

WWWにおけるユーザビリティ評価の利用について

山下 静香*1 伊藤 鑑*1 チン リン*1 黛 陽子*1 松川 浩二*1 長 幾朗*2

*1.早稲田大学国際情報通信研究科 *2.早稲田大学国際情報通信研究センター

Keywords : WIMP , Knowledgecapital , Legibility , Webpage

概要

WWW ブラウザ等における動的な展開やインタラクションが重層する構造では、視認性を考慮した的確な情報提供の実現には、新たなデザインやその設計方法が必要であろう。今日、ユーザーが正に求めているものとは、情報の分類や整理、ユーザーの嗜好に合ったインタフェースの構築や提供であろう。これらの構築の一助としてユーザビリティ評価法を介したデザインシステムを提案する。

1. はじめに

インターネットの普及は世界の情報がいち早くユーザーに届けることを可能とし、さらにワイヤレス技術によるモバイル環境は場所を選ぶこともない。今日デジタル社会に問われることは、情報のあり方とその伝達形態にあると言える。あらゆる情報がデジタル処理される現在、そのほとんどの情報がCRT モニタによって表示されている。現在、それらに共通するインターフェイスとしてGUIに基づくWIMP等の表現があるが、モニタ上の表現手法においては、必ずしも全ての人に分かりやすく快適なものではない。熟達したユーザーには不要なインタラクションもあり、初心者にとっては本来の目的情報になかなか到達することもできないのが現状である。これらの課題について情報を素早く的確に供給するという視点から、ユーザビリティ評価の表現方法を提案したい。

2. WWWにおける課題とその解決

現在、様々な情報をWWWから入手することができる。SGMLに始まったブラウザ機能も画像や音声と共に、今日では動画表示まで可能となった。新聞やテレビという従来の情報供給手段に加え、インターネットにおけるWWWも、我々の日常生活に浸透し、今では欠かせないメディアとなったといっても過言ではないだろう。しかし、Webpageを開設するユーザーが増える一方で、その内容や情報表示の面において問題が生じつつある。従来、CSCWやDSS、GDSSのような

グループウェア設計の意思決定支援の概念として、ユーザーインターフェイス設計も研究されてきたが、拡大解釈をするとWWWも大きなグループウェアの一つであり、今後、Webpageに期待する機能として協同型意思決定支援、グループスケジュール管理協同型アイデア生成支援、協同執筆支援、協同型ソフトウェア開発支援、遠隔教育支援のようなものが考えられる。そうした機能を満たすためにはユーザー自身が最初に概念的意図を形成し、これを一連の行為に変換し、最終的に一つの行為を選択するという認知的活動を支援するようなインターフェイスをWebpage上でも実現しなければいけない。その環境構築のために、従来からのメディアの一方向的な配信だった流れを、受け取る立場であるユーザーが正しく評価することで、その評価をフィードバックし、よりユーザビリティを考慮した表現形態としていくシステム構築を提案したい(図1)。

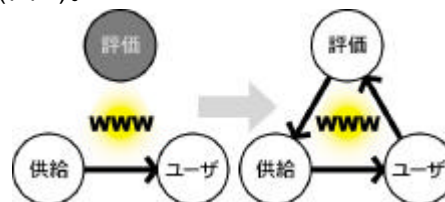


図1. 提案概念図

3. 評価システムの概要

一般的なWWWの評価については、ビジュアルユーザビリティによる簡易の評価分析モデルの提供や、定期的評価の定型化、およびモデルの提供などがある。これらは視覚的效果を生かした表現モデルや、ユーザーの評価を促すシステムであることも重要な点である。これはクライアントに対する的確なインフォメーションのフィードバックやサポートシステムの構築化につながり、印象深いナレッジキャピタルの構築にも役立つであろう。そして効果的なデザインアプローチの形成とサポートに連携した商品購買エリアの定着化および客観的評価によるWeb戦略の展開も促すことにつながる。

