

Исследование восприятия ключевых элементов сайтов компаний методом глубинного интервью

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

Бахус Михаил Юрьевич

Студент (магистр)

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия

E-mail: edu.mbahus@mail.ru

В условиях цифровизации бизнеса сайты компаний становятся важнейшим инструментом взаимодействия с потребителями. Однако многие пользователи сталкиваются с трудностями при использовании сайтов. Исследования показывают, что когнитивные и эмоциональные аспекты восприятия играют ключевую роль в формировании пользовательского опыта [2].

Цель исследования — выявить когнитивные и эмоциональные барьеры, влияющие на восприятие ключевых элементов сайтов компаний, и предложить рекомендации по их оптимизации. Для достижения цели были поставлены следующие *задачи*:

- 1) Исследовать восприятие ключевых элементов сайтов (навигация, дизайн, структура) с помощью глубинных интервью;
- 2) Изучить когнитивные особенности восприятия пользователей;
- 3) Проанализировать эмоциональные реакции пользователей на сайты компаний;
- 4) Разработать рекомендации по улучшению пользовательского опыта на основе данных качественного и количественного исследований.

Теоретико-методологическая база исследования опирается на работы ведущих специалистов в области когнитивной психологии и дизайна пользовательского опыта (UX). Джон Уэлен выделил шесть составляющих пользовательского опыта: язык, навигация, внимание и визуальное восприятие, эмоции, память, принятие решений [2, с. 29-30]. Эти составляющие формируют основу для анализа взаимодействия пользователей с сайтами.

Джеесси Гарретт разработал многоуровневую модель UX, которая включает потребности пользователей, функционал, информационную архитектуру и визуальный дизайн [1, с. 37].

Дэн Браун дополнил эти подходы восемью принципами информационной архитектуры: принцип объектов, выбора, последовательного раскрытия, примеров, «доступ из любой двери», множественной классификации, сфокусированной навигации и роста [3, с. 30-34]. Таким образом, объединение этих подходов позволяет создать комплексную методологию для анализа и оптимизации пользовательского опыта.

Исследовательская часть. Ключевые элементы сайтов, такие как навигация, структура и дизайн, играют важнейшую роль в формировании пользовательского опыта. В рамках исследования были проведены глубинные интервью (сентябрь — октябрь 2024 г.; N = 29) и анкетный опрос (февраль — апрель 2024 г.; N = 520).

Респонденты отметили важность интуитивной навигации и возможности быстро находить

нужную информацию. Например, предприниматели подчеркивали значимость удобного интерфейса поиска: «Удобный и продуманный интерфейс поиска» (мужчина, 25-34 года). Студенты акцентировали внимание на расширенных фильтрах: «Возможность уточнять категорию, указывать теги и параметры в строке поиска» (женщина, 18-24 года).

Структура сайта также оказалась важным фактором. Предприниматели выделяли значимость логичной иерархии категорий: «Слабая группировка товаров по категориям» (женщина, 18-24 года). Работники указывали на проблему перегруженных страниц: «Избыточные результаты, не соответствующие запросу» (женщина, 18-24 года).

Дизайн сайта влияет на восприятие пользователей. Предприниматели оценили минимализм и качество изображений: «Больше всего нравятся минималистичные элементы, которые не перегружены информацией» (мужчина, 25-34 года). Студенты отмечали важность оформления товаров: «Особенно привлекают хорошо оформленные карточки товаров и баннеры с акциями» (женщина, 18-24 года).

Данные анкетного опроса подтвердили выводы качественного исследования. Например, 56% респондентов указали на важность простой навигации, а 59% отметили значимость функциональности и информационного наполнения.

Когнитивные особенности пользователей определяют их предпочтения в навигации и структуре сайтов. Респонденты выделили основные трудности восприятия: слабая группировка товаров и некорректный поиск: «Сайт выдает схожие результаты вместо точного поиска. Нужно доработать фильтры» (женщина, 18-24 года). Анкетный опрос подтвердил, что 62% респондентов сталкиваются с техническими проблемами, а 41% указали на скорость загрузки страниц как на ключевое неудобство.

Результаты. Проведенное нами исследование позволяет нам сделать вывод о том, что когнитивные и эмоциональные аспекты восприятия играют ключевую роль в формировании пользовательского опыта. Удобная навигация, продуманная структура и минималистичный дизайн являются основными требованиями пользователей. На основе данных качественного и количественного исследований разработаны рекомендации по оптимизации сайтов, включая:

- 1) Улучшение фильтров и поискового функционала;
- 2) Ускорение загрузки страниц;
- 3) Акцент на эстетические элементы и минимализм в дизайне.

Результаты исследования могут быть использованы для повышения удовлетворённости пользователей и увеличения их лояльности к сайтам компаний.

Источники и литература

- 1) Гаррет Д. Веб-дизайн: книга Джесса Гарретта. Элементы опыта взаимодействия / Джесс Гарретт; пер. с англ. С. Иноземцев. СПб.: Символ-Плюс, 2019. 192 с.
- 2) Уэлен Д. Дизайн пользовательского опыта. Как создать продукт, который ждут / Джон Уэлен ; пер. с англ. Э. Кондуковой ; науч. ред. М. Сташенко. М. : МИФ, 2024. 272 с.

- 3) Brown D. Eight Principles of Information Architecture // Bulletin of the American Society for Information Science and Technology. August/September 2010. Volume 36, Number 6. P. 30-34.