Loe läbi artiklid ja vasta küsimustele:

• Milliseid uurimismeetodeid kasutatakse infootsingulise käitumise uurimiseks veebikeskkonnas?

• Mis on meetodite positiivsed ja negatiivsed küljed?

• Millised indiviidi omadused võivad infootsingulist käitumist iseloomustada?

Senimaani on kõige populaarsem meetod kasutaja andmete analüüsimine. Andmed sisaldavad erinevaid toiminguid brauseris. Soovitatud on kasutada mitmeid erinevaid meetodeid. Uurimismeetodite pakett võiks sisaldada näiteks kasutaja tegevuste jälgimist ja intervjuusid, päevikuid ja tehnikat, kus kasutaja kirjeldab oma tegevust. Uurimismeetodid võiksid kasutada hübriidi kvalitatiivsest ja kvantitatiivsest uurimismetoodikast. Sellisel juhul on saadud andmestik ja järeldused robustsemad ning andmed hõlmavad rohkemaid aspekte. Hübriid meetodi miinuseks võib lugeda tasakaalupunkti leidmist mõlema metoodika vahel.

Kasutaja jälgimised või uurimised on üks parimaid meetodeid järelduste tegemiseks. Et saada täpset infot on vaja uurimus üles ehitada niimoodi, et kasutajal on päriselt ka seda infot vaja või see pakub talle huvi. See annab efekti, kus kasutaja teeb oma tegevused loomulikult. Praeguse aja uuringute probleem on selles, et uuringud viiakse läbi kontrollitud olukorras ning kasutaja infootsingu vajadused on fabritseeritud ja ei ole samastatavad päris eluga.

Uuringute probleemiks on ka indiviidi oskused ,kultuuriline taust ja kognitiivsed omadused. Kuna need on inimestel erinevad, siis on ka ühise teema puhul uuringuid raske võrrelda.

Uuringud on teinud kindlaks, et mida kogenum on indiviid WWW kasutamisel, seda paremad on ka tema oskused informatsiooni otsida. Samuti mõjutab infootsingut ka arusaamine süsteemist ja kuidas süsteem omavahel seoses on.

Indiviidi infootsingulist käitumist iseloomustab kognitiivne stiil. Uuringud näitavad erineva stiiliga indiviidid kasutavad erinevaid meetodeid info otsinguks. Lisaks ka kognitiivne võimekus, mida tähistatakse ka faktorid, mida käsitletakse intelligentsuse määramisel. Üks osa selles on ka keeleline võimekus, sest enamik infootsingute on tekstilise kujuga.

Ülesanne 2:

Arutle kirjalikult, miks just veebilehtede loomisel on oluline teada midagi inimeste mentaalsetest mudelitest?

Inimese mentaalne mudel on ettekujutus süsteemist olemasoleva käitumise või info põhjal. Inimese mentaalne mudel ei ole täielik ja täiuslik, sest igal inimesel on vastavalt oma kogemustele erinev mentaalne mudel. Kui disainer loob veebilehele disaini, siis teeb ta lihtsuse kasutades enda mentaalselt mudelit – see võib olla must tekst kollasel taustal. Kuid lehe kasutaja mentaalne mudel ütleb, et must tekst valgel taustal on parem. Veebilehe loomisel tuleks arvestada võimalikult paljude mentaalsete mudelite rahuldamisega. Kuna mentaalne mudel on eelkõige kogemustel põhinev, siis igasuguse innovatsiooni tegemine on raske. Netflixi näitel võib öelda, et kui inimene lisas DVD oma ostukorvi, siis ta eeldas, et ta peab selle seal ka kinnitama, kuid tegelikult saadeti DVD juba kasutajale. Mentaalne mudel arvas, et tegu on tavalise ostukorvi funktsionaalsusega. Et vältida probleeme, tuleb oma veebilehe sisu kommunikeerida kasutajale väga selgelt ja täpselt ning proovida aru saada võimalikult paljudest mentaalsetest mudelitest.