Елена Викторовна Малиновская

Санкт-Петербургский государственный университет

[alinmalin@yandex.ru](mailto:alinmalin@yandex.ru)

**Проблема обусловленности во взаимодействии юзабилити и эстетики в интерфейсе интернет-медиа**

В исследовании рассматривается вопрос причинно-следственной связи между воспринимаемым юзабилити (PU) и эстетической оценкой (AV) в контексте момента использования сетевого медиаресурса (до и после взаимодействия). В качестве методов измерения пользовательского опыта применяются модифицированные анкетные методики. Как показывают результаты исследования, взаимная обусловленность PU и AV значительно слабее, чем связь данных параметров с фактическим юзабилити.

Ключевые слова: интернет-медиа, интерфейс, юзабилити, веб-эстетика.

Эстетические аспекты пользовательского интерфейса стали приоритетным объектом научного анализа для значительного круга исследователей. При этом в различных исследованиях рассматривается широкий спектр антропологических проблем, связанных с дизайном интерактивного взаимодействия сайта и человека. Впервые высокая степень корреляции между эстетическим качеством дизайна медиапродукта и его воспринимаемой функциональностью была отмечена в ставших классическими исследованиях Tractinsky и др. [3]. Впоследствии было проведено значительное количество исследований, посвященных отношениям эстетики и удобства использования с широким спектром различных продуктов и различных подходов к измерению эстетического качества и юзабилити. Например, исследовались влияние эстетики на формирование доверия к информации [1], особенности восприятия функциональности медиапроекта [2], формирование психофизиологических состояний на базе эстетического восприятия [4] и воздействие эстетики на эмоциональную сферу [5].

В работах J. Sauer и др. [2] рассматривается влияние визуальной эстетики интерфейса на восприятие пользователями эффективности использования всей интерактивной системы.

Однако, несмотря на эмпирические данные предыдущих исследований, остается в значительной степени неясной природа факторов и обстоятельств, при которых эстетика интерфейса влияет на воспринимаемое удобство использования (или наоборот). Особенно можно отметить недостаток исследований, посвященных именно экспериментальному исследованию влияния эстетики на воспринимаемое юзабилити.

Предлагаемое исследование основано на эксперименте, в рамках которого мы пытались выявить особенности отношений между эстетикой интерфейса и удобством его использования. Целью данного исследования является поиск причинно-следственных закономерностей между воспринимаемым юзабилити и эстетическим восприятием интерфейса.

В соответствии с целью мы сформулировали три исследовательских гипотезы:

1. эстетика интерфейса влияет на воспринимаемое юзабилити до опыта практического использования медиапроекта (H1);
2. эстетика интерфейса влияет на воспринимаемое юзабилити (PU) после получения опыта практического использования медиапроекта (H2);
3. юзабилити медиапроекта способно повлиять на воспринимаемую эстетику (PAV) после получения опыта его практического использования (H3).

В эксперименте использовался трехфакторный дизайн. Независимыми переменными выступали юзабилити интерфейса (низкого и высокого качества) и эстетика интерфейса с аналогичными уровнями оценки – высоким (HQI) и низким (LQI). Независимой переменной со стороны субъекта являлся момент измерения соответствующего параметра (до использования и после использования медиаресурса). Всего в эксперименте приняли участие 20 студентов магистратуры СПбГУ со средним значением времени использования Интернета 9,8 лет (SD = 2,9). В качестве методов исследования выступали известные модификации анкетных опросов SUS, WOOS и PQ.

Как свидетельствуют результаты эксперимента, эстетическое качество интерфейса не оказывает воздействия на воспринимаемое юзабилити независимо от момента практического использования (ни до, ни после). Таким образом, общепринятая концепция «то, что красиво, кажется удобным» (гипотезы H1 и Н2) не поддерживается. Между тем было обнаружено, что PU зависело исключительно от фактического удобства использования интерфейса. При этом была обнаружена четкая корреляция между РАV и фактическим юзабилити, что позволяет говорить о подтверждении гипотезы Н3.

Литература

1. Doi T., Doi S., Yamaoka T. The peak-end rule in evaluating product user experience: The chronological evaluation of past impressive episodes on overall satisfaction. Human Factors Ergon. Manufact. Service Industr. 2022, 32(3). pp. 256–267.
2. Sauer J., Sonderegger А., Heyden К., Biller J., Klotz J., Uebelbacher А. Extra-laboratorial usability tests: An empirical comparison of remote and classical field testing with lab testing // Applied Ergonomics. January 2019. Vol. 74. pp. 85–96.
3. Tractinsky N., Katz A. S., Ikar D. What is beautiful is usable. // Interacting with Computers. 2000. 13(2). pp. 127–145.
4. Yizhu G., Ying C., Okan B., Xiaoming Z., Fu C. Examining adults’ web navigation patterns in multi-layered hypertext environments // Computers in Human Behavior. April 2022. Vol. 129.
5. Yakunin A. V., Bodrunova S. S. (2021). Website Aesthetics and Functional User States as Factors of Web Usability. Proc. IHIET-FS’2021. pp. 394–402.