.

[O službě](#) [Reklamy](#) [Vývojáři](#) [Kariéra](#) [Podmínky užívání](#) • [Najít přát](#)

Obr. č. 11 Use Case č.2 – Krok 4 (záložka „Doplňková oprávnění“)

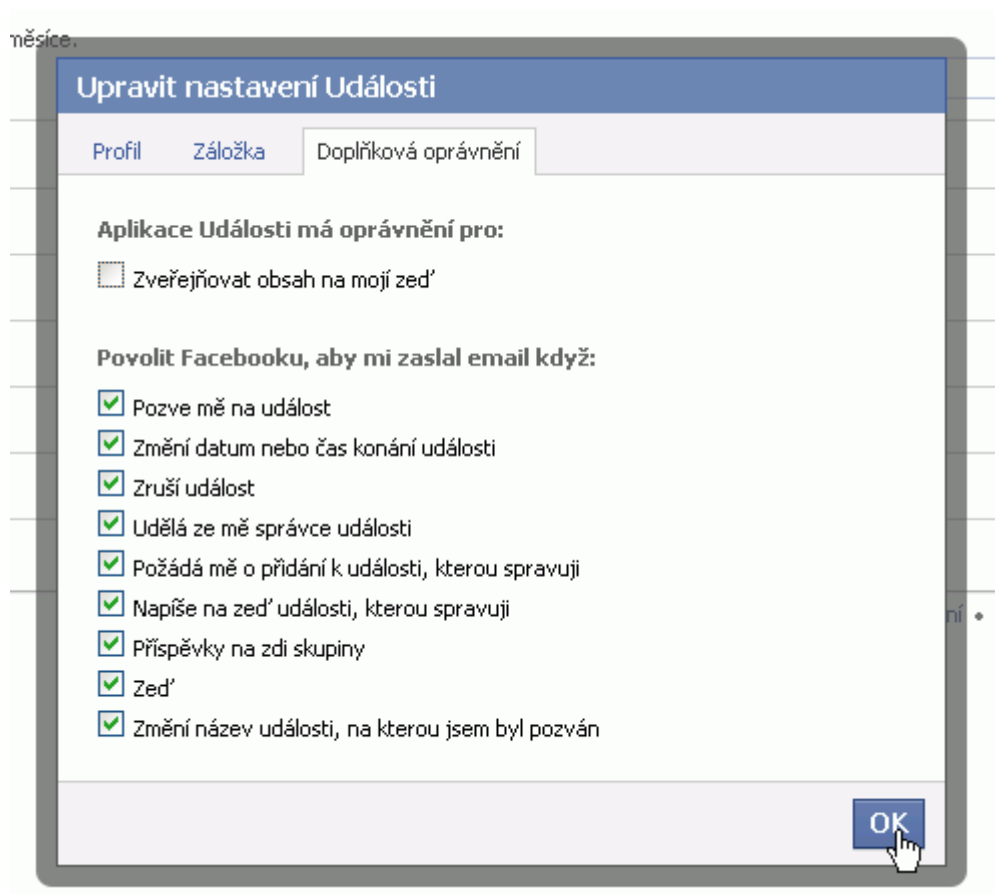
měsíce.

The dialog box is titled 'Upravit nastavení Události'. It has three tabs: 'Profil', 'Záložka', and 'Doplňková oprávnění'. The 'Doplňková oprávnění' tab is selected. The settings are as follows:

- Aplikace Události má oprávnění pro:**
  - ☒ Zveřejňovat obsah na mojí zed'
- Povolit Facebooku, aby mi zaslal email když:**
  - ☒ Pozve mě na událost
  - ☒ Změní datum nebo čas konání události
  - ☒ Zruší událost
  - ☒ Udělá ze mě správce události
  - ☒ Požádá mě o přidání k události, kterou spravuji
  - ☒ Napiše na zed' události, kterou spravuji
  - ☒ Příspěvky na zdi skupiny
  - ☒ Zed'
  - ☒ Změní název události, na kterou jsem byl pozván

An 'OK' button is at the bottom right.

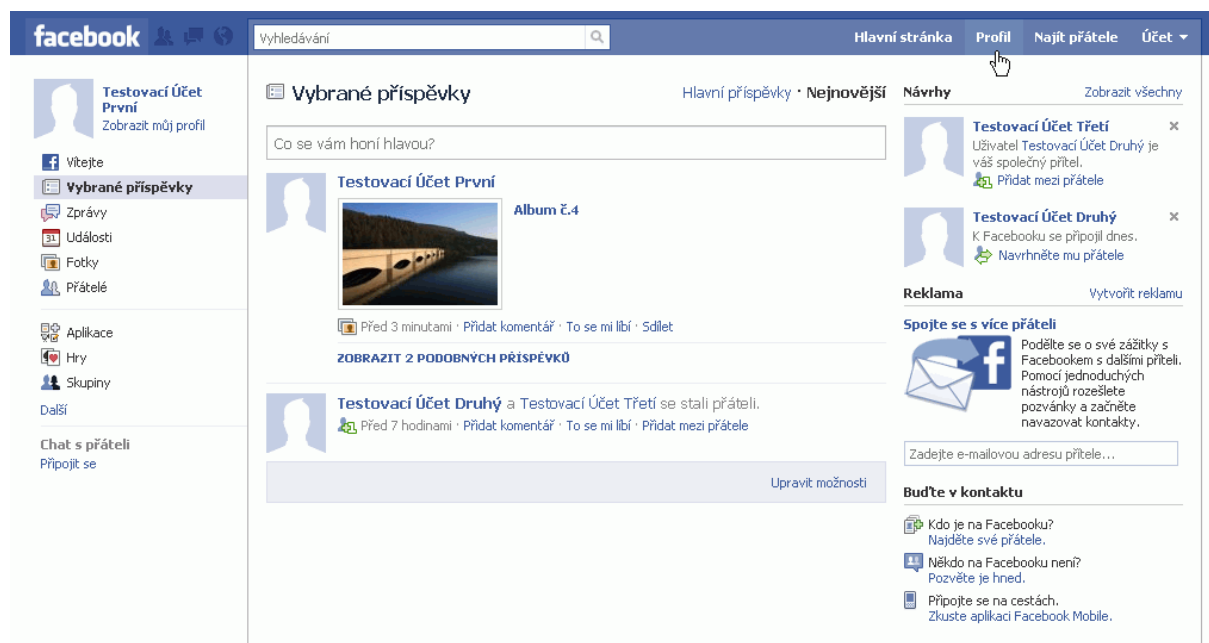
Obr. č. 12 Use Case č.2 – Krok 5 (odškrtnutí políčka „Zveřejňovat obsah na moji zed“)



Obr. č. 13 Use Case č.2 – Krok 6 (poslední krok – zmáčknutí tlačíka „OK“)

### 4.2.3 Scénář pro Use case č.3 - Soukromí fotografií

Pro tento scénář existuje alternativní cesta opět přes nastavení v rozbalovacím menu „Účet“ vpravo nahoře defaultního zobrazení profilu, ale my si vybereme poněkud intuitivnější průchod, který by uživatele mohl spíše napadnout.



Obr. č. 14 Use Case č.3 – Krok 1 (tlačítko v horní liště „Profil“)

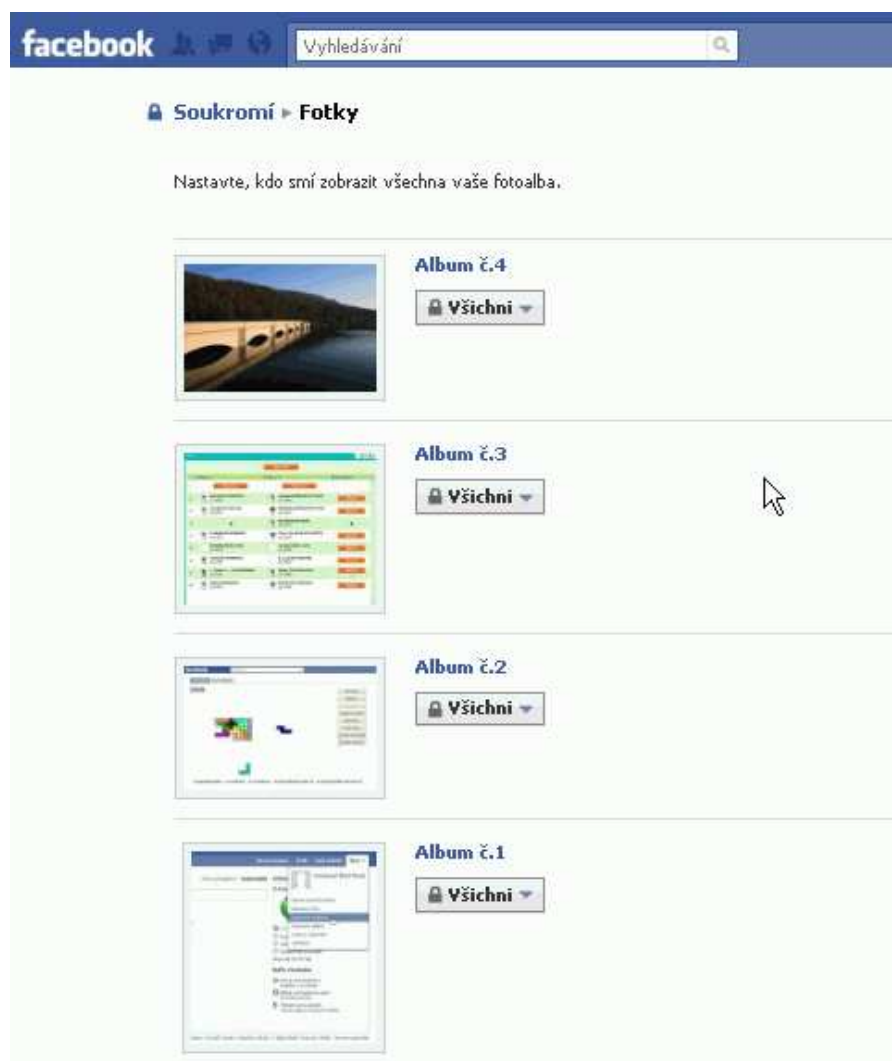




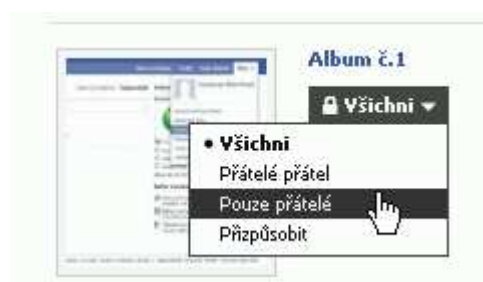
Obr. č. 15 Use Case č.3 – Krok 2 (záložka „Fotky“)



Obr. č. 16 Use Case č.3 – Krok 3 (odkaz „Soukromí alba“)



Obr. č. 17 Use Case č.3 – okno Soukromí fotek



Obr. č. 18 Use Case č.3 – Krok 4 (vybrání nabídky „Pouze přátelé“ pro album č.1)



Obr. č. 19 Use Case č.3 – Krok 5 (vybrání nabídky „Přátelé přátel“ pro album č.2)



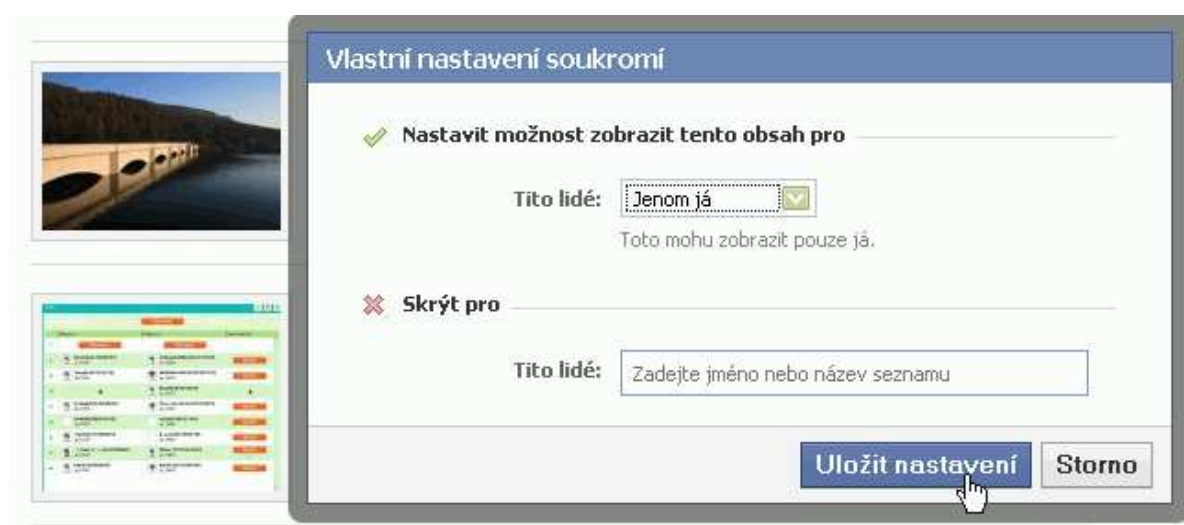
Obr. č. 20 Use Case č.3 – Krok 6 (vybrání nabídky „Všichni“ pro album č.3)



Obr. č. 21 Use Case č.3 – Krok 7 (vybrání nabídky „Přátelé přátel“ pro album č.4)



Obr. č. 22 Use Case č.3 – Krok 8 (vybrání nabídky „Jenom já“)



Obr. č. 23 Use Case č.3 – Krok 9 (zmáčknutí tlačítka „Uložit nastavení“)



Obr. č. 24 Use Case č.3 – finální podoba

#### 4.2.4 Scénář pro Use case č.4 - Blokování uživatelů



Obr. č. 25 Use Case č.4 – Krok 1+2 (Vybrání tlačítka „Nastavení soukromí“ v nabídce „Účet“)

## Nastavení soukromí



### Informace o profilu

Nastavte, kdo může zobrazit váš profil a přidávat příspěvky na vaši zeď



### Kontaktní údaje

Nastavte, kdo vás může na Facebooku kontaktovat a zobrazit vaše kontaktní údaje a e-mail



### Aplikace a webové stránky

Nastavte, které informace budou přístupné aplikacím a webovým stránkám na Facebooku



### Vyhledávání

Nastavte, kdo vás může vidět ve výsledcích vyhledávání a v modulech vyhledávání



### Seznam blokováných

Nastavte, kdo s vámi může na Facebooku komunikovat

Obr. č. 26 Use Case č.4 – Krok 3 (Vybrání položky „seznam blokováných“ v okně „Nastavení soukromí“)

## Nastavení soukromí ► Seznam blokováných

◀ Zpět na nastavení soukromí

### Blokování uživatelů

Lidé, které jste blokovali, s vámi prostřednictvím Facebooku nebudou moci komunikovat. Veškerá stávající přátelství nebo vztahy s touto osobou budou přerušeny. Pamatujte, že zablokováním nějaké osoby nemusí dojít k ukončení komunikace prostřednictvím aplikací a zároveň se nevztahuje na jiná umístění na Internetu.

