Abstrakt (česky)

Datové vizualizace ve veřejném prostoru se aktér od aktéra velmi liší — někteří používají titulky s hlavními sděleními, někteří více anotací pro komunikaci více sdělení najednou, někteří zase koláčové grafy spíše než grafy sloupcové. Pokud je ale cílem zaujmout a předat konkrétní sdělení, není často jasné, jestli vybraný aspekt pomáhá nebo ne. Na základě systematické rešerše akademické literatury je proto v prvním kroku práce identifikováno, které aspekty datových vizualizací mají na pochopitelnost sdělení a vnímanou atraktivitu vliv, včetně toho, jaký vliv má příjemce a vybraná úloha, pro kterou je vizualizace tvořena. Z aspektů jsou poté vybrány 3 — typ vizualizace, redundanci a barevnost —, jejichž vliv je ověřován na 4 reálných vizualizacích z českého veřejného prostoru pomocí dotazníkového šetření na reprezentativním vzorku české populace. Hlavním zjištěním je, že vybraný typ vizualizace vliv nemá, pokud jsou typy vizualizace velmi podobné. Dále, že přidání sdělení redundantně do titulku může mít u některých vizualizací vliv významný na pochopitelnost, ale ne na vnímanou estetičnost. Zatřetí, že barevné zvýraznění sdělení vliv nemá nejspíše u již velmi barevných vizualizací. Posledním zjištěním je identifikovaný významný vliv vizualizační gramotnosti a vzdělání příjemců jak na pochopitelnost sdělení, tak vnímanou estetičnost vizualizací.