Geschlechtsspezifisches Webdesign: Die Interaktion zwischen Zielgruppe, Geschlecht und ästhetischer Wahrnehmung

Thema:
Geschlechtsspezifisches Webdesign: Die Interaktion zwischen Zielgruppe, Geschlecht und ästhetischer Wahrnehmung
Art:
BA
Betreuer:
Thomas Schmidt
Student:
Eva-Maria Schön
Professor:
Christian Wolff
Status:
in Bearbeitung
Stichworte:
Ästhetik, UI-Design, User Interface, empirische Studie, Webseiten, Gender, HCI, Human Computer Interaction, Mensch-Maschine-Interaktion
angelegt:
2019-05-29

Hintergrund

Studien zeigen einen Unterschied in der ästhetischen Wahrnehmung von Webseiten abhängig vom Geschlecht des Erstellers der Seite oder vom Geschlecht des Betrachters. Ergebnisse weisen jedoch auf eher geringe und lediglich punktuelle Unterschiede hin, die bislang geschlechtsspezifisches Webdesign nicht ausreichend motivieren. In dieser Arbeit soll durch einen stärkeren Fokus auf geschlechtsspezifische Webseiten und alternative Geschlechtsdefinitionen jenseits des biologischen Geschlecht Unterschiede im ästhetischen Empfinden erneut untersucht werden.

Zielsetzung der Arbeit

Im Rahmen der Arbeit sollen Themenbereiche/Branchen die nachweislich primär Männer oder Frauen ansprechen, identifiziert werden, ein passender Datensatz an Webseiten erstellt werden und in einer empirischen Studie der Interaktionseffekt vom Geschlecht des Nutzers und der Geschlechtsgruppe der Webseite untersucht werden.

Konkrete Aufgaben

- Identifikation von Themenbereichen/Branchen die nachweislich primär Männer oder Frauen

ansprechen
- Akquise von Webseiten aus unterschiedlichen Themenbereichen
- Erstellung eines Webseitenkorpus
- (Analyse von Webseiten; was sind die Besonderheiten der UI-Attribute, sind UI-Klassifikationen möglich?)
- Konzeption und Durchführung einer empirischen Studie
- Statistische Auswertung und Interpretation der Daten

Erwartete Vorkenntnisse

- Kenntnisse in der statistischen Datenauswertung
- Erfahrung in der Durchführung empirischer Studien

Weiterführende Quellen

- Moss, G., Gunn, R., & Heller, J. (2006). Some men like it black, some women like it pink: consumer implications of differences in male and female website design. Journal of Consumer Behaviour, 5(4), 328–341. https://doi.org/10.1002/cb.184
- Moss, Gloria & W Gunn, Rod. (2007). Gender Differences in Website Design: Implications for Education. Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics. 5.
    - Cyr, Dianne & Bonanni, Carole. (2005). Gender and website design in e-business. IJEB. 3. 565-582. 10.1504/IJEB.2005.008536.
    - Mahazari, A., & A hmadzadeh, M. (2013). Finding Gender Preferences in E-Commerce Website Design by an Experimental Approach. International Journal of Applied Information Systems (IJAIS), 5(2), 35–40.
    - Bauerly, M. & Liu, Y. (2008). Effects of Symmetry and Number of Compositional Elements on Interface and Design Aesthetics. International Journal of Human-Computer Interaction, 24(3), 275–287.
    - Lindgaard, G., Fernandes, G., Dudek, C. & Brown, J. (2006). Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression! Behaviour & Information Technology, 25(2), 115–126.
    - Miniukovich, A. & De Angeli, A. (2015). Computation of Interface Aesthetics. In: CHI ‘15 Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (S. 1163-1172). New York: ACM.
    - Schmidt, T., & Wolff, C. (2018). The Influence of User Interface Attributes on Aesthetics. i-com, 17(1), 41-55.
    - Schmidt, T. & Wolff, C. (2017). Der Einfluss von User Interface-Attributen auf die Ästhetik. In: Burghardt, M., Wimmer, R., Wolff, C. & Womser-Hacker, C. (Hrsg.), Mensch und Computer 2017 - Tagungsband. Regensburg: Gesellschaft für Informatik e.V. (pp. 61-72).
    - 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/
    - Tuch, A. N., Bargas-Avila, J. A. & Opwis, K. (2010). Symmetry and aesthetics in website design: It’s a man’s business. Computers in Human Behavior, 26(6), 1831–1837. Tuch, A. N., Presslaber, E. E., Stöcklin, M., Opwis, K. & Bargas-Avila, J. A. (2012). The role of visual

complexity and prototypicality regarding first impression of websites: Working towards understanding aesthetic judgments. International Journal of Human Computer Studies, 70 (11), 794–811.

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

Permanent link:
https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/geschlechtsspezifisches_webdesign?rev=1559122039

Last update: **29.05.2019 09:27**