Na seznam blokováných osob jste nikoho nepřidali.

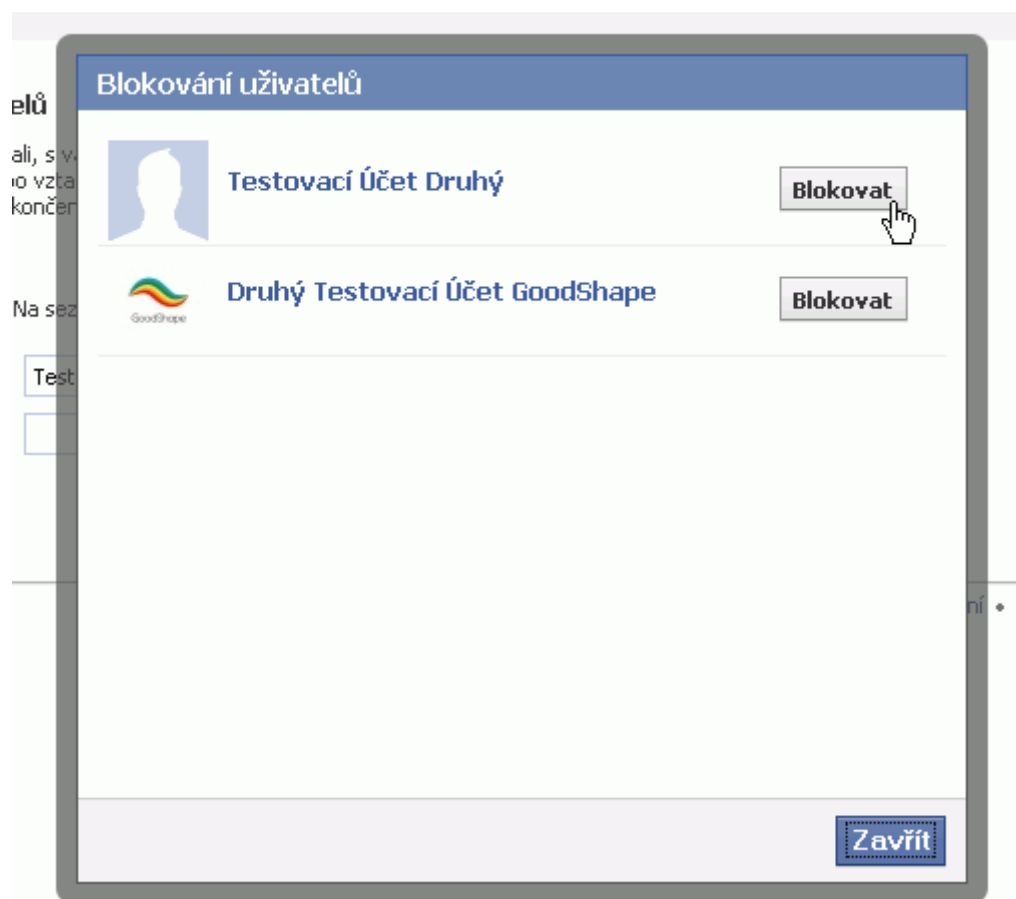
Osoba

Blokovat

E-mail

Blokovat

Obr. č. 27 Use Case č.4 – Krok 4 (napsání požadovaného jména, které chceme zablokovat a zmáčknutí tlačítka „Blokovat“)



Obr. č. 28 Use Case č.4 – Krok 5 (zmáčknutí tlačítka „Blokovat“ u požadovaného jména z výběru)

#### Nastavení soukromí ► Seznam blokováných

◀ Zpět na nastavení soukromí

##### Blokování uživatelů

Lidé, které jste blokovali, s vámi prostřednictvím Facebooku nebudou moci komunikovat. Veškerá stávající přátelství nebo vztahy s touto osobou budou přerušeny. Pamatujte, že zablokováním nějaké osoby nemusí dojít k ukončení komunikace prostřednictvím aplikací a zároveň se nevztahuje na jiná umístění na Internetu.

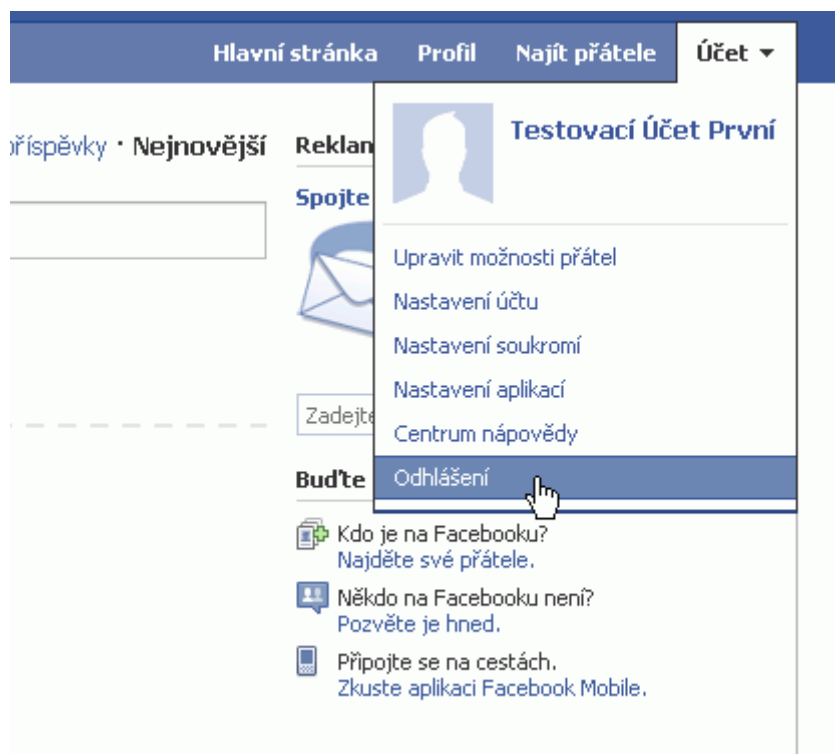
■ Testovací Účet Druhý (odebrat)

Osoba

E-mail

Obr. č. 29 Use Case č.4 – finální obrazovka

## 4.2.5 Scénář pro Use case č.5 - Odhlášení se z Facebooku



Obr. č. 30 Use Case č.5 – Krok 1 (vybrání tlačítka „Odhlášení“ z nabídky „Účet“)



Obr. č. 31 Use Case č.5 – obrazovka po odhlášení

## 5 Provedení testu bez uživatelů

### 5.1 Obecná procedura

Jelikož jsme si již v přípravě na testování bez uživatelů vybrali pro tuto fázi metodu Cognitive Walkthrough, každý z Use cases má předem jasný scénář, jak onen case ideálním způsobem vyřešit. Tento jeden scénář se skládá z několika kroků neboli akcí, které uživatel musí projít, aby dosáhl potřebného cíle. Pokud se na některém z kroků „zasekne“, je na nás, abychom tuto chybu odhalili právě nyní, když aplikaci testujeme my sami a následně se na tyto body při testování s uživateli speciálně zaměřili. Buď abychom zjistili, že tyto body jim také dělají problémy nebo také pokud se dostanou v nějakém konkrétním bodě do úzkých, abychom jim mohli účinně pomoci.

I proto má metoda CW předem sestavenou podobu otázek, které aplikujeme na každý jednotlivý krok, čímž zajistíme, že každý Use case bude podroben přísnému rozboru. Pokud skutečně poctivě provedeme každý krok, nemělo by se nám stát, že nás v další fázi testování něco překvapí. Otázky, které budeme aplikovat (a které následně již nebudeme vypisovat), jsou následující:

- I. Je zřejmé, jak má uživatel v tomto kroku postupovat?
- II. Je uživatelův chystaný záměr spojen s nějakým tlačítkem/popiskem?
- III. Dostane se uživateli nějaká odezva poté, co učiní nějakou akci?

Na každou z těchto otázek v každém kroku odpovíme buď ano nebo ne a pokud ne, následně zdůvodníme, co by mohlo uživateli dělat problémy a zkusíme přijít na způsob, jak tento problém co nejlépe vyřešit. Samozřejmě před každým průchodem musíme připomenout, čeho vlastně má uživatel v rámci Use case dosáhnout.

### 5.2 Provedení scénářů pro Use cases

#### 5.2.1 Provedení a vyhodnocení scénáře pro Use case č.1

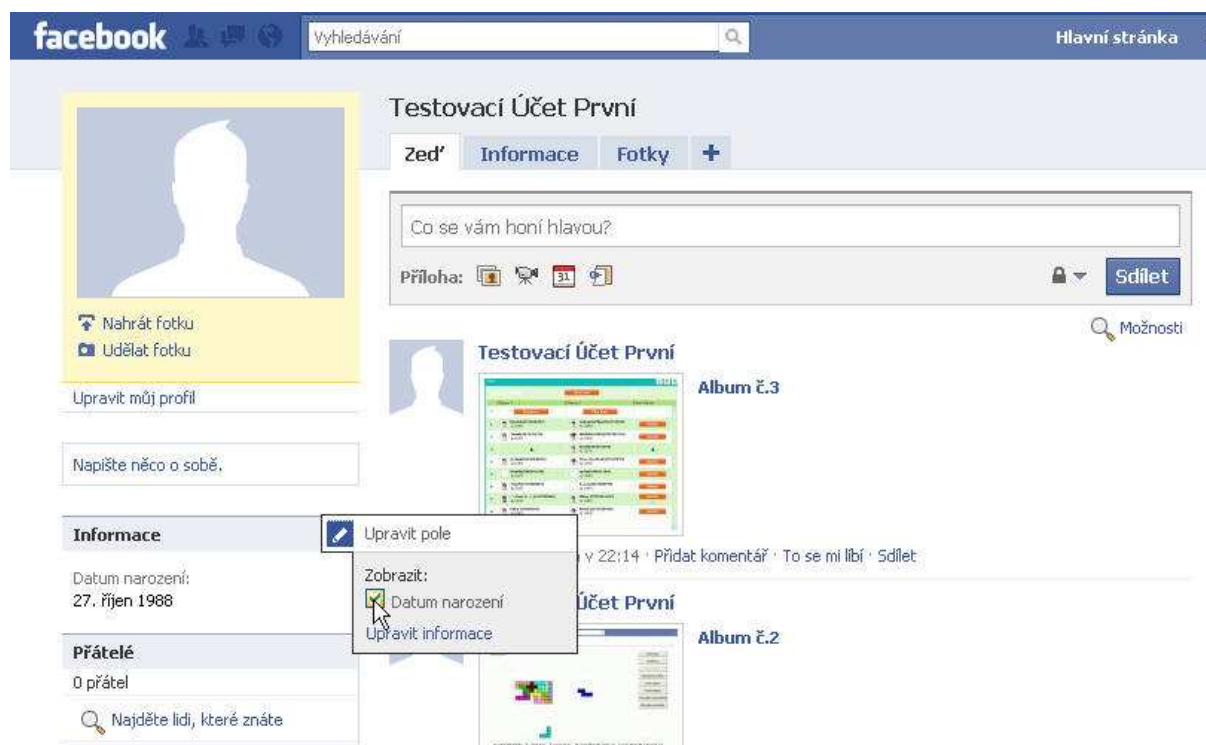
V tomto Use case má uživatel změnit viditelnost svého data narození tak, aby bylo viděno a bylo viděno pouze jeho přátelům. Tuto formulaci jsem zvolil schválně, protože jak se zanedlouho dozvíme, tento úkol „na rozehrátí“ nakonec není tak snadný, jak by se na první pohled mohlo zdát. Začneme ale již zmiňovanou tabulkou (viz Tab. 1) ve spolupráci s kapitolou 4.2.1.



**Tab. 1 Provedení CW pro Use case č.1**

	Krok č.1	Krok č.2	Krok č.3	Krok č.4
I.	NE	ANO	ANO	ANO
II.	NE	NE	NE	ANO
III.	ANO	ANO	ANO	ANO

Hned v prvním Use case nalezneme mnoho věcí, které mohou uživateli dělat problémy. V **kroku č.1** by uživatel mohl místo tlačítka „Účet“ stisknout spíše tlačítko „Profil“. Obě tyto verze znějí velmi podobně a nemůžeme čekat, že se uživatel za účelem něco ve svém profilu/úctu změnit zrovna treťí správně. A ono pokud by testovaný zvolil položku „Profil“, k nastavení zobrazení data narození by se dostal (viz Obr. č.32), ale zde by



Obr. č. 32 Provedení CW pro Use case č.1, matoucí nastavení data narození

mohl vybrat pouze mezi zobrazením a nezobrazením data narození, avšak naše zadání bylo specifičtější. Mnohem lépe by vypadalo, kdyby se tlačítko „Účet“ změnilo na „Nastavení“, protože v jeho nabídce se stejně nacházejí převážně různá nastavení (viz Obr. č.5). Tím by se předešlo i tomu, že si uživatel nespojí tlačítko s akcí, „Nastavení“ by mělo mnohem lepší vypovídající hodnotu, když uživatel doopravdy chce něco nastavit.

