

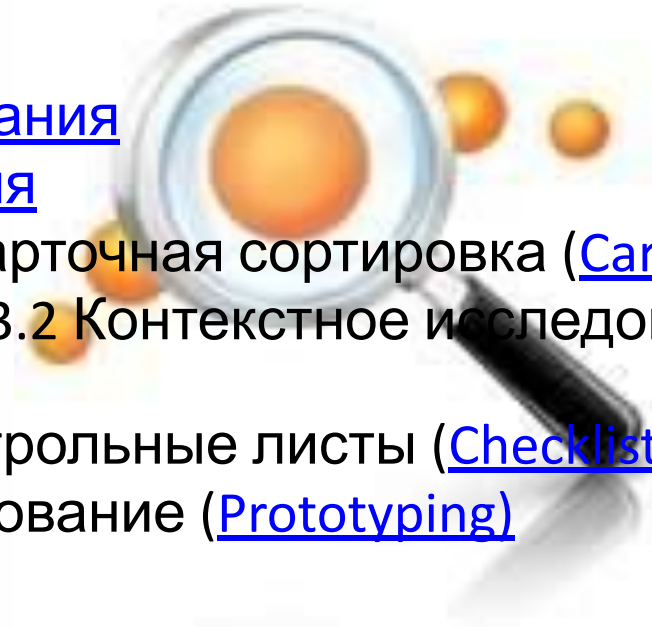
***Методика проведения  
юзабилити-тестирования  
веб-сайта***

**Выполнил: Каверина К.С.**



# Содержание

- 1. [Юзабилити-тестирование](#)
- 2. [Процесс юзабилити-тестирования](#)
- 3. [Виды юзабилити-тестирования](#)
- 3.1 [Карточная сортировка](#) (3.1 Карточная сортировка ([Card Sorting](#)))
- 3.2 [Контекстное исследование](#) (3.2 Контекстное исследование ([Contextual Inquiry](#)))
- 3.3 [Контрольные листы](#) (3.3 Контрольные листы ([Checklists](#)))
- 3.4 [Макетирование](#) (3.4 Макетирование ([Prototyping](#)))
- 3.5 [Обзоры](#) (3.5 Обзоры ([Surveys](#)))
- 3.6 [Опросники](#) (3.6 Опросники ([Questionnaires](#)))
- 3.7 [Плюралистическая проработка](#) (3.7 Плюралистическая проработка ([Pluralistic Walkthroughs](#)))
- 3.8 [Протоколы самоотчета](#) (3.8 Протоколы самоотчета ([Self-Reporting Logs](#)))
- 3.9 [Фиксация “мыслей вслух”](#) (3.9 Фиксация “мыслей вслух” ([Thinking Aloud Protocol](#)))
- 3.10 [Фокусные группы](#) (3.10 Фокусные группы ([Focus Groups](#)))
- 3.11 [Эвристическое исследование](#) (3.11 Эвристическое исследование ([Heuristic Evaluation](#)))
- 3.12 [Экспертиза компонентов](#) (3.12 Экспертиза ко



# Юзабилити-тестирование

- **(Проверка эргономичности)** — исследование, выполняемое с целью определения, удобен ли некоторый искусственный объект (такой как веб-страница, пользовательский интерфейс или устройство) для его предполагаемого применения. Таким образом, проверка эргономичности измеряет эргономичность объекта или системы. Проверка эргономичности сосредоточена на определённом объекте или небольшом наборе объектов, в то время как исследования взаимодействия человек-компьютер в целом — формулируют универсальные принципы.
- Проверка эргономичности — метод оценки удобства продукта в использовании, основанный на привлечении пользователей в качестве тестировщиков, испытателей и суммировании полученных от них выводов.



# Процесс юзабилити- тестирования

- Пользователю предлагают в «лабораторных» условиях решить основные задачи, для выполнения которых этот продукт разрабатывался.
- Пользователя просят высказывать во время выполнения этих тестов свои замечания.
- Процесс тестирования фиксируется в протоколе (логе) и/или на аудио- и видеоустройства.



...

- Если проверка выявляет какие-либо трудности, то разработчики должны доработать продукт и повторить тестирование.
- Задача модератора — держать респондента сфокусированным на задачах (но при этом не „помогать“ ему решать эти задачи).



