

Der Einfluss der Persönlichkeit von Test-Personen auf das Verhalten bei Usability-Tests

Thema:

Der Einfluss der Persönlichkeit von Test-Personen auf das Verhalten bei Usability-Tests

Art:

[BA](#)

BetreuerIn:

[Thomas Schmidt](#)

BearbeiterIn:

Vera Wittmann

ErstgutachterIn:

[Christian Wolff](#)

ZweitgutachterIn:

[N.N.](#)

Status:

[abgeschlossen](#)

Stichworte:

[Usability](#), [Persönlichkeit](#), [User Experience](#), [Usability Engineering](#), [Usability Testing](#)

angelegt:

2018-12-13

Antrittsvortrag:

2019-01-21

Textlizenz:

[Unbekannt](#)

Codelizenz:

[Unbekannt](#)

Hintergrund

Bei der Durchführung von Usability-Tests kann man feststellen, dass sich auftretende Varianz nicht über produktbezogene Faktoren erklären lässt. Man kann sich die Frage stellen, ob tatsächlich nur das Produkt getestet wurde oder individuelle Faktoren der Nutzer Einfluss auf das Verhalten und die Bewertung haben. Studien zum individuellen Verhalten während Usability-Tests untersuchen, inwiefern sich personenbezogene Variablen wie Geschlecht, Nationalität, kultureller Hintergrund oder Motivation auf das Verhalten bei Usability-Tests auswirken, also z.B. auf gefundene Probleme, die Zeit, das Bewertungsverhalten, Verhalten bei Thinking Aloud-Anweisungen und Ähnliches. Ergebnisse in diesem Bereich haben Einfluss auf die Interpretation von Daten, als auch auf die zielspezifische Konzeption von Usability-Tests. Ein Faktor, der bislang selten untersucht wurde, ist Persönlichkeit. Persönlichkeit ist ein zentraler psychologischer Faktor zur Analyse individueller Differenzen, hat sich bislang jedoch in der Mensch-Maschine-Interaktion selten als wichtiger Einflussfaktor gezeigt. Erste Studien zum Nutzer-Verhalten bei Usability-Tests weisen jedoch Besonderheiten mit der Persönlichkeitsdimension Extraversion auf.

Zielsetzung der Arbeit

Im Rahmen der Arbeit soll anhand eines prototypischen Usability-Tests der Einfluss der Persönlichkeit auf performative und objektive Maße (Dauer, Task Completion Rate usw.), subjektive Fragebogendaten (z.B. SUS) und qualitative Daten (z.B. Interviews) untersucht werden. Das Konzept Persönlichkeit wird über einen Fragebogen zum bekannten Fünf-Faktoren-Modell operationalisiert.

Konkrete Aufgaben

- Aufbereitung der Literatur
- Aufstellung und Motivation von Hypothesen
- Identifikation eines geeigneten Evaluationsobjekts
- Konzeption der Tasks und des Usability Tests
- Durchführung der Studie
- Auswertung der quantitativen und qualitativen Daten
- Interpretation der Ergebnisse

Erwartete Vorkenntnisse

- Kenntnisse in der statistischen Datenauswertung
- Erfahrung in der Durchführung empirischer Studien und Usability-Tests

Weiterführende Quellen

Alnashri, A., Alhadreti, O., & Mayhew, P. (2016). The Influence of Participant Personality in Usability Tests. *International Journal of Human Computer Interaction (IJHCI)*, 7(1), 1.

Burnett, G. E., & Ditsikas, D. (2006, December). Personality as a criterion for selecting usability testing participants. In *Proc. int. conf. on information and communications technologies* (pp. 599-604).

Kortum, P., & Oswald, F. L. (2018). The impact of personality on the subjective assessment of usability. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(2), 177-186.

Schmidt, T., Hansbauer, A. & Schreyer, A. (2016) Das Zusammenwirken von intuitiver und reflektiver Ästhetik mit ästhetischen Attributen und personenbezogenen Faktoren. Eine empirische Studie zur ästhetischen Präferenz von Webseiten. *Studia Informatica Ratisbonensis 2*, Andere, Universität Regensburg. Verfügbar unter <https://epub.uni-regensburg.de/35889/>

From:
<https://wiki.mi.ur.de/> - MI Wiki

Permanent link:
https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/der_einfluss_der_persoenelichkeit_von_test-personen_auf_das_verhalten_bei_usability-tests

Last update: 01.10.2019 11:23