**Krok č.2** také není vyřešen zcela ideálně. Pokud ono rozvírací menu (viz Obr. č.5) uživatel spatří poprvé a zároveň nemá moc zkušeností s terminologií Facebooku (což

očekáváme), nemusel by si tlačítko „Nastavení soukromí“ spojit tak, jak očekáváme. Sice ví, že si musí vybrat jednu s položek, na druhou stranu by mohl spíše vybrat „Nastavení účtu“, které zní velmi přívětivě a skoro se tváří jako správné. Tak tomu ale není. Zde bohužel změna názvu tlačítka zřejmě nepomůže, uživatel si prostě a jednoduše musí spojit a zažít slovo „soukromí“ s nastavením viditelnosti jednotlivých údajů. Sám jsem zvědavý, jak si opravdoví uživatelé s tímto krokem poradí.

Následný **krok č. 3** je z mého pohledu opravdu tragicky řešený. Na obrazovce (viz Obr. č.6) se nachází několik položek, ze kterých opět uživatel musí zvolit. Podle pomocného popisku pod odkazem „Kontaktní údaje“ se píše: „*Nastavte, kdo vás na Facebooku může kontaktovat a zobrazit vaše kontaktní údaje a e-mail*“. Uživatel podle mě zvolí právě tuto možnost, protože datum narození je kontaktní údaj spíše, než informace o profilu, která se skrývá pod stejnojmennou položkou. Přesto je právě tato nabídka správná. Řešením tohoto rozporu by mohlo být napsání výstižnějšího pomocného popisku pod nabídkou nebo spojení obou nabídek v jednu, jelikož se stejně obě nastavení zabývají tím samým – tedy nastavením soukromí.

Poslední krok – **krok č.4** by měl být již bez problémů. Po uživateli chceme, aby jeho datum narození bylo viděno pouze jeho přáteli a přesně taková nabídka se v menu možností nachází. Tím je celý Use case hotov.

### 5.2.2 Provedení a vyhodnocení scénáře pro Use case č.2

V tomto Use case máme za úkol změnit nastavení naší Zdi tak, aby pokud se hodláme zúčastnit některé z událostí, tak aby se tato informace nezobrazila na naší Zdi a tedy i v kanálu novinek. Use case obsahuje celkem těchto 6 kroků:

**Tab. 2 Provedení CW pro Use case č.2**

	Krok č.1	Krok č.2	Krok č.3	Krok č.4	Krok č.5	Krok č.6
I.	NE	ANO	spíše ANO	NE	ANO	ANO
II.	NE	spíše NE	ANO	NE	ANO	NE
III.	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO

Začátek tohoto tasku – **krok č.1** začíná stejně jako úkol minulý. Pokud by si nový uživatel okamžitě vžil předchozí postup, nemusel by s tím mít problém. Pokud ne, stále platí řešení viz 5.2.1.

V **kroku č.2** záleží na tom, jestli si spojí něco jako Zed' se slovem aplikace, když je třeba na Facebooku poprvé. Ale pokud se v předchozím úkolu třeba překlíkl, vlezl do

„Nastavení účtu“, poté správně i do „Nastavení soukromí“, může si domyslet, že by cíl mohl být tam, kde ještě nebyl. Na druhou stranu je matoucí, že když klikne nakonec na položku „Nastavení aplikací“, žádnou Zed' tam nenalezne, ale najde tam Události, Skupiny apod. Každá aplikace má, jak se i později dovíme, své nastavení pro Zed' zvlášť (viz např. Obr. č.12). A protože těch nastavení, která se zaobírají Zdi není zrovna málo, možná by nebylo od věci vytvořit buď samostatné nastavení v menu „Účet“ nebo položku „Nastavení aplikací“ změnit na „Nastavení aplikací a Zdi“ a možnosti nastavení Zdi přidat do této nabídky.

Tato změna by **krok č.3** zatím ještě neřešila. Uživatel má zadání změnit něco kolem Událostí a takovou položku i možnost nastavení tam má. Lehce zmatený by mohl být, pokud by kliknul na „Profil“ (viz Obr. č. 10), protože v předchozím úkolu když chtěl něco změnit, klikl na „Informace o profilu“. Zde by se však dostal na oficiální Facebook stránky profilu dané aplikace a velmi rychle by se vrátil zpět. Položka „Profil“ by mohla být nahrazena pomocí položky „Oficiální stránky aplikace“. Místa je tam dost a navíc toto pojmenování zní dostatečně odpudivě, aby na to uživatel neklikl. I když moc nechápu význam tohoto profilu. Vzkazy fanoušků o tom, jak se jim líbí daná aplikace apod. by nemusely být ve stejném menu jako všechna nastavení. Řešením by tedy mohlo být dání pryč této položky.

**Krok č.4** je v celé aplikaci zřejmě nejhůře vyřešené nastavení, které je zároveň vrcholem velmi špatného rozvětvení nastavení. Jak vidíte na Obr. č.11, v dialogovém okně jsou tři druhy tlačítek. Horní tlačítka přepínají mezi jednotlivými záložkami, tlačítko se



Obr. č. 34 Provedení CW pro Use case č.2 aneb co vlastně dělá toto nastavení?

šipkou rozbalí výběr možností a „přidat“ přidá Události buď jako kartu do vašeho profilu nebo do aplikace Pole, kterou se tu však zabývat nebudeme. Z pohledu otázky č.1 kognitivní analýzy uživatel nemusí poznat, jak má postupovat dále. Než se totiž (zřejmě metodou pokus-omyl) dostane na cílovou položku „Doplňková oprávnění“, zřejmě se pokusí kliknout i na „přidat“ v domněnání, že se mu otevře nějaká další nabídka. Bohužel zde není dodržena konzistence aplikace – uživatel se zatím nikde nepotkal s tlačítkem, které by takto vypadalo (tedy bylo podtrženo) a přitom určovalo nějakou akci. I z běžné praxe víme, že podtrhnutí znamená odkazování se někam, ale určitě ne akci. Navíc nastavení v záložce „Záložka“ je pro začínajícího uživatele (upřímně řečeno i pro mě) absolutně nejasné, co dělá viz Obr. č.33.

Doporučil bych tedy nastavení opět sjednotit (čímž by se odstranila nutnost mít v okně záložky). Následně bych zrušil podnabídku „Povolit Facebooku, aby mi zaslal email když:“, jelikož toto nastavení už je lépe přístupné a shromážděné jinde a na jednom místě (konkrétně Účet-> Nastavení účtu-> záložka Upozornění). I další položky v dial. okně bych zrušil – např. již zmiňovanou „Záložku“ nebo aplikaci Pole, jehož funkce je záhadná, matoucí a zřejmě i k ničemu. To řeší i problémy **kroku č.5**. Poznámka na závěr tohoto kroku. Byť mám nastaven český jazyk pro Facebook, finální položka se v době psaní tohoto průchodu scénářem objevila v angličtině viz. Obr č.34. Doufám, že to je jenom dočasný šotek a navrátí se zpět do původní podoby viz Obr. č.12.



Obr. č. 34 Provedení CW pro Use case č.2, anglický název jedné z položek v nastavení Facebooku oproti ostatním českým názvům, obvyklý to jeho nešvar

Poslední krok – **krok č.6** je víceméně v pořádku. Až v porovnání s následujícím Use case jsem však objevil nesrovnalost v konsistenci tlačítek. Zatímco u potvrzení nového nastavení aplikace v kroku č.9 u Use case č.3 nacházíme lépe pojmenované tlačítko „Uložit nastavení“ (také viz Obr. č.22), zde máme pouze potvrzovací „Ok“. Byť jsou obě pojmenování pro tuto akci poměrně běžná, pro nového uživatele, který si není jist Facebook konvencemi, by bylo lepší všude používat „Uložit nastavení“.

### 5.2.3 Provedení a vyhodnocení scénáře pro Use case č.3

Nutno hned pro začátek podotknout, že pro tento scénář existuje alternativní začátek, jak se k onu nastavení dostat (již zmíněno v kapitole 4.2.3). Tato alternativní cesta do nastavení (Účet->Nastavení soukromí->Informace o profilu->Fotoalba „Upravit nastavení“) je však již proprána jinde a tudíž by nemělo velký smysl provádět CW znovu. Obě cesty navíc vedou do stejného nastavení (viz Obr. č.17), takže pokud se tam uživatel dostane buď jednou nebo druhou cestou, je jedno, hlavně, že vůbec. Také se může ukázat, zda si tohoto nastavení v alternativní cestě během provádění Use case č.1 uživatel všiml nebo se bude snažit najít tu cestu, kterou popisuje náš scénář. Jeho provedení ukazuje Tab. 3.

Tab. 3 Provedení CW pro Use case č.3

	Krok č.1	Krok č.2	Krok č.3	Krok č.4	Krok č.5	Krok č.6	Krok č.7	Krok č.8	Krok č.9
I.	NE	ANO	NE	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO

II.	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO
III.	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO

Na začátku průchodu scénářem, tedy v **kroku č.1**, pro uživatele rozhodně není jasné, kudy se má vydat. Dost svůdné (a logické) se může zdát jít do nastavení fotek přes levý



Obr. č. 35 Provedení CW pro Use case č.3, cesta do slepé uličky při hledání nastavení Soukromí fotek

aplikační panel (viz Obr. č.14). Tam by následně mohl kliknout na „Moje soubory“ a třeba dále na konkrétní album (viz Obr. č.35), tam by ale narazil, protože by žádnou odpovídající položku nenalezl (pokud by se zdlouhavě neproklíkal nabídkami). Navíc málokoho napadne při prvním kontaktu s aplikací hledat něco takového přes „Profil“. Prostým řešením je přidání



Obr. č. 36 Provedení CW pro Use case č.3, nekonsistence v pojmenování stejné akce, viz odkaz „Soukromí“ místo „Soukromí fotek“

nabídky „Soukromí fotek“ do nabídky, která je vidět na obrázku č.35 nebo lépe, aby odkaz „Moje soubory“ odkazoval na stránku, na kterou se dostaneme, když se uživatel podívá do konkrétního alba a následně klikne na „Zpět do mých fotek“ (sami můžete zkusit), viz Obr. č. 36. Tam ale kupodivu objevíme odkaz, který je pojmenován pouze „Soukromí“, zatímco na Obr. č.16 je lepší „Soukromí fotek“. Přitom oba odkazy vedou na stejnou stránku (viz Obr. č.17). Proto by bylo dobré oba názvy sjednotit, nejlépe tedy na „Soukromí fotek“.

Když už se uživatel dostane do tohoto bodu, **krok č.4-6** by pro něj neměl být problém. Ony nabídky v menu u každého z alb už vycházejí přímo ze zadání, takže by neměl tápat. Navíc už se s tímto druhem výběru potkal v Use case č.1.

**Krok č.7-9** by ho mohl lehce zmátnout, ale jelikož jsme participanta tak trochu navedli, aby na něj poslední položka v menu „Přizpůsobit“ tak trochu zbyla, tušíme, že první, co vyzkouší, bude ona volba. Přece jenom náš testovaný umí zacházet s počítačem a na internetu se také orientuje, tudíž pokud je přemýšlivý, k finální nabídce „Jenom já“ (viz) dojde bez problémů.

## 5.2.4 Provedení a vyhodnocení scénáře pro Use case č.4

V tomto Use case má uživatel za úkol zablokovat uživatele, aby s ním nemohl přes Facebook komunikovat. Provedení scénáře pro tento Use case nalezneme v Tab. 4.

**Tab. 4 Provedení CW pro Use case č.4**

	Krok č.1	Krok č.2	Krok č.3	Krok č.4	Krok č.5
I.	NE	ANO	ANO	ANO	ANO
II.	NE	ANO	ANO	NE	ANO
III.	ANO	ANO	ANO	NE	ANO

**Krok č.1** je opakováním kroků minulých aneb bylo již řečeno a řešeno. **Krok č.2** v tomto případě odpovídá mnohem lépe akci, kterou uživatel musí provést. Přece jenom chce, aby mu někdo nelezl do soukromí, proto očekávám, že uživatel zvolí správně. **Krok č.3** se přímo nabízí, na tlačítko „Seznam blokováných“ klikne doufám každý, byť je až úplně poslední v nabídce. V nejhorším mu může pomoci i popisek pod odkazem.

Při provádění scénáře v **kroku č.4** by mohl onen testovaný pěkně narazit. Zprv – tlačítko „Blokovat“ (viz Obr. č.27) ve skutečnosti nezablokuje ihned komunikaci s uživatelem, ale pouze vyhledá uživatele s tímto nebo podobným jménem. Proto bych změnil toto tlačítko na „Vyhledat“ – uživatel by se pak méně strachoval, aby třeba omylem nezablokoval někoho jiného nebo prostě něco nezkazil. Upřímně ani já při testování v tomto

kroku netušil, co mě čeká, když ono tlačítko zmáčknu:) Zadruhé – uživatel by mohl být také zmaten dvěma políčky na vyplnění a dvěma tlačítky. Dle mého by stačilo jen jedno tlačítko, které by vyhledávalo podle obou dvou kritérií.

**Krok č.5** by už tak byl po předchozích úpravách (ale i bez nich) v pořádku. Jakmile klikneme na „Blokovat“, automaticky se v seznamu, který se objeví ihned po zmáčknutí, objeví onen „hříšník“.