# Виды юзабилити- тестирования

- Карточная сортировка (Card Sorting)
- Контекстное исследование (Contextual Inquiry)
- Контрольные листы (Checklists)
- Макетирование (Prototyping)
- Обзоры (Surveys)
- Опросники (Questionnaires)
- Плюралистическая проработка (Pluralistic Walkthroughs)
- Протоколы самоотчета (Self-Reporting Logs)
- Фиксация “мыслей вслух” (Thinking Aloud Protocol)
- Фокусные группы (Focus Groups)
- Эвристическое исследование (Heuristic Evaluation)
- Экспертиза компонентов (Feature Inspection)



# Карточная сортировка (Карточная

## сортировка (Card Sorting)

- Это классификационный метод, при котором пользователи сортируют различные элементы разрабатываемого веб-сайта по нескольким категориям.
- Создается список параметров, которые предполагается подвергнуть классификации.
- Каждый из указанных параметров выписывается на отдельной карточке.
- Карточки предъявляются пользователям, которых инструктируют сгруппировать наиболее логичным, по их мнению, образом.

Полученную в результате карточной сортировки информацию используют для



# Контекстное исследование

## (Контекстное исследование

### (Contextual Inquiry)

- Это метод структурированного интервью.
- Всегда построено на трех базовых принципах:
  1. Учет контекста, в котором используется изучаемый сайт.
  2. Совместная оценка сайта пользователем и разработчиком.
  3. В фокусе оценки сайта находится именно его удобство для пользователя.





...

- Работа, время, мотивация и социальные факторы, воздействующие на пользователя, остаются такими же, как в реальном мире.
- Проводится на ранних стадиях разра



# Контрольные листы

## (Контрольные листы (Checklists))

- Помогают удостовериться в том, что веб-сайт выполнен с учетом принципов функциональности дизайна.
- Используют на заключительной стадии работы.
- Существует большое количество готовых контрольных листов, однако зачастую возникает необходимость в разработке собственных критериев качества в определенной области.



# Макетирование (Макетирование (Prototyping))

- Это создание модели конечного продукта (веб-сайта), позволяющее протестировать его составляющие на любых стадиях разработки.
- Строится модель, включающая все тестируемые компоненты (дизайн, элементы управления и т.д.).
- Бывает «горизонтальное» и «вертикальное».



# «Горизонтальное» маркетингование:

- Означает представление в макете широкого спектра параметров веб-сайта, но без их детальной проработки.
- Используют для изучения пользовательских предпочтений в области интерфейса.
- Выясняет, где, по мнению пользователей, должны находиться те или иные функции, насколько они доступны и т.д.



меняют на ранних стадиях

# «Вертикальное» маркетинговое

- Исследует функциональность отдельных компонентов веб-сайта.
- Предполагает детальное изучение небольшого сектора веб-сайта.
- Следует проводить лишь после завершения разработки тестируемого сектора.



# Обзоры (Обзоры (Surveys))

- Это специальные интервью с пользователями, при котором им задаются специально подготовленные вопросы, а их ответы записываются для дальнейшей обработки.
- Категории вопросов: демографическая информация о пользователе (место проживания, возраст, род занятий и т.д.); оценка информационного наполнения веб-сайта (какую информацию ожидали найти, соответствует ли наполнение веб-сайта их ожиданиям, что хотели бы добавить и т.д.); оценка дизайна сайта (легкость в использовании, скорость загрузки, оформление и т.д.).



...

- Используют как на стадиях концептуализации и разработки, так и после реализации веб-сайта.



# Опросники (Опросники (Questionnaires))

- Составляются по тем же принципам, что и психодиагностические тесты.
- Предъявляются в виде списка вопросов с вариантами ответа.
- Существует достаточно много стандартизированных опросников, большинство из которых распространяется на коммерческой основе.
- Метод может применяться на всех стадиях разработки веб-сайта или в процессе его эксплуатации.





# (Плюралистическая проработка (Pluralistic Walkthroughs)

- Проводится большой по размеру группой, в которую входят эксперты в области оценки веб-продукции, пользователи, разработчики и специалисты по профессиональному здоровью и организации труда.
- Группа рассматривает сценарии поведения пользователя, обсуждая и прорабатывая каждый элемент его взаимодействия с веб-сайтом.
- Применяется на ранних стадиях проработки.



