TEXT A FOTO: JIŘÍ JUŘÍK



Tagglist umístěný na boku klasické infozastávky

Jak se v lese připojit



V současné době je trh s informacemi asi nejrychleji se rozvíjejícím odvětvím. Tento vývoj podpořil nejen pokrok v elektronice, ale především celosvětové rozšíření internetu, ke kterému se můžete připojit takřka všude. Výše uvedených skutečností lze zneužít, ale mnohem častěji prospěšně využít a právě jedním z prospěšných prolnutí nových technologií a internetu jsou tzv. QR kódy, na které se podíváme podrobněji.

ZÁHADNÉ ČTVEREČKY

Určitě jste se s nimi již setkali, nejčastěji pak u reklam. Jsou to podivné čtverce různé velikosti, na jejichž ploše se střídají černobílé čtverečky nebo šestihrany. V prvním případě se hovoří o QR kódech, v druhém jde o BeeTag, protože tak trochu připomíná včelí plástev. V obou případech se jedná o nosiče informací, tedy vlastně obdobu čárového kódu, který známe opravdu všichni. Rozdíl mezi oběmi technologiemi (QR a BeeTag) je v menší náchylnosti BeeTagů na poškození například pokreslením, zkrátka i po takovémto zásahu zůstane čitelný. Jen pro zjednodušení, nadále budeme hovořit o obou takřka paralelních technologiích, ale zůstaneme u zjednodušujícího označení QR kódy.

JAK TO FUNGUJE

Jak již bylo řečeno, uvedené kódy jsou nosičem informace, která směřuje na konkrétní internetový odkaz, týkající se předmětu, místa nebo objektu, u kterého je kód umístěn. Jako čtečka pro nejširší veřejnost slouží mobilní telefon s fotoaparátem a připojením na internet. V telefonu zapnete aplikaci na čtení kódů QR nebo BeeTagů, na který zaměříte fotoaparát přístroje. Ten automaticky kód identifikuje, přečte a připojí se na příslušné internetové stránky. Zde mohou být odlišnosti podle operačního systému daného telefonu, případně podle výrobce. Mimochodem, čárový kód byl patentován již v roce 1946 a v současnosti je definováno na 200 jeho standardů a samotný QR kód byl standardizován v roce 2000.

JE TO TAK SNADNÉ

Využití QR kódů se poprvé objevilo u reklam na cokoliv. Snahou bylo a stále je maximální přiblížení zboží potenciálnímu zákazníkovi a následné zvýšení prodeje. Představme si první model využití QR kódů: čekáte na tramvaj a u zastávky visí bilboard upozorňující na neodolatelnou nabídku nepostradatelného čehosi. Čekající a tím i nudící se člen konzumní společnosti se chytí drápkem, zaměří telefon na QR kód, připojí se na stránky prodejce, kde díky dalším informacím a další reklamní masáži zasekne další drápky, takže se snadno nechá přesměrovat přímo na internetový obchod... a druhý den má nepostradatelné cosi doma. Spokojenost na všech stranách. Samozřejmě uvedený děj je zjednodušující, v mnoha případech nemusí jít o reklamu na konzumní zbytečnost, ale například na charitativní akce, dárcovské SMS atp. A to je již o něčem jiném.

JDE TO I JINAK

Výše uvedený příklad je samozřejmě jeden z možných využití QR kódů, nicméně čtete časopis věnující se především přírodě, proto se podívejme po oněch kouzelných čtverečcích i zde. Po chvilce hledání zjistíte, že i mezi stromy se QR kódy rozmnožily. A jsme u dalšího pojmu,



Tagglist umístěný v terénu





▶QR kód naleznete i na běžné jízdence z vlaku.



kterým je slovo tagglist. Jedná se o kombinaci alfanumerických údajů s QR kódem a BeeTagem. Toto vše bývá nejčastěji umístěno na zeleném, plastovém obdélníku o rozměrech 9x29 cm, který naleznete nejčastěji na turisticky atraktivních místech, případně na informačních stojanech některých naučných stezek. A můžeme vytvořit druhý model využití QR kódů: jste na výletě a přijdete na nějaké pozoruhodné místo, třeba ke zřícenině, rozhledně atp. Pod objektem je sice dřevěný sloupek s informační tabulkou, ale povětří či vandal zde zaúřadovali a text je nečitelný. Ovšem na sloupku je umístěn tagglist, takže následuje shodný postup jako v případě prvním, jen konec bude jiný, nakupovat se nebude. Příslušný kód vás připojí na internetové stránky týkající se místa, na kterém se nacházíte. Na displeji telefonu si pak přečtete a prohlédnete mnohem více informací, než kolik by se vešlo na jakoukoliv informační tabuli.

NĚCO ZA NĚCO

Potenciál tagglistů je jistě velký. Jednak množství informací, které mohou zprostředkovat je opravdu veliké, a to od běžného textu, přes fotografie až po videa. Další nespornou výhodou této technologie je ekonomičnost. Průměrná cena klasické informační zastávky na trase naučné stezky se pohybuje okolo 5 000 Kč. Bohužel dost často se stávají obětí lidské omezenosti, ale také podléhají přírodním vlivům. Nový Tagglist stojí 70 Kč a navíc jej lze umístit v podstatě kamkoliv. Neposledním kladem této technologie je oproti klasické infozastávce snadná možnost aktualizace informací na internetu.

Ovšem ... je zde i druhá strana mince. Ne každý turista vlastní chytrý telefon, ne všude je signál, ne každý se chce uprostřed magického lesa připojovat na internet. Navíc bez připojení se z tagglistu dozvíte akorát jméno místa, kde se nacházíte, a to obvykle víte i tak, a zeměpisné souřadnice. Zbytek textu je shodný u všech tagglistů a je věnován návodu na použití systému a troše inzerce na vlastní systém..

PRO KOHO TO JE

Využití QR kódů a BeeTagů, potažmo tagglistů pro turistiku je jevem poměrně novým, vše začalo v roce 2009, a protože



▲Klasické infotabule jsou často obětí vandalizmu.

Češi jsou národ turistů, jistě vás nepřekvapí, že spojení QR kódů a turistiky se poprvé objevilo u nás. Celý systém je zaměřen na mladší uživatele, které má motivovat k pohybu a častějším cestám do přírody. Osobně si nedovedu představit ortodoxního turistu, jak pouští své trekové hůlky a místo nich při chůzi drží mobil a surfuje. Nicméně, vývoj světa jde dále a využití QR kódů v turistice je jedním z projevů tohoto děje, který nelze zastavit. Je jen na vás, jaký přístup zvolíte, zda systém QR kódů budete využívat či ignorovat, nebo se s ním alespoň seznámíte, a k tomu vám měl pomoci právě tento článek.

www.dohaje.cz, www.taggmanager.cz