### 5.2.5 Provedení a vyhodnocení scénáře pro Use case č.5

Poslední Use case je, jak jsem se již zmiňoval dříve, spíše pro povzbuzení na konec, pokud uživateli předchozí Use cases dělaly problémy. Scénář průchodu obsahuje pouze jeden nový krok, tedy **krok č.2**, ani tak by ale neměl uživateli dělat pražádné problémy. Na druhou stranu v tomto případě u kroku č.1 je situace přece jenom také trochu „nová“. Uživatel se chce odhlásit od svého účtu na Facebooku, tudíž pouze v tomto případě by tento krok a onen popisek vypovídal o správném postupu. Ne však v ostatních případech.

**Tab. 5 Provedení CW pro Use case č.5**

	Krok č.1	Krok č.2
I.	ANO	ANO
II.	ANO	ANO
III.	ANO	ANO

### 5.3 Celkové vyhodnocení testu bez uživatelů

Vytvoření krátkého shrnutí těch nejzávažnějších problémů, které se vyskytly během testování bez uživatelů, je důležitou součástí před další fází testování. Umožní nám při testování s uživateli se více soustředit na konkrétní problémy a tak se na ně třeba i lépe připravit, pokud bude uživatel tápat a v roli moderátora mu třeba pomoci. Zde jsou v bodech popsány ty problémy, které jsou dle mého nejzásadnější:

- Krok č.1 v Use case č.1, 2 a 4
- Krok č.3 v Use case č.1
- Krok č.2 a č.4 v Use case č.2
- Krok č.3 v Use case č.3
- Krok č.4 v Use case č.4

## **6 Příprava testu s uživateli**

### **6.1 Cíle testu**

Facebook je, jak již bylo dříve řečeno, velmi oblíbenou formou sociální sítě. Její slabinou by však mohl být nechtěný únik osobních informací či dalších materiálů, kterému by se dalo zabránit. I proto dám Facebook do ruky skutečných uživatelům, kteří doufejme odhalí, zda námi dříve nalezené slabiny aplikace jsou pro uživatele opravdu nebezpečné nebo se není čeho bát. Jelikož úkoly, které jsem vybral, vychází z potřeb běžného uživatele, není od věci zjistit, zda by se s tím uživatel dokázal poprat, až by na to došlo.

Vedle toho důležitou součástí testování po nalezení problémů je i nalezení i jejich řešení. Sám jsem v předchozí kapitole nějaké navrhl, ale jak se říká – víc hlav víc ví. I proto se v rámci post-test dotazníku pokusím od testovaných dozvědět další, nové návrhy, které by přispěly k vylepšení bezpečnosti Facebooku.

### **6.2 Vytvoření screeneru**

Screener je důležitou součástí pro výběr účastníků testování. Při správném sestavení nám umožní eliminovat uživatele, kteří by nám v testu byli k ničemu – buď by byli příliš zkušení v práci s Facebookem nebo by naopak ani neuměli zapnout počítač. I když máme z důvodu omezených finančních i časových problémů předem vytipované účastníky z řad přátel a kolegů, je potřeba si ověřit, zda jsme vybírali správně. Tento screener bude těmto účastníkům předán (osobně/mailem) ještě před samotným testováním, abychom zajistili, že takoví lidé neprijdou na testování zbytečně. Podle výsledků je poté k testování můžeme pozvat.

Součástí screeneru je jeho veřejná i neveřejná část. Veřejná část bude předána možnému budoucímu účastníkovi testování, ta neveřejná nám poté poslouží k vyhodnocení, zda je uživatel vhodný pro naše testování či nikoliv. Pojdme si nyní obě části představit.

#### **6.2.1 Veřejná část screeneru**

Veřejnou část screeneru jsme tvořili s ohledem na to, kterou skupinu lidí budeme chtít oslovit. Pro testování to bude skupina popisovaná v kapitole 2. Tedy mladí lidé kolem 21 let, u kterých předpokládáme, že umí pracovat s počítačem (takže nejlépe studenti VŠ), ale zároveň ne fanoušky nebo experty v oboru (např. studenti technických VŠ). Zároveň, protože se bude jednat hlavně o naše přátele, rovnou oslovíme ty, o kterých víme, že Facebook nemají (dá se to také snadno pomocí vyhledávání zjistit).



Naším screenerem stejně rovnou upřednostňujeme ty, kteří Facebook nemají, protože tato skupina lidí nás zajímá nejvíce. Šanci „projít“ ale budou mít i ti, kteří Facebook mají, ale v ostatních ohledech nám také vyhovují, tedy např. mají PC s internetem (otázky D1, D2), Facebook mají (D8), ale příliš ho však nepoužívají (D9a) a ani nevyhledávají podobný způsob komunikace s přáteli (D7, D10). Nebo Facebook využívají více, ale jak mají svůj PC chráněný, na kterém denně pracují (D3, D5), moc netuší (D6) a bezpečnost celkově příliš neřeší nebo se jim o ni stará někdo jiný. Na veřejnou část screeneru se podívejte v Příloze 2.

### 6.2.2 Neveřejná část screeneru

Naším cílem bude vybrat 5-7 uživatelů pro testování. Abychom mohli vybrat ty nejvíce vhodné uživatele, je potřeba zvolit si kritéria výběru. Krom determinálních otázek D1 a D2 (plus vtipálky vyřazující D7) budou všechny ostatní odpovědi u otázek obodovány podle toho, jakou váhu pro naše rozhodování mají. Po následném součtu u všech uchazečů snadno zjistíme podle nejvyššího počtu bodů, kterých 5-7 uživatelů máme na testování pozvat.

Jak jsem se již zmínil, pouze u odpovědi „Ne“ u otázky D1 a D2 uživatele zvat nebudeme, protože jednoduše předpokládáme, že Facebook budou participanti testovat na počítači s připojením na internet a ne někde s papíry v ruce:) Na druhou stranu, u ostatních otázek již budou mít pořád všichni šanci se testování zúčastnit. Většina otázek má v sobě obsažena tzv. únikové otázky, to v případě, že uživatel nebude tušit, na co se ho v otázce ptáme. On tedy bude moci zaškrtnout alespoň nějakou otázku a my se ho posléze případně doptáme, jak to myslel nebo se mu to zkusíme dovysvětlit.

Nyní už si ale pojďme představit jednotlivá kritéria. Připomeňme však ještě, že hledáme běžného uživatele PC, který čím méně bude vědět o Facebooku, tím lépe. Na neveřejnou část screeneru se nyní podívejte v Příloze 3.

Náš ideální participant je tedy takový uživatel, který sice PC s internetem vlastní a občas ho používá, ale on sám ho nekupoval, PC používá k převážně k práci, tudíž na zábavu a tudíž ani na Facebook nemá moc čas, má nainstalovaný minimálně dva roky neaktualizovaný antivir, kontakt s přáteli obstarávají výhradně restaurační zařízení a Facebook ani jiné „hovadiny“ nikdy nepoužil:) Takovému ideálnímu uživateli by vyšlo něco kolem 19 bodů. Naším uživatelem, kterého bychom ale také na spodní hranici vzali pro testování, by byl takový, který dosáhne alespoň **11 bodů**, jelikož tušíme, že ideálních uživatelů nebude mnoho. Takový uživatel si bude moci dovolit „klopýtnout“, ale ne úplně všude:)

## 6.3 Pre-test dotazník

I proto, že všechny své vytipované uživatele dobře znám, rozhodl jsem pre-test dotazník vést formou strukturovaného rozhovoru. Tento způsob mi přijde více osobní, než před ně položit papír a dělat, jako že se neznáme. Navíc je to skvělá příležitost si to okusit, když své přátele znám, tudíž ani nebudu tolik nervózní. Průběh rozhovoru bude nahráván na diktafon a následně zpracován, pokud to bude potřeba. Poznámka na závěr - nenechte se zmást vykáním v otázkách, prostě to vypadá lépe, v reálu však budu zřejmě všem tykat:)

**Tab. 6 Otázky strukturovaného interview před testem**

<b>D1</b> Jak se dnes máte?
<b>D2</b> Už jste někdy něco testoval(a)?
<b>D3</b> Setkal(a) jste se někdy s Facebookem, příp. má Facebook hodně Vašich přátel?
<b>D4</b> Proč nemáte / jste si zrušil(a) / máte Facebook?
<b>D5</b> Kolik přátel máte na Facebooku odhadem? (neptáme se pokud uživatel Facebook nemá)
<b>D6</b> Plánujete v budoucnu si Facebook založit / více ho používat?
<b>D7</b> Co od dnešního testování očekáváte?
<b>D8</b> Doplnující otázka (ptáme se, pokud uživatel vyplnil ve screeneru jednu z únikových otázek)

## 6.4 Nastavení testu

### 6.4.1 Použitý hardware a uspořádání pracoviště

Nastavení testu by mělo obsahovat to, za jakých podmínek lze testovat danou aplikaci a jaký je výchozí stav aplikace před tím, než ji začne testovat participant. Jelikož je Facebook internetová aplikace, postačí připojení na internet a některý ze současných internetových prohlížečů – nejlépe Mozilla Firefox 3.6 nebo Internet Explorer 8. Na druhou stranu v případě, že uživatel pracuje se starší nepodporovanou verzí Flash nebo některého z prohlížečů, Facebook mu sám nabídne nainstalování správné verze.

I díky relativně nízkým požadavkům pro testování tedy může participant testovat Facebook i na svém vlastním počítači či notebooku a nebrání mu to tak v testování z místa, které dobře zná, např. u sebe doma. Uživatel se navíc nemusí seznamovat s jiným přístrojem, ale naopak pracuje se strojem, na který je zvyklý. Nemusí se tak vůbec stresovat a jeho výkony budou neovlivněné momentální situací nebo cizím prostředím.

## 6.4.2 Výchozí stav aplikace

Aplikace se před testováním bude nacházet ve stavu potřebném pro účely testování.

Jsou vytvořeny tři testovací účty - „Testovací Účet První“, „Testovací Účet Druhý“ a „Testovací Účet Třetí“. Testovací Účet První má za přítele Testovací Účet Druhý a ten má za přítele Testovací Účet Třetí. Jen Testovací Účet Druhý tedy zná oba dva ostatní účty, Testovací Účet První je přítel přítele z pohledu Testovací Účet Třetí a naopak. V profilu Testovací Účet První se uživatel bude pohybovat a pracovat, další dva jsou pro názornost a kontrolu, zda uživatel zdárně splnil cíl testu.

V **Use case č.1** se bude o tom moci přesvědčit a přihlásit se za Testovací Účet Třetí a v rámci něho se podívat, že doopravdy neví, kdy se Testovací Účet První narodil. Krom toho musí být dané nastavení dáno na „Přátelé přátel“ (viz Obr. č.7). V **Use case č.2** bude Testovací Účet První pozván na událost od Testovací Účet Druhý (událost bude muset být pokaždé před novým testováním znovu vytvořena), on se jí bude chtít zúčastnit, ale přitom o tom (pokud splnil správně úkol) nebude informovat ostatní své přátele pomocí zobrazení na Zdi. Před novým provedením testu ale nesmíme zapomenout nastavení vrátit zpátky, viz. Obr.č.12 a zaškrtnutí dané položky.

Stejným způsobem se díky existenci více účtů a předem vytvořeným albumům bude moci uživatel přesvědčit i o úspěšném splnění **Use case č.3**. Album č.1, č.2, č.3 i č.4 musejí být nastavena defaultně tak, jak by je uživatel našel, kdyby na nich od vytvoření nic neměnil. Budou tedy ve stavu viditelnosti „Všichni“, viz Obr. č.17. Pro **Use case č.4**, ve kterém uživatel zablokuje libovolnou osobu na Facebooku, bude potřeba pro jistotu před každým novým testováním zrušit tuto blokaci. Raději libovolnou osobu (např. někoho, o kom ví, že Facebook má), protože Facebook při blokaci zmiňuje dobu (v rádech hodin), kterou potřebuje na zrušení blokace a to by nemuselo být při několika testováních jdoucích po sobě v případě



Obr. č. 37 Uživatel bude před začátkem testování pro názornost pozván na libovolnou událost

zablokování některého z testovacích účtů příliš vhodné. Odblokovávat náhodné uživatele nazpátek je ale stejně zbytečné – dané testovací účty budou po testování smazány a šance, že by dva participanti chtěli zablokovat stejnou osobu je velmi malá.

Samozřejmě že všechny akce popisované výše nebudou pro uživatele povinné (v zadání testu budou tyto věty formátované kurzívou), ale jak už jsem zmínil, vše slouží pro názornost a proto, aby všechny úkoly vycházely z reálných situací podobným těm, které jsem popisoval v kapitole 3.

### **6.4.3 Popis rolí**

Všechny funkce během testování jsem se rozhodl si plnit já sám. Budu tedy jak zadavatelem testu, moderátorem, který pomůže participanta nasměrovat k cíli, tak zapisovatelem, který si zaznamená (příp. nahraje) průběh testu. Není na tom nic zvláštního, protože už tak je těžké v tuto dobu sehnat vhodné participanty, natož další kolegy a přátele, kteří by mi s testováním dobrovolně pomohli. Navíc si myslím, že obě role bez problémů zvládnu a test bych si musel vyhodnotit stejně sám.

### **6.5 Seznam úloh**

Seznam všeho nejpodstatnějšího, co by uživatel měl vědět při samotném testování, obsahuje Příloha 4. Participant se v krátkosti dozví, co Facebook je a protože víme, že během krátkého seznámení s aplikací během 2.úkolů nemusí stihnout pochopit, jak třeba funguje Zed' apod., Facebook mu i z této strany představíme. Pod každým z úkolů se nachází dobrovolné „cvičení“ sloužící pro kontrolu napsané kurzívou. Jejich funkce byla popsána dříve. Také ideální průběh všech úkolů i význam zvoleného pořadí úkolů byl již zmíněn a to v rámci představení scénářů při jejich průchodu metodou CW. Tyto průchody najdete v podobě screenshotů v kapitole 4.