# Протоколы самоотчета (Self-Reporting Logs)

- Это бланки, в которых пользователи фиксируют все свои действия и соображения о взаимодействии с веб-сайтом.
- Экономный метод.
- Невозможность контроля и регистрации эмоциональных реакций на взаимодействие с веб-сайтом и проблема адекватности отчетов.



...

- Необходимо обеспечить испытуемых доступом к прототипу веб-сайта, описанием задач, которые они должны решать при его использовании, и стандартизированным бланком для регистрации пользователями своих действий.
- Используется на ранних стадиях планирования или разработки.



# Фиксация “мыслей вслух” (Thinking Aloud Protocol)

- Одна из самых популярных техник при оценке функциональности веб-сайта.
- Пользователя просят произносить вслух все мысли, чувства и представления, которые у него возникают в процессе решения задачи.
- Пользователя обеспечивают доступом к тестируемому веб-сайту или его прототипу и дают ему задание, которое он должен реализовать в процессе его уатации.



...

- Задача пользователя- выполнять задачу, одновременно “озвучивая” все, что приходит в голову по поводу интерфейса.
- Данные записываются на аудиопленку или фиксируются письменно.
- Позволяет оценить непосредственные реакции пользователя на взаимодействие с отдельными элементами веб-сайта.



# Фокусные группы (Фокусные группы (Focus Groups))

- Опрос специально отобранной группы пользователей.
- Длится около 2 часов, вовлекается 6-9 пользователей.
- Позволяют выявлять спонтанные реакции и идеи и оценивать отношение к этим идеям группы в целом.



...

- Ведущий должен иметь предварительный сценарий работы, и следить, чтобы групповая дискуссия не выходила из русла обсуждаемой проблемы.
- Необходимо добиваться равного участия в дискуссии всех членов группы.
- Результаты заносятся в специальный протокол для дальнейшей обработки.
- Неточность оценки, основанной на утверждениях, мыслях и предпочтениях небольшого количества пользователей.
- Используется как на любой стадии разработки веб-сайта, так и для оценки готового продукта.



# Эвристическое исследование (Heuristic Evaluation)

- Проводится группой из 4 - 6 профессионалов в области экспертных оценок веб-продукции и взаимоотношений человека и компьютерных систем.
- Соотнесение качества веб-сайта со специально сформулированными эвристическими принципами.
- Каждый из экспериментаторов тщательно изучает веб-сайт, работая изолированно от других членов группы и письменно фиксируя результаты.





...

- Результаты деятельности группы суммируются руководителем исследования.
- Применяется как при разработке макета веб-сайта, так и на поздних стадиях его изготовления  
анализе  
готового прод



# Экспертиза компонентов.

## (Feature Inspection)

- Предназначена для анализа конкретного набора признаков веб-сайта, с которыми взаимодействует пользователь для достижения конечной цели.
- Предполагает оценку доступности и функциональности каждого из шагов в контексте выполнения задачи.



...

- Определяется последовательность шагов и отвечают на следующие вопросы:
  1. Может ли пользователь реализовать конкретный шаг без особых сложностей?
  2. Логичен ли переход от одного шага к другому?
  3. Легко ли определить, к какому шагу нужно переходить на каждом этапе выполнения задачи?
  4. Хорошо ли обозначены и оформлены те или иные функции? и т.д.

Применяется в середине разработки веб-сайта.



# Основные трудности юзабилити-тестирования

- Большие объёмы и беспорядочность полученных данных.
- Поэтому важно зафиксировать:
  1. Речь модератора и респондента;
  2. Выражение лица респондента (снимается на видеокамеру);
  3. Изображение экрана компьютера, с которым работает респондент;



...

4. Различные события, происходящие на компьютере, связанные с действиями пользователя:

- Перемещение курсора и нажатия на клавиши мыши;
- Использование клавиатуры;
- Переходы между экранами (браузера или другой программы).

Все эти потоки данных должны быть синхронизированы по тайм-кодам, чтобы при анализе их можно было бы соотносить между собой.