4. ビジュアルユーザビリティ

不可視な情報を出来るだけビジュアライズ化し、客観化されたコンテンツの操作性を高めることを目指すために、視覚的に明快、かつレジビリティのあるレイアウトが求められる。ギブソンの生理学的アプローチとして、ある環境や状況全体が人間に働きかけて、ある行為を妥当であると感じさせる環境適応性や順応性を重視する定義がある。生体の知覚は感覚的な入力の内情報処理ではなく、生態学的に重要な情報を外界から直接抽出している。これらの概念をアフォーダンスとして規定している。よって今日望まれるデザインコンセプトは、先の情報処理的アプローチと生態学的アプローチの融合を図るものである。つまり評価システムは以下のような要件を満たすものである。1)視覚技術と視認性の関連 2)視覚化とナレッジキャピタルの関連 3)ユーザー情報のフィードバックとその利用方法

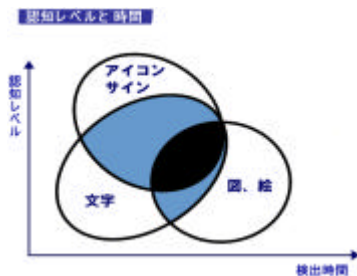


図2. ビジュアルユーザビリティのメリット

5. ナレッジキャピタルの形成

前述のユーザビリティ評価によるビジュアライゼーションは商品等の等価交換の概念の域を超え、ナレッジキャピタルを形成するもっとも重要な課題である。ナレッジキャピタルとメタファによる視覚表現方法を工夫することで、人々の認知効果をあげ、従来の表示方法から遠ざかっていた人々を呼び、コミュニケーションをより円滑にする。

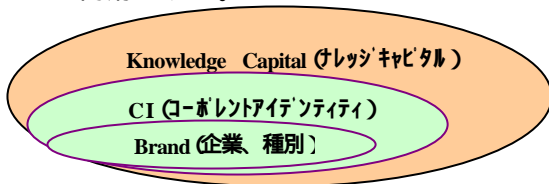


図3. ナレッジキャピタルの位置づけ
製品のクオリティーによる企業形成 企業の

顔としてのイメージの定着 過去のブランドCAの統括

6. 評価方法

ユーザーにとって分かりやすいWWWを、次のような観点から評価する。1)感覚評価：人間の感性に基づいた評価（ユーザーが処理のステップや位置を見失うことがないか？） 2)システム環境評価：ユーザーの利用環境と管理者のメンテナンス調査（ブラウザ環境が異なっても統一した表示をしているか？） 3)技術評価：画面表示および操作性の調査（ソフトが的確にユーザビリティに活かされているか？）例えば企業等におけるサポートシステムでは、アンケート調査 競合他社との比較検討 ユーザーへのオンデマンド情報の提供 リアルタイムによるサイトへの情報提示などにより、ハイクオリティのWebpage作成が可能となる。

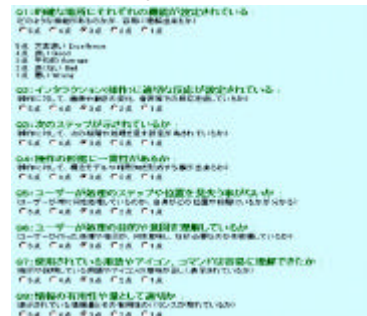


図4. ホームページによる評価手法の事例

7. まとめ

本研究では、web フォロントニアへの進化を目的とし、Web ユーザビリティの提案を行った。その中で従来web 展開をしているクライアントおよびユーザーが情報の一方的伝達とFAQの提供をすることのみに留まっていた点が見直された。クライアントとユーザーが相互に介在する本評価システムが、今後のマルチメディア情報化社会におけるインフォメーションの在り方と表現の平準化のモデルとして位置づけたい。

参考文献 1) ヤブ・ニルル「顧客を逃がさないサイトづくりの秘訣」 2)ヤブ・ニルル「ユーザーのためのインターフェイスデザイン」 3) 黒川隆夫「ノバ・バリエーション」 4)大須賀節雄「ヒューマンファース」 5)黒須昌明・伊東昌子・時津倫子「ユーザー工学入門」 6)ギブソン「ギブソン生態学的視覚論」 7)アト・リュ「認知心理学アプローチによる SSS」