### **6.6 Post-test dotazník**

Post-test dotazník by měl sloužit pro získání zpětné vazby od participanta. Je také důležité, aby participant, kterému se test třeba úplně nepovedl, v sobě něco nedusil nebo nebyl rozmrzelý či naštvaný z průběhu testu. I tato „odbourávací“ funkce by měla k post-test dotazníku patřit. Bude opět vedem formou rozhovoru a jeho obsah bude nahráván. Onen dotazník odhaluje Tab. 7.

**Tab. 7 Otázky strukturovaného interview po testu**

<b>D1</b> Jak se Vám test líbil?
<b>D2</b> Co sem Vám na Facebooku jako na aplikaci líbilo? (uživatel odpovídá, pokud Facebook nikdy neměl)
<b>D2</b> Je naopak na Facebooku něco, co si myslíte, že by se mělo zlepšit?
<b>D3</b> Nepřehodnotíte odpověď z před testu a nezaložíte si po tomto testování Facebook / nezačnete ho více využívat?
<b>D4</b> Považujete Facebook po tomto testování za bezpečnou aplikaci nebo záleží spíše na jeho uživateli, kteří ho používají?
<b>D6</b> Chtěl byste ještě cokoliv dodat, co máte na srdci? Jinak děkujeme za Vaši účast při dnešním testování!

## 7 Provedení testu s uživateli

### 7.1 Výsledná cílová skupina

Náš screener byl předložen **pěti** možným účastníkům a všichni jím prošli, resp. splnili nutné minimum 11 bodů s průměrným výsledkem 12,2 bodů. Na otázky D1, D2, D3, D4 a D10 odpověděli všichni stejně, tedy „Ano“, „Ano“, „Denně“, „...koupil(a) nebo dostal(a) již sestavený“ a „Ne“ (viz Příloha 2). Na ostatní otázky účastníci testování odpověděli různě. Výsledná skupina tedy zahrnovala pět studentů s věkem okolo 21 let, studující VŠ v Praze s různým vztahem k Facebooku. Tři participantů odpověděli, že Facebook mají, z toho dva že ho používají „Velmi zřídka“ a jeden „Několikrát týdně“. Čtvrtý odpověděl, že Facebook nemá a pátý, že Facebook měl, ale nyní už ho nemá, s tím, že ani jeden Facebook nepotřebují. Otázka D7 nakonec neměla žádnou velkou vypovídající hodnotu a pro příští screenování bych ji vypustil. Ostatní otázky svůj vliv měly, ať už kvůli stejným odpovědím u těch otázek, kde jsme tyto odpověděli čekali a naopak u odpovědí, kde jsme čekaly různé výsledky, screener ukázal, že byl dobře sestaven.

Nakonec jsme tedy dostali vyrovnanou a různorodou skupinu, která jednak splňovala naše původní požadavky, jednak jejíž každý člen, jak později uvidíme, přinesl každý něco zajímavého. Účastníkům byly následně při samotném testování položeny otázky v rámci pre-test dotazníku, jejich vyhodnocení si však necháme na později.

### 7.2 Podmínky testování

Před samotným testováním s uživateli bylo ještě nutné připravit si testování na straně samotného testera. Jak již bylo zmíněno dříve, jedna osoba musela vykonávat jak funkci moderátora, tak zapisovatele. Protože by ale tato dvojrole značně ošidila výsledky testování, sáhnul jsem k řešení, které tento problém vyřešilo. Program *Camtasia Studio 6* umí nahrávat plochu monitoru, zvuk a i obraz z webkamery, tudíž jsem si na svém notebooku mohl vytvořit takový malý improvizovaný usability-lab. Díky tomu jsem se plně mohl soustředit na funkci moderátora a zbytek nechat na svém notebooku.

Onen notebook jsem poté přenesl tam, kde to mně i konkrétnímu participantovi nejvíce vyhovovalo. A protože se jednalo o povinnosti zaneprázdněné studenty, jako místo pro testování nakonec posloužily prostory té dané VŠ, kde participant studoval, většinou tedy studovna nebo prázdná chodba se stolem. Participant byl tak při testování minimálně nebo vůbec rušen, navíc na místo podobné tomu při testování byl zvyklý, jelikož ve studovně či obecně ve škole je zvyklý se učit, přebývat nebo trávit volný čas mezi hodinami. V těch

dobách také test probíhal, tedy před nebo po vyučování nebo mezi cvičeními. Odlišnosti v testování nebyly žádné (krom současného místa při testování), všichni participanti testovali na mém notebooku s dobře známým operačním systémem *Windows XP* a prohlížečem *Mozilla Firefox 3.6* při nahrávání testování programem *Camtasia Studio 6*. Jen Uživatel č.5 byl testován přes vzdálenou plochu (program *Teamviewer* v kombinaci se *Skype*), takže tam sice nebyl přímý kontakt s danou osobou, ale na druhou stranu, on sám mohl testovat na svém PC/notebooku u sebe doma a zároveň být i nahráván.

### **7.3 Sessions s uživateli**

Samotné testování tedy mohlo začít. Po uvítání u testování jsme začali položením otázek pre-test dotazníku. Všichni participanti přišli v dobré náladě a odpověděli, že se mají dobře (otázka D1, Tab. 6). Sluníčko venku zrovna svítilo, bylo před víkendem a tak nebyl důvod se mračit. Jen jeden participant už někdy něco testoval (D2), ale už před deseti lety, tudíž všichni přišli na testování prakticky s čistou hlavou. S Facebookem se setkal kolem sebe každý testovaný a kdo Facebook neměl, byl ve svém okruhu přátel a známých asi jediný (D3). Další odpovědi u otázek během pre-testového interview naleznete v konkrétních sessions u každého uživatele. Nutno zmínit, že celková délka testování se pohybovala kolem padesáti minut.

#### **7.3.1 Session s Uživatelem č.1**

První uživatel se přiznal v interview, že Facebook má, protože si ho založili ostatní v době, kdy z toho začínal být hit a tak nechtěl být jediný, kdo Facebook nemá. V současné době ho ale prakticky nevyužívá a počet přátel je tedy nedůležitý. Uživatel č.1 plánuje Facebook více využívat možná během letních prázdnin, kdy bude více času. Od testování očekával, že se dozví něco nového a zároveň mi pomůže.

Při samotném testování měl Uživatel č.1 tyto problémy:

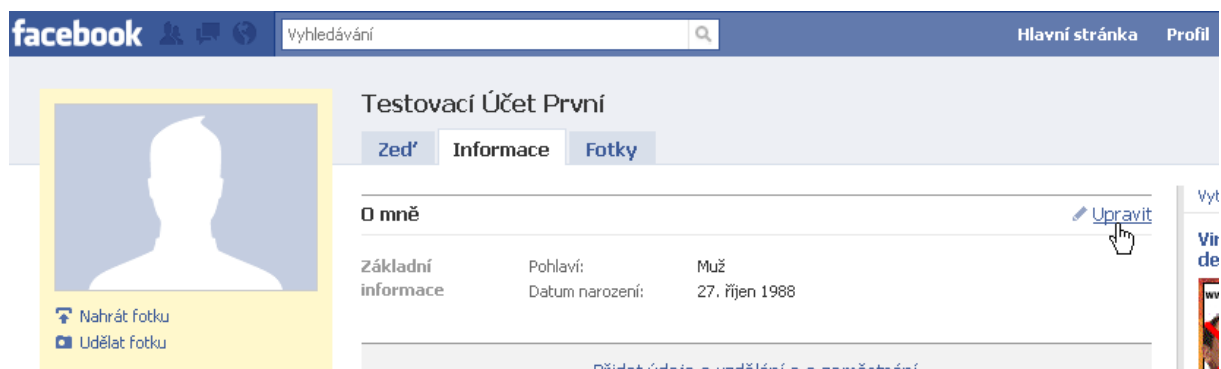
- Zprvu nemohl najít, jaká alba fotek má na svém profilu -> nejdříve klikl doleva na položku v menu „Fotky“ na hlavní stránce (viz Obr. č.38). Tam žádné fotky nenašel, protože v tomto menu se ukazují jen fotky, které nahrál někdo jiný. Naše by našel kousek níž v podmenu „Moje soubory“, Uživatel č.1 tuto položku neviděl a alba našel až přes svůj profil v horní položce „Profil“.

- Při třetím úkolu nejprve hledal potřebné nastavení data narození v „Profil“ -> záložka „Informace“, u data narození klikl na „Upravit“ (viz Obr. č.39), tam však ale nic, co by mu pomohlo vyřešit úkol, nenašel. Až na druhý pokus nastavení bez problémů našel.



Obr. č. 38 Uživatel klikne vlevo na tlačítko „Fotky“, ale žádné fotky se neobjeví. Musí totiž kliknout na „Moje soubory“ v podmenu

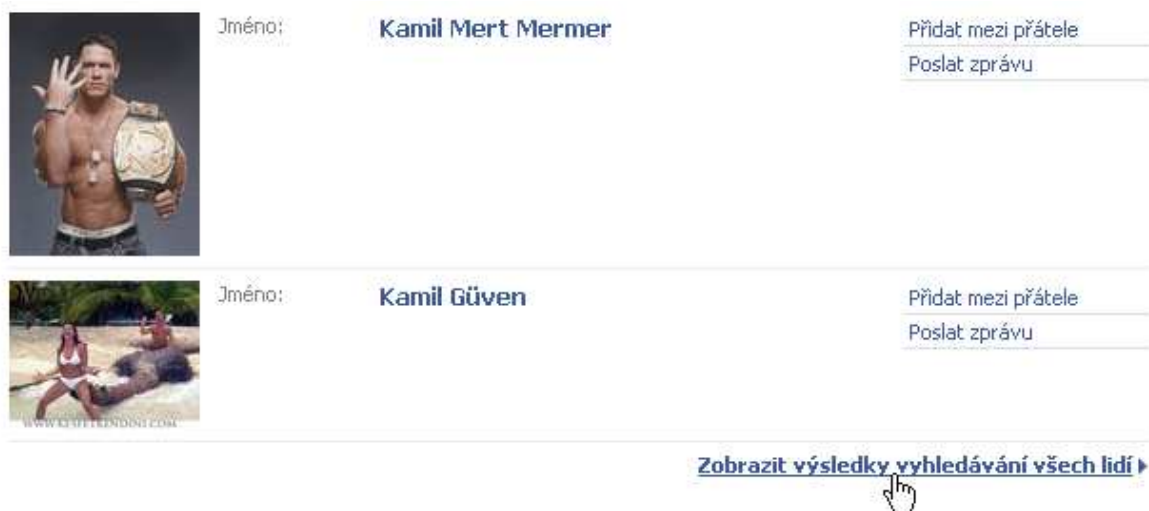
- Při čtvrtém úkolu hledal nastavení Zdi přímo na Zdi, když nic nenašel, zkusel něco najít v „Upravit možnosti přátel“ v menu „Profil“, kde také nic nebylo. Nakonec správné nastavení našel, ale nepřečetl si ho, protože bylo v angličtině (viz Obr. č.34), tak hledal znova od začátku, ale na druhý pokus už si to i s radou moderátora přečetl a nastavil správně.



Obr. č. 39 Uživatel klikne vlevo na tlačítko „Upravit“ u data narození, k nastavení jeho viditelnosti to však nevede



- Při šestém úkolu se snažil vyhledat a zablokovat sám sebe tím, že napsal svoje jméno nahoře do okénka pro vyhledávání. Byť ho zadal přesně, našel se až na druhé stránce vyhledávání a to ještě onu druhou stránku musel dosti podivně rozkliknout (viz Obr. č.40). Když se našel, vlevo dole na profilové stránce našel správně „Nahlásit/blokovat tuto osobu“ (viz Obr. č.41)



Obr. č. 40 Uživatel pro zobrazení dalších výsledků vyhledávání musí kliknout na extra tlačítko = zbytečné!

V post-testovém dotazníku Uživatel č.1 poradil některé návrhy, jak Facebook zlepšit. Některé z nich již byly zmíněny dříve, některé budou řečeny až v další části v závěrečném shrnutí. Jinak Uživatele č.1 Facebook nijak zvlášť nepřesvědčil během testování ani si na něj názor nezměnil. Překvapilo ho ale, kolik věcí se na Facebooku dá nastavit, byť někdy dost klopotně.

