

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ EYE TRACKING В WEB-ДОДАТКАХ

Гунько М.А.

Науковий керівник – к.т.н., ст. викл. Ткачов В.М.

Харківський національний університет радіоелектроніки
(61166, Харків, просп. Науки, 14, каф. ЕОМ, тел. (057) 702-13-54)
e-mail: d_ec@nure.ua

The last 30 years, the IT sector has been actively developing. But if 15-20 years ago the emphasis of development was on the physical component, then today mankind is witnessing a huge breakthrough in the development of modern processing and tracking algorithms, such as eye tracking.

Уявіть собі юзабіліті-тестування, в якому учасник намагається купити велосипед. На головній сторінці він швидко знаходить посилання на велосипеди, але на наступній – губиться. «Я не був упевнений, куди потрібно клікати», – пояснює він пізніше, – «було багато варіантів».

Надалі при обробці куди дивиться користувач на сайті тестувальники можуть розуміти тільки з їх слів, але як би вони хотіли бачити саме те, що бачить користувач та куди він звертає увагу.

Дані, отримані за допомогою Eye tracking-пристроїв, не залежать від звітів користувачів або їх пам'яті. Відповідаючи на питання про свої дії, учасники досліджень, як правило, не можуть згадати свою поведінку.

Вони можуть не знати про те, що вони зробили (так як зробили щось несвідомо або просто забули про це), або можуть бути не в змозі висловити словами хід своїх думок.

Eye tracking іноді сприймається як панацея – досконала технологія, за допомогою якої легко виявити проблеми користувацького інтерфейсу. Але кожній вражаючій демонстрації передують години зусиль і спроб інтерпретації. Провідні експерти суперечливо відгукуються про цінності Eye tracking, тому технологія як і раніше застосовується лише в нечисленних дизайнерських веб-проектах. Незважаючи на різке скорочення її вартості і збільшену надійність, тимчасові витрати, витрати на навчання фахівців та обладнання, як і раніше залишаються значними.

Продумуючи той чи інший елемент дизайну, ви перед собою ставите певну мету, будь-то формування у аудиторії найбільш точного уявлення про ваш продукт, підведення її до здійснення покупки або запрошення до перегляду фотографій, - так чи інакше, ви сподіваєтеся, що в підсумку мета буде досягнута.

На рисунку 1 представлена теплова карта представлення даних. Саме в таких випадках Eye tracking допомагає виявити, на що звертають увагу відвідувачі в першу чергу, дивляться вони туди, куди ви розраховували, а головне, чи є на вашому просторі так звані «мертві зони».



Рисунок 1 – Теплова карта представлення даних

За деякими даними, скорочення текстового контенту вдвічі може привести до підвищення юзабіліті на 58%.

Простіше кажучи, приберіть зайві слова – в середньому, лише 28% тексту буде прочитано користувачами.

Навряд чи існує більш очевидний спосіб підвищити юзабіліті як зробити сайт зручним – просто зручним для користувачів, але шлях до цього непростий. 80% часу користувачів припадає на вивчення інформації вище лінії згину – верхній половині першої сторінки.

Використання Eye tracking дає змогу зрозуміти що саме потрібно користувачу та як довго він зосереджує свою увагу на тому чи іншому блоці веб-сторінки.

Список використаних джерел:

1. Лебедев О.Г. Темпоральная модель адаптации интегрированной информационной системы путем реконфигурации логической структуры / О.Г. Лебедев, В.Н. Ткачев, В.В. Токарев, Г.И. Чурюмов // II Міжнародна науково-технічна конференція «Комп'ютерні та інформаційні системи і технології». Збірка наукових праць. Харків: ХНУРЕ. – 2018. – С. 6-7.
2. Токарев В.В. Разработка алгоритма мультиагентного управления группой мобильных «s-bot» / В. Н. Ткачев, В. В. Токарев, Г. И. Чурюмов // Реєстрація, зберігання і обробка даних. – 2019, Т. 21, № 1 – С.46-56.
3. Volodymyr Tokariev. Ultra Wideband Signals in Control Systems of Unmanned Aerial Vehicles / Aleksandr Serkov, Valeri Kravets, Igor Yakovenko, Gennady Churyumov, Wang Nannan // The 10th IEEE International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies, DESSERT'2019 5-7 June, 2019, Leeds, United Kingdom. – Pp.26 – 29.