### 7.3.2 Session s Uživatelem č.2

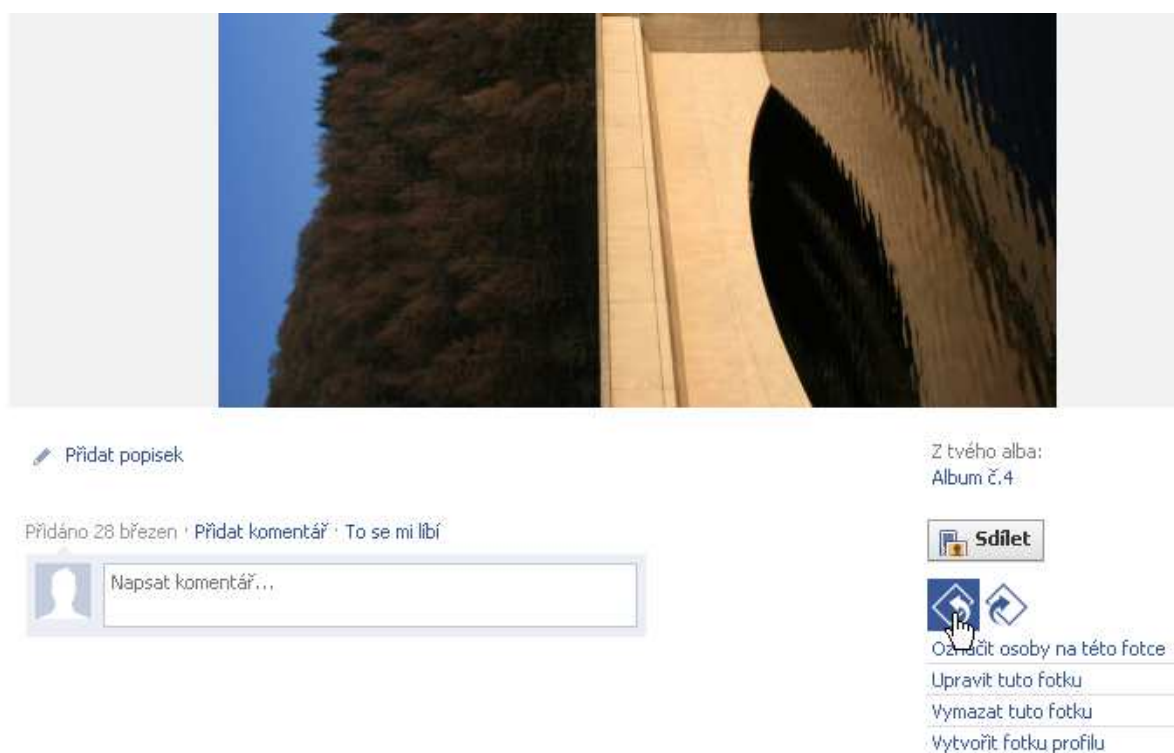
Druhý uživatel (který Facebook nemá) v pre-testovém interview uvedl, že Facebook mají všichni kolem něj, ale zatím ho nic nedonutilo si ho založit (ani skupina TURů na Facebooku:)). Zároveň se ale úplně nezříká toho, že by si ho ve volném času nezaložil, ale během zkouškového období to určitě neplánuje. Od testování očekával, že třeba změní jeho názor na aplikaci a třeba si ho založí.



Obr. č. 41 Na každé stránce profilu nalezneme dole vlevo tlačítko „Nahlásit/blokovat tuto osobu“

Při samotném testování měl Uživatel č.2 tyto problémy:

- Při hledání alb fotek měl stejný problém, jako Uživatel č.1. Následně při prozkoumávání aplikace se dostal k tlačítkům, které se nachází pod každou fotkou. Nevěděl, jestli znamenají krok zpátky v albu nebo něco jiného. Nakonec znamenala otočení fotky, viz Obr. č.42.
- Uživatel č.2 jakožto nováček na Facebooku neznal rozdíl mezi Zdí a Kanálem novinek, kam proudí informace z ostatních Zdí našich přátel. To si ale postupným dalším průzkumem zažil.



Obr. č. 42 Co dělá tlačítko pod fotkou? Jde na předcházející fotku nebo fotku otáčí? Otáčí!

- Nastavení viditelnosti data narození bylo bez problémů. Uživatel č.2 akorát hledal něco, čím by ono nastavení uložil/potvrdil.
- Čtvrtý úkol dělal uživateli č.2 největší problém ze všech. Nejdříve se snažil najít nastavení přes konkrétní událost, na kterou byl pozván. Poté se dále snažil náhodně ono menu najít, ale dostával se všude, jen ne tam, kam jsme chtěli. Mj. se dostal kliknutím na odkaz s názvem „Soukromí“ úplně dole na každé stránce Facebooku, to se ale dostal na stránku, kterou ukazuje Obr. č.43. Když zjistil, že tudy cesta nevede, vzal to „od lesa“ a projížděl postupně všechno

nastavení v menu „Účet“. Postupem času se dostal až k našemu nastavení, tam ale nastavil trochu zavádějící položku „Záložka“, viz Obr. č.11. Toto nastavení ale dělá něco jiného, a to že mění viditelnost záložky v našem profilu, viz např. Obr. č.15. Poté se vrátil zpátky, přičemž se dostal i na oficiální stránku Facebooku o Událostech v angličtině. Nakonec se ale vrátil do našeho chtěného nastavení a položku objevil, byť se přiznal, že ji původně nečetl, když byla v angličtině (mezi ostatními českými názvy).



## Průvodce soukromím na Facebooku

Zjistěte, co to je a jak lze nastavit možnosti pro sdílení informací

### Soukromí na Facebooku

Soukromí je založeno na několika hlavních principech: mít možnost nastavit, co chcete sdílet, mít možnost snadno vyhledávat přátele a navazovat s nimi kontakt a mít k dispozici možnosti nastavení soukromí, které by bylo jednoduché a snadno srozumitelné.

Friends

Friends of Friends

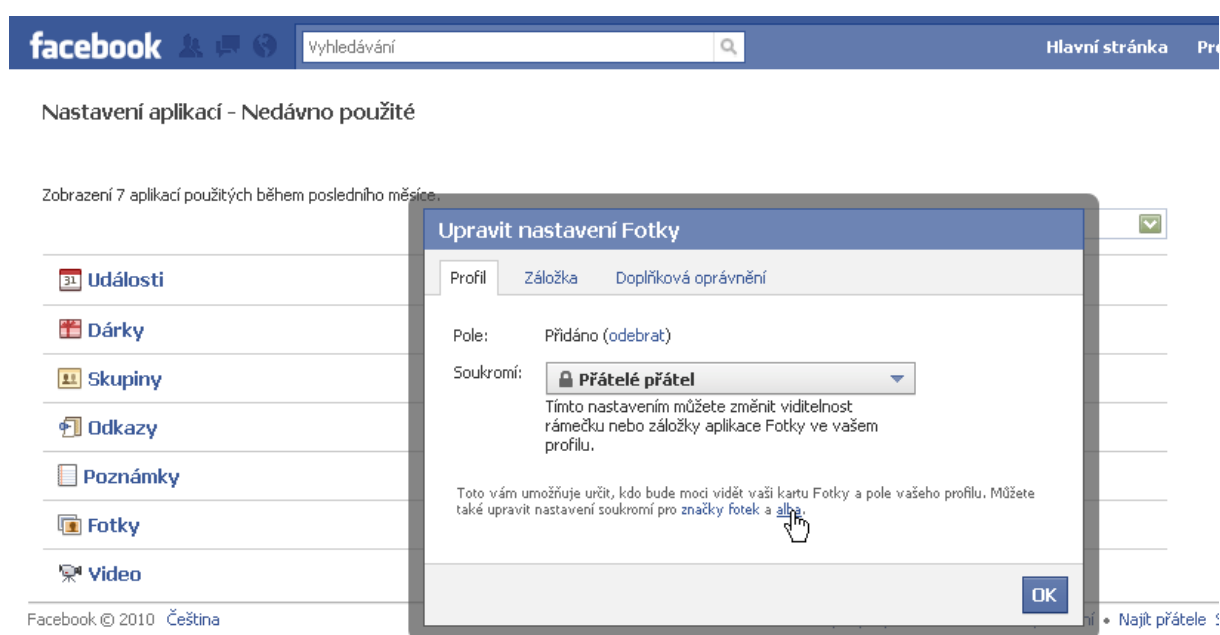
Everyone

Na Facebooku se používají tři základní úrovně zabezpečení: **Přátelé, Přátelé přátel, Všichni**. Některé informace jsou veřejně přístupné – jejich účelem je usnadnit vašim přátelům vás vyhledat a kontaktovat. Mezi tyto údaje patří vaše jméno, profilová fotka, pohlaví a případné okruhy kontaktů a odkazů, které jste vytvořili, a kam patří vaši přátelé, síť a stránky, s nimiž jste propojeni. Rovněž vždy můžete nastavit, kdo si ve vašem profilu smí prohlížet vaše odkazy.

Obr. č. 43 To je sice pěkně vysvětlené, ale skryto pod špatným a matoucím tlačítkem! Aneb nápověda k soukromí pod názvem „Soukromí“

- Úkol s nastavením viditelnosti fotek mě překvapil, protože Uživatel č.2 našel alternativní cestu, kterou jsem do té doby neznal. Byť už se do tohoto nastavení náhodou dostal při seznámení s aplikací, nespojil si to s tímto úkolem a hledal ono nastavení znova. Jak vypadá třetí cesta do nastavení soukromí alba ukazuje Obr. č.44.

- Se zablokováním si náš testovaný také nevěděl příliš rady. Na začátku duševně odmítl onu konkrétní osobu vyhledat a hledal různě po nastaveních. Když nic nenašel, vrátil se k myšlence, že by vyhledání mohlo pomoci, ale netušil, zda se daný účet dá vyhledat (a následně zablokovat) pomocí e-mailové adresy nebo jména. Když našel políčko pro vyhledávání, zadal jméno zadavatele testu („Vašek Surovec“), ale to mu nic kupodivu nenašlo. Nakonec úspěšně našel jiného uživatele Facebooku a zablokoval ho stejně, jako Uživatel č.1.



Obr. č. 44 Alternativní odkaz, jak se dostat do nabídky „Soukromí fotek“ aneb kliknutím na malý nápis „alba“

V post-testovém dotazníku Uživatel č.2 odhalil, že největší problém mu dělaly začátky, tedy než se seznámil s aplikací. Postupem času se v aplikaci orientoval, i tak mu úkoly č.3 a č.4 přišly docela náročné. Co se týče aplikace, Uživatel č.2 byl příjemně překvapen možnostmi nastavení a nečekal před testem, že toho bude Facebook umět tolik (např. i zablokovat komunikaci). Naopak nemile překvapen byl přebytkem zbytečných tlačítek a informací, navíc spolu s poměrně otravnými reklamami. Navíc na to, že je Facebook tak oblíbená aplikace, bral testovaný existenci pár anglických nepřeložených tlačítek jako amatérismus. Plus nekonzistence tlačítek („Soukromí“ a spol.) také nebyla moc pozitivní pro Facebook.

### 7.3.3 Session s Uživatelem č.3

Uživatel č.3 je také jako i jiní další jediný ve svém okolí svých přátel, kteří Facebook nemají. Nechtěl si ho založit v době, kdy byl „boom“ Facebooku a nyní mu přijde, že již ta vlna opadla, tudíž už by se nebránil si Facebook někdy v budoucnu založit. Hlavním důvodem tohoto činu by byl kontakt se zahraničními přáteli.

Při samotném testování měl Uživatel č.3 tyto problémy:

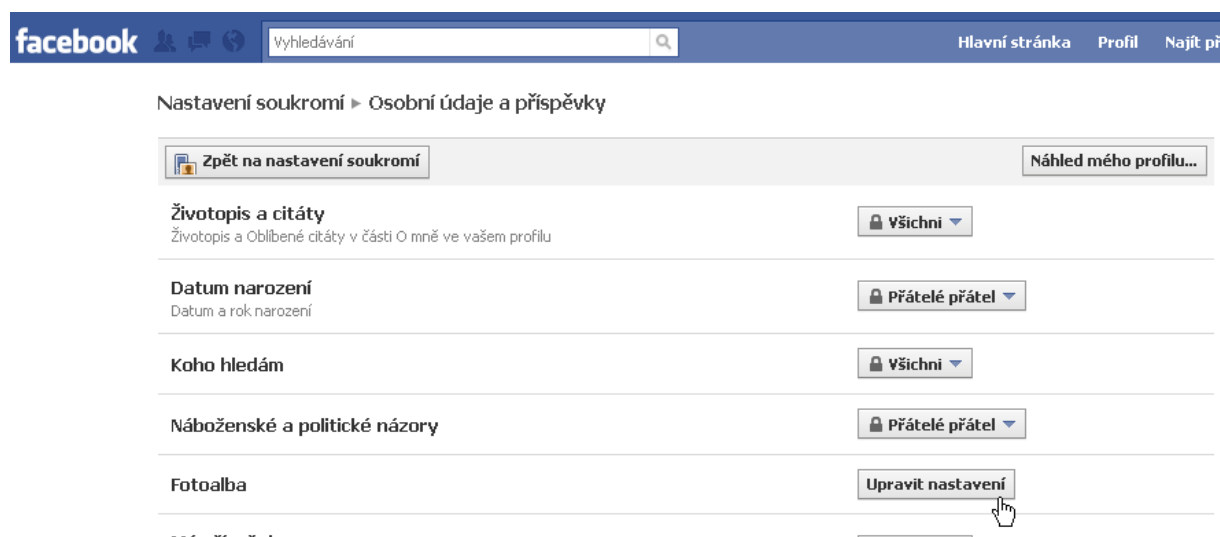
- Stejně jako ostatní tápal u čtvrtého úkolu. Nejdříve se snažil upravit nastavení v kanálu novinek (viz Obr. č.45). Toto nastavení s tím ale nesouvisí. Následně v levém menu vybral „Události“, kde také nepochodil. Nakonec se Uživatel č.3 dostal do správného menu, ale onou položkou si nebyl jistý, jelikož byla v angličtině a nevěděl, co znamená.



Obr. č. 45 Tlačítko „Upravit nastavení“ nepatří k dané události, ale upravuje nastavení kanálu novinek

- S nastavením fotek byly také problémy. Participant se snažil položku „Soukromí“ nalézt přes levé menu a následně někde v albech, ale nepochodil nebo si nabídky nevšiml. Následně se do našeho chtěného nastavení dostal přes horní menu „Účet“->“Nastavení soukromí“->”Osobní údaje a příspěvky“->“Fotoalba“ a „Upravit nastavení“ viz Obr. č.46. U toho se testovaný podívoval, co taková nabídka dělá zrovna zde. Je to tak čtvrtý postup, jak se do této nabídky dostat.

- Testovaný také neznal rozdíl mezi zablokováním a odebráním z přátel. Zde však spíše záleželo na přečtení si toho, co mu k tomu Facebook píše v daném nastavení a také, jak je uživatel obecně znalý v práci s internetem/počítačem.



Obr. č. 46 Tlačítko „Upravit nastavení“ fotoalba je ve vskutku podivném nastavení, nemyslíte?

Tomuto uživateli během testování Facebook k srdci nepřiřostl. Sice ho těší, že lze na Facebooku prakticky všechno přenastavit, ale přišlo mu to příliš složité. Facebook si tedy v nejbližší době založit neplánuje.

### 7.3.4 Session s Uživatelem č.4

Testovaný Uživatel č.4 chtěl být v kontaktu se svými přáteli, proto si Facebook založil. Facebook používá sice poměrně často v porovnání s ostatními, PC ale používá hlavně pro práci do školy, takže to žádný Facebook odborník není. Jak později uvidíte, i tento participant mi dal hodně podnětů. Směrem do budoucna určitě neplánuje jeho větší používání, spíše naopak bude aktivitu utlumovat. Od testování očekával, že mě jako zadavatel i vyhotoviteli testu pomůže, nic víc.

Při samotném testování měl Uživatel č.4 tyto problémy:

- Při čtvrtém úkolu testovaný nejdříve zkusil vlézt do „Nastavení soukromí“ a i když to byl dobrý tip, zdárný konec by to nemělo. Posléze zkusil jít do „Nastavení účtu“ a „Upozornění“ v menu „Účet“, kde je také hojnost nastavení pro Události, pouze však co se týče zasílání novinek na mail. Na třetí pokus již testovaný našel ono nastavení, ale v domněnku, že již našel správnou položku, nastavoval něco jiného (viz nabídka Obr. č.11). Poté co toto menu opustil

(zřejmě neviděl záložky) se však do nastavení vrátil, text v angličtině přečetl a nastavil nabídku správně.

- I při změně soukromí jednotlivých alb testovaný tápal. Zkusil hledat jak v „Nastavení aplikací“ jako myšlenkový pozůstatek posledního úkolu, tak i poté v seznamu alb, kde si nevšiml nabídky „Soukromí“ (viz Obr. č.36). Až poté zkusil náhodně v jiné nabídce „Soukromí alba“ (viz Obr. č.16), ale nedá se s jistotou říct, že by přesně za tím šel.
- Šestý úkol byl vcelku bez problémů. Uživatel č.4 našel svůj profil na Facebooku, ale tlačítka vlevo dole svého profilu si nevšiml. Poté tedy zkusil štěstí v položkách menu „Účet“ a „Nastavení soukromí“, kde už správnou položku našel. Akorát si nebyl jistý, kterou položku má vyplnit (viz Obr. č.27), tak raději vyplnil obě, i když poté zjistil, že stačila stejně jen jedna.

Post-testový dotazník odhalil, že si testovaný nepředstavil, co znamená blokovat komunikaci s jiným uživatelem. Bral to jako když odmítne přátelství, blokování komunikace je ale mnohem víc. Zřejmě k tomu zatím nikdy nemusel přistoupit, takže zřejmě proto si nebyl úplně jistý. Uživateli se na Facebooku líbilo, co všechno může zneviditelnit, ale že by Facebook díky tomu začal využívat více, se říct nedá. Facebook pro tohoto uživatele bude pouze médium pro komunikaci s přáteli, když ostatní způsoby jak se s nimi spojit selžou.

### **7.3.5 Session s Uživatelem č.5**

Poslední participant na sebe prozradil, že je také spíše černá ovce v bílém stádu co se týče používání Facebooku. Tento uživatel sice Facebook má, ale používá ho velmi zřídka, spíše vůbec. Facebook si založil proto, že hledal nějaký univerzální portál, který nahradí všechny ostatní formy komunikace s jeho přáteli. Zatím však spíše vyčkává, co se bude kolem Facebooku dít dále a proto nevyklučuje, že bude Facebook v budoucnu více využívat.

Při samotném testování měl Uživatel č.5 tyto problémy:

- Při seznámení s aplikací nemohl najít svoje alba fotek. Když v podmenu menu „Fotky“ viděl „Moje soubory“ (viz Obr. č.38), představil si něco jako nahrané další soubory, dokumenty apod., ale ne fotky.
- Čtvrtý úkol se snažil vyřešit tím, že chtěl najít ono nastavení u konkrétní události, na kterou byl pozván. Poté zkoušel to samé, co jiný uživatel před ním (Účet->Nastavení účtu->Upozornění). Následně i našel ono nastavení, ale opět

si jako jeho kolegové nevšimli záložek, kde se skrýval cíl. Po navedení od moderátora už danou položku našel (byť si jí zprvu také nevšiml díky její anglické verzi).

- Uživatel č.5 trochu chybělo speciální tlačítko pro odhlášení. Odhlásit se zvládl, ale tlačítko navíc by podle něj neuškodilo.

Post-testové interview přidalo další návrhy, jak zlepšit Facebook. Například popisky u ikonky (když na ně člověk najede) by neuškodily. Možnost potvrzovat změnu v nastavení – někde ano, někde ne. Zároveň by Uživatel č.5 Facebooku doporučil, aby pro zvýšení bezpečnosti všechna nastavení defaultně nastavil co nejpřísněji vůči ostatním a uživatel Facebook by podle sebe tato nastavení otevíral než naopak.

## 7.4 Celkové vyhodnocení testování s uživateli

Nyní bych rád shrnul ty největší problémy, které se vyskytly během testování s uživateli a zároveň zkusím navrhnout to nejlepší řešení, ať už padlo z mojí nebo uživatelské strany. Pod touto větou uvedu několik tzv. *clusterů*, které shrnují jednak to, při jakém úkolu a kde vznikl problém a jednak možnost, jak tuto chybu vylepšit. Ještě nutno dodat, že prioritou závažnosti problému 5 je největší, 1 nejmenší.

- **Obecný úkol 1**

- *Priorita: 5*
- Stránky Facebooku jsou přehluštěné - reklamami, oficiálními stránkami Facebooku v angličtině, zbytečnou nápovědou na místě, kde být nemá, vícero cestami, jak se dostat k cíli...
- *Řešení:* Odstranit přebytečné reklamy, upoutávky a informace v AJ. Ze tří cest, jak se dostat k nastavení, udělat třeba jen dvě. Sjednotit a aktualizovat nápovědu, která je zastaralá (viz Kapitola 3.2.2).

- **Obecný úkol 2**

- *Priorita: 5*
- Defaultní nastavení bezpečnosti na Facebooku je různorodé (viz např. Příloha 1) – uživatel musí projít veškeré nastavení.



- *Řešení:* Přidat do nabídky s možnostmi (viz např. Obr. č.18) rovnou „Jenom já“, aby měl uživatel okamžitě takovou možnost tu či onu nabídku tak nastavit. Defaultně všechno nastavení dát do pozice „Pouze přátelé“ a uživatel by si postupně otevíral možnosti viditelnosti víc, pokud by chtěl. Zabránilo by se tak pozůstatkům z minulosti, kdy uživatel s Facebookem začínal, některá nastavení nechal neměně, ale po doplnění nového obsahu už nastavení nechal stejné.
- **Nastavení bezpečnosti Zdi**
  - *Priorita:* 5
  - Uživatelé nerozumí terminologii, která je v angličtině a díky tomu přesně nevědí, co nastavují.
  - Uživatelé nerozumí některým funkcím na Facebooku (Záložky, Pole, Karta...) – ty pak „škodí“ např. i v nastavení Zdi.
  - *Řešení:* Důsledně přeložit veškerý text v angličtině do češtiny. Zjednodušit nastavení Zdi zrušením některých nepoužívaných funkcí -> tím bychom mohli odstranit záložky ve vyskakovacím okně (viz Obr. č.11), kterých si uživatel na první pohled nevšimne (resp. ostatní položky v menu jsou již příliš zastrčené).
- **Hledání alb s fotkami**
  - *Priorita:* 4
  - Uživatelé nerozumí levému menu „Fotky“ (viz Obr. č.38). Jednak pokud kliknou na „Fotky“, buď se nic neobjeví nebo se objeví fotky ostatních, každopádně ne jejich.
  - Uživatel si nespojí podmenu „Moje soubory“ se svými alby.
  - *Řešení:* Udělat z menu „Fotky“ jen rozrolovací nabídku – uživatel klikne na tlačítko a rozjede se mu nabídka, v ní budou stávající nabídky plus původní „Fotky“ nahradí „Fotky ostatních“ a „Moje soubory“ přejmenujeme na „Moje fotky“.
- **Vyhledávání uživatelů na Facebooku 1**
  - *Priorita:* 4
  - Uživatelé složitě nacházejí jiné osoby pomocí vyhledávání na Facebooku – buď osobu nenajde nebo ji najde až na další stránce.

- Aby se uživatel dostal na další stránku nálezů, musí kliknout na extra tlačítko, aby mu tuto možnost Facebook vůbec nabídl (viz Obr. č.40)
- *Řešení:* Vyhledávat fulltextově a zohledňovat to při zobrazení výsledků (a ne např. podle aktivity jiných uživatelů na Facebooku) + okamžitě při vyjetí výsledků hledání zobrazit i další stránky (stránkování), pokud je výsledků více.
- **Nastavení viditelnosti alb**
  - *Priorita:* 4
  - Uživatelé matou odkazy „Soukromí“ (Obr. č.36), „Soukromí alba“ (Obr. č.16), „Nastavení soukromí alba“ (Obr. č.44) a „Upravit nastavení“ (Obr. č. 46), které všechny vedou do jednoho nastavení (viz Obr. č.17).
  - *Řešení:* První dvě nabídky pojmenovat stejně a více je zvýraznit, třetí můžeme ponechat a čtvrtou odstranit, která tam nemá podle slov uživatelů co dělat.
- **Obecný úkol 3**
  - *Priorita:* 3
  - Když uživatel něco nastaví, neví, zda to musí nějak potvrdit či nikoliv (resp. jednou potvrzuje – viz Obr. č.23, jednou ne – viz např. Obr. č.18)
  - *Řešení:* Vždy po změně čehokoliv a následného opuštění stránky by mohlo vyskočit dialogové okno s hlášením, že jste na oné stránce něco změnil a zda si přejete toto nastavení uložit (které už stejně na některých stránkách Facebooku funguje).
- **Obecný úkol 4**
  - *Priorita:* 3
  - Když uživatel najede na nějaké tlačítko nebo ikonku (viz např. Obr. č.42), neobjeví se žádný popis, takže uživatel nemá nápovědu co se stane, když tlačítko zmáčkne.
  - *Řešení:* Vytvořit takové popisky u tlačítek a ikonek, kde to je potřeba.
- **Zablokování uživatele**
  - *Priorita:* 2
  - Uživatelé si nevšimne na profilové stránce nabídky „Nahlásit/blokovat tuto osobu“ (viz Obr. č.41).

- *Řešení:* Vytvořit nové tlačítko „Blokovat/nahlásit tuto osobu“ a přidat ho vedle jména a vedle tlačítka „Přidat mezi přátele“ (opět viz Obr. č.41).
- **Vyhledávání uživatelů na Facebooku 2**
  - *Priorita:* 2
  - Uživatelé nevědí, zda mají zadat jméno i e-mail pro vyhledání osoby a které z tlačítek pak mají zmáčknout.
  - *Řešení:* Obě políčka ponechat, ale odstranit jedno políčko pro vyhledávání.

## 8 Závěr

A dostali jsme se k závěru našeho testování. Musím říct, že testování rozhodně není žádná hračka. Popsat a zformulovat dané problémy je mnohdy těžší, než je najít a opravit. S odstupem času zjišťuji, že se celá řada věcí dala určitě řešit mnohem stručněji a výstižněji. Na druhou stranu jsem se snažil každý bod testování popsat velmi poctivě, protože čím lépe je charakterizován daný problém, tím snáz může být vyřešen. Ještě před testováním jsem si myslel, že Facebook dobře znám. Ted' můžu říct, že jsem se mýlil, avšak i díky tomu jsem nyní schopný Facebook používat lépe, než předtím.

Samotné testování probíhalo lépe, než jsem čekal. Sice když jsem testoval své přátele a známé, bylo opravdu velmi těžké jim někdy nepomoci nebo neporadit. Postupem času jsem svoje zásahy a vpády utlumoval a na konci už bych si určitě dokázal představit i testování s cizími lidmi.

Také se ukázalo, jak je mysl testera rozdílná od mysli účastníka testu. Část chyb, které jsem považoval z pohledu „výzkumníka“ za potenciálně nebezpečné, se vůbec během testování u nikoho neprojevila. Ukázalo se, že participanti málokdy četli různé pomocné texty, další možnosti v menu apod., nepřemýšleli nad nimi a rovnou jednali. Takových chvil, kdy uživatel už měl myš na dané položce/tlačítku nebo byl na správné stránce, ale vrátil se zpět jenom proto, že byl třeba líný nebo nepozorný, byla velká škoda. Pozitivem bylo, že některé problémy uživatelé vyřešili úplně jiným způsobem nebo cestou, kterou jsem si já vytyčil během testování bez uživatelů. V takovou chvíli jsem si říkal, že ani sto screenshotů by nepokrylo všechny obrazovky, které uživatelé prošli (už tak jich je k padesátce).

Co se týče samotné aplikace, určitě má obrovské množství kladů. Nevýhodou mého testování bylo, že jsem se logicky už předem zaměřil na nedostatky aplikace a moc nezmiňoval její klady, které rozhodně převažují. Facebook je výtečná a skvěle použitelná aplikace, akorát má pár much, na které se ale dá zvyknout. Dokážu si představit, že nové uživatele to může trochu odradit, ale nikdo po nikom nemůže chtít, aby s Facebookem uměl za dvacet minut testování (i když někteří to zvládali obstojně). Nastavení sice nejsou nijak extra přehledná a některé chyby (zejména *clustery* s prioritou pět) jsou opravdu do očí bijící a měly by se řešit co nejdříve. I tak Facebooku nikdo neodpáře obrovskou popularitu s velkou základnou fanoušků, která bude ještě v budoucnu určitě narůstat. Pokud by se ale Facebook nevyvíjel a nezlepšoval, přijde jiná platforma, která může Facebook v budoucnu nahradit.

## 9 Zdroje

- [1] Ondřej Bitto: Facebook opět zneužíván. Zvykejme si,  
<http://www.zive.cz/clanky/facebook-opet-zneužíván-zvykejme-si/sc-3-a-149568/default.aspx>,  
2.11. 2009
- [2] mcm: Vykradači bytů mají nového komplice - Twitter, Facebook a další,  
<http://www.novinky.cz/zahranicni/192752-vykradaci-bytu-maji-noveho-komplice-twitter-facebook-a-dalsi.html>, 21.2. 2010
- [3] Luděk Fiala: Facebook změnil zabezpečení soukromí, čelí za to kritice,  
<http://www.novinky.cz/internet-a-pc/186665-facebook-zmenil-zabezpeceni-soukromi-celi-za-to-kritice.html>, 10.12. 2009

## 10 Přílohy

### Příloha 1 Defaultní nastavení informací o profilu Facebooku

Nastavení soukromí ► Informace o profilu

<a href="#">◀ Zpět na nastavení soukromí</a>	<a href="#">Náhled mého profilu...</a>
<b>O mně</b> Část O mně se vztahuje na část s informacemi o vás ve vašem profilu	<a href="#">Všichni</a>
<b>Osobní informace</b> Zájmy, aktivity, oblíbené	<a href="#">Všichni</a>
<b>Datum narození</b> Datum a rok narození	<a href="#">Přátelé přátel</a>
<b>Náboženské a politické názory</b>	<a href="#">Přátelé přátel</a>
<b>Rodina a vztahy</b> Rodinní příslušníci, stav vašich vztahů, vaše zájmy a koho hledáte	<a href="#">Všichni</a>
<b>Vzdělání a zaměstnání</b> Školy, vysoké školy a pracoviště	<a href="#">Všichni</a>
<b>Fotky a videa se mnou</b> Fotky a videa, na nichž jste byli označeni	<a href="#">Přátelé přátel</a>
<b>Fotoalba</b>	<a href="#">Upravit nastavení</a>
<b>Mé příspěvky</b> Výchozí nastavení pro aktualizace stavů, odkazů, poznámek, fotek a videí, které uveřejníte	<a href="#">Všichni</a>
<b>Umožnit přátelům přidávat příspěvky na mou zeď</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Přátelé mohou přidávat příspěvky na mou zeď
<b>Příspěvky přátel</b> Nastavte, kdo může zobrazit příspěvky vašich přátel ve vašem profilu	<a href="#">Přátelé přátel</a>
<b>Komentáře k příspěvkům</b> Nastavte, kdo může přidávat komentáře k vašim příspěvkům	<a href="#">Pouze přátelé</a>

Chcete-li upravit nastavení pro skupiny a další aplikace, přejděte na stránku [Application Settings Page](#).

## Příloha 2 Veřejná část screeneru

<b>D1</b> Používáte počítač? - <i>Ano / Ne</i>	
<b>D2</b> Máte ať už doma / v práci / ve škole připojení na internet? - <i>Ano / Ne</i>	
<b>D3</b> Jak často v průměru používáte svůj počítač? - <i>Denně / Několikrát týdně / Jen občas</i>	
<b>D4</b> Svůj počítač jsem... - <i>...si stavěl(a) sám / ...koupil(a) nebo dostal(a) již sestavený / Jiná možnost</i>	
<b>D5</b> K jakým činnostem využíváte počítač <b>nejčastěji</b> ? - <i>Přístup na internet / Hraní her / Přehrávání hudby a videa / Práce / Jiné...</i>	
<b>D6</b> Jak řešíte bezpečnost svého PC? (lze vybrat více možností) - <i>Mám svůj účet pod heslem / Mám antivir/spyware/adware / Používám různá hesla pro aplikace (mail, škola, icq, banka) / Ani jedno / Jinak</i>	
<b>D7</b> Se svými přáteli se <b>nejčastěji</b> scházím: - <i>Osobně (hospoda, kavárna, při sportu...) / Přes internet (icq, chat, Facebook) / Nemám přátele / Jiný způsob</i>	
<b>D8</b> Máte účet na Facebooku? - <i>Ano / Ne / Měl jsem, ale už nemám / Nevím, co je to Facebook</i>	
Pokud jste odpověděli v předchozí otázce „ <b>Ano</b> “, pokračujte otázkou pod touto větou, jinak otázku přeskočte	Pokud jste odpověděli v předchozí otázce „ <b>Ne</b> “ nebo „ <b>Měl jsem, ale už nemám</b> “, pokračujte otázkou pod touto větou, jinak otázku přeskočte
<b>D9a</b> Jak často chodíte na Facebook? - <i>Denně / Několikrát týdně / Občas / Velmi zřídka / Vůbec</i>	<b>D9b</b> Facebook nemám, protože: - <i>Je to žrout času / Bá(a) bych se o svoje soukromí / Nepotřebuji Facebook / Jiný důvod</i>
<b>D10</b> Používáte <b>aktivně</b> v současné době nějakou jinou formu sociální sítě jako např. Twitter, Lide.cz, Libimseti.cz, MySpace...(ICQ nepočítáme) ? - <i>Ano / Ne / Nevím</i>	

### Příloha 3 Neveřejná část screeneru

**D1** Používáte počítač?

- Ano – pokračujeme ve vyhodnocení screeneru
- Ne – nepokračujeme ve vyhodnocení screeneru

**D2** Máte ať už doma/v práci/ve škole připojení na internet?

- Ano – pokračujeme ve vyhodnocení screeneru
- Ne – nepokračujeme ve vyhodnocení screeneru

**D3** Jak často v průměru používáte svůj počítač?

- Denně – 1 bod
- Několikrát týdně – 2 body
- Jen občas – 3 body

**D4** Svůj počítač jsem...

- ...si stavěl(a) sám – 0 bodů
- ...koupil(a) nebo dostal(a) již sestavený – 2 body
- Jiná možnost – 0 bodů

**D5** K jakým činnostem využíváte počítač **nejčastěji**?

- Přístup na internet – 1 bod
- Hraní her – 2 body
- Přehrávání hudby a videa – 2 body
- Práce – 3 body
- Jiné – 0 bodů

**D6** Jak řešíte bezpečnost svého PC? (lze vybrat více možností)

- Mám svůj Windows účet chráněný heslem/fingerprintem – 1 bod za neoznačení
- Mám antivir/spyware/adware – 1 bod za neoznačení
- Používám různá hesla pro aplikace (e-mail, škola, icq, banka) – 1 bod za neoznačení
- Ani jedno – 5 bodů
- Jinak – 0 bodů

**D7** Se svými přáteli se **nejčastěji** scházím:

- Osobně (hospoda, kavárna, při sportu...) – 2 body
- Přes internet (icq, chat, Facebook) – 1 bod



- Nemám přátele – nepokračujeme ve vyhodnocení screeneru
- Jiný způsob – 0 bodů

**D8** Máte účet na Facebooku?

- Ano – 1 bod
- Ne – 3 body
- Měl jsem, ale už nemám – 2 body
- Nevím, co je to Facebook – 0 bodů

**D9a** Jak často chodíte na Facebook?

- Denně – 0 bodů
- Několikrát týdně – 1 bod
- Občas – 2 body
- Velmi zřídka – 3 body
- Vůbec – 4 body

**D9b** Facebook nemám, protože:

- Je to žrout času – 1 bod
- Bá(a) bych se o svoje soukromí – 4 body
- Nepotřebuji Facebook – 2 body
- Jiný důvod – 0 bodů

**D10** Používáte **aktivně** v současné době nějakou jinou formu sociální sítě jako např.

Twitter, Lide.cz, Libimseti.cz, MySpace...(ICQ nepočítáme) ?

- Ano – 1 bod
- Ne – 2 body
- Nevím – 0 bodů

## Příloha 4 Zadání testu pro uživatele

Kód participanta:

### Vítejte u dnešního testování!

Dnešním cílem bude otestovat internetovou aplikaci a známou sociální síť Facebook. Pod tímto názvem si lze představit něco jako rozšířenou formu komunikace s našimi přáteli přes internet. Pokud si založíte účet (stačí na to e-mailová adresa), můžete s ostatními, kdo mají také účet, sdílet fotografie, svoji aktuální náladu nebo zážitky, cokoli komentovat, chatovat s přáteli atd.

Součástí Vašeho Facebook účtu je také tzv. Zed', což je jakási nástěnka, na které se objevuje prakticky všechno, co na Facebooku děláte. Pokud něco okomentujete, přidáte si někoho jako přítele, jste označeni na některé fotce apod., vše se na této Zdi zobrazí. Jakmile se to ale zobrazí na Vaší Zdi, vidí to okamžitě i všichni ostatní Vaši přátelé. I proto se dnešní testování zabývá tím, jak učinit Facebook, jinak užitečnou aplikaci, více bezpečnou.

Ještě, než však přejdete k zadání testu, přečtěte si prosím úvodní prohlášení.

*Souhlasím, aby veškeré údaje pořízené během testování dne \_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_.2010 v rámci semestrálního projektu pro předmět Y39TUR fakulty elektrotechnické ČVUT a jeho autora Václava Surovce mohly být anonymně zpracovány a použity za účelem vyhodnocení testu.*

.....  
Podpis participanta

### Zadání testu:

Prosím vždy pečlivě čtěte zadání! Text napsaný kurzívou pod některými zadáními obsahuje kontrolní úkoly nebo poznámky, které však nejsou povinné. Slouží pouze pro Vaši kontrolu, zda jste daný úkol splnili správně. Tuto funkci však také může plně zastat moderátor testu. V případě jakýchkoli jiných nejasností se prosím neváhejte obrátit na našeho moderátora, který Vás bude provázet po celou dobu testování. Jinak přejeme příjemné testování©

- 1) Vaším prvním úkolem bude **přihlásit se do aplikace**. Otevřete si internetový prohlížeč a jděte na stránku <http://www.facebook.com/>. Do horního políčka pro e-mail zadejte „Y39TUR-test1@seznam.cz“ a do políčka heslo zadejte „-----“ a přihlašte se do aplikace.
- 2) Druhým Vaším úkolem bude **seznámit se s aplikací**. Zkuste se na Facebooku pohybovat, dostat se do nějakého místa a následně se vrátit zpět na hlavní stránku. Nebo zkuste něco změnit, podívat se co se stalo a pak to vrátit nazpátek. Prozkoumejte svoji Zed', jaká alba fotek máte na svém profilu apod. Jakmile se budete cítit, že můžeme jít v testu dál, oznamte to prosím moderátorovi. Pozn.: Na Facebooku jste byl/a pozvána na událost - prozatím si toho ale nevěšmejte.
- 3) Nyní se dostáváme k samotnému testování. Při vytvoření testovacího účtu „Testovací účet první“, na kterém jste v současné době přihlášen/a, bylo nutné zadat (náhodně

vytvořené) datum narození. Toto datum narození může vidět kdokoliv z Vámi přidaných přátel na Facebooku i kdokoliv z jejich přátel, které vy v seznamu přátel třeba nemáte. My proto chceme, abyste nastavili Váš Facebook účet takovým způsobem, **aby Vaše datum narození mohli vidět pouze Vaši přátelé.**

Pozn.: Pokud se budete chtít přesvědčit o správnosti Vašich kroků, přihlašte se za účet „Testovací účet třetí“ (pod e-mailem „Y39TUR-test3@seznam.cz“ a heslem „-----“), který je přítel Vašeho přítele „Testovací účet druhý“. Následně si přes jeho profil najdete Váš pracovní profil a uvidíte, že Vaše datum narození skutečně nemůže vidět.

- 4) Další úkol se týká oné Zdi, zmíněné v úvodním povídání. V tomto úkolu po Vás chceme, abyste váš Facebook účet nastavili tak, že pokud se budeme chtít zúčastnit některé z Událostí (viz ona pozvánka), tak **aby se toto na naší Zdi neobjevilo** a tudíž se o tom naši přátelé nedozvěděli.

Pozn.: Pokud se budete chtít opět přesvědčit o správnosti svého kroku, vraťte se zpátky na hlavní stranu Vašeho účtu a přijměte pozvání oné události. Pokud jste Facebook nastavili správně, na Vaší Zdi o tom nebude ani zmínka.

- 5) Na Vašem profilu, jak jste si možná všimli, máte vytvořená 4 alba fotek. My budeme opět chtít trochu **pozměnit původní nastavení viditelnosti vytvořených alb.** Album č.1 chceme, aby bylo viděno pouze našimi přáteli, Album č.2 aby bylo viděno i přáteli našich přátel, Album č.3 aby mohlo být viděno kýmkoliv a Album č.4 abyste mohl/a vidět jen vy sám.

Pozn.: Pro kontrolu se přihlašte za Vašeho přítele „Testovací účet druhý“ (Y39TUR-test2@seznam.cz, - -----) nebo za účet „Testovací účet třetí“ (Y39TUR-test3@seznam.cz, -----), který je přítel Vašeho přítele „Testovací účet druhý“ a přesvědčte se.

- 6) Vaším předposledním úkolem bude **zablokovat libovolného uživatele Facebooku.** Můžete tedy vybrat někoho, o kom víte, že Facebook má a zablokovat tak komunikaci s Vámi. O něho samotného se nebojte, nebude to mít na něj žádný vliv. Pokud si nebudete moci na někoho vzpomenout, obraťte se na moderátora testu, určitě Vám někoho poradí☺

- 7) Posledním úkolem, který po Vás dnes budeme v rámci testování chtít, je **odhlásit se z Facebooku.** Tím tak bezpečně ukončíte veškerou dosavadní práci.

A to je prozatím vše, děkujeme!