

Diversität in interaktiven Anwendungen

Dipl. Ing. Dorothea Erharter

Fachhochschule St. Pölten
Herzogenburgerstraße 68
A-3100 St. Pölten
dorothea.erharter@fh-
stpoelten.ac.at
www.fh-stpoelten.ac.at

Abstract

Das Regelwerk für Web Usability basiert vielfach auf Gewohnheiten (vgl. z. B. Krug, 2002). Damit werden BenutzerInnen bevorzugt, die mit dem Medium bereits Erfahrungen haben. Bedenkt man, dass nicht einmal der Großteil der »bürgerlichen Mitte« zu diesen typischen Internet-Usern zählt, wird klar, dass der Zugang zu Usability über die Gewohnheiten nur eine begrenzte

Reichweite hat. Insbesondere müssen Web-Applikationen für soziale Randgruppen, die häufig mit dem Computer kaum zu tun haben, sehr viel niederschwelliger konstruiert werden. In der Folge stelle ich einige Fragen zu diesem Bereich und versuche, Faktoren zu identifizieren, die berücksichtigt werden müssen.

Keywords

e-Inclusion, Web Usability Engineering, Utility, Digital Divide, atypische User

1.0 Der »atypische« User

Der »typische« Internet-User ist relativ wohlhabend, jüngeren bis mittleren Alters, noch immer eher männlich und lebt in der Stadt. Das sagt die Statistik (vgl. AIM I'2005). Verschiedene Programme, wie eEurope2005, verfolgen daher das Ziel, eine digitale Kluft (Digital Divide) zu vermeiden. Unter dem Begriff e-Inclusion sollen im digitalen Bereich soziale, geografische und technische Grenzen überwunden werden.

Bei Versuchen, in der Umsetzung dieser Ansprüche konkret zu werden, zeigt sich meist das Phänomen, dass Usability und Utility (Benutzerfreundlichkeit und Brauchbarkeit) bislang im Wesentlichen vom typischen Internet-User aus gedacht wurde. Die Richtlinien dafür wurden im Wesentlichen am »Normalen« und »Gewohnten« orientiert und damit eine quasi-typische Internet-Nutzung festgeschrieben. Bevölkerungsgruppen, die mit digitalen Medien bislang weniger Umgang hatten, könnte aber gerade

durch diese vorherrschenden Kriterien für »Benutzerfreundlichkeit« eine Nutzung erschwert werden.

Ob jemand sich auf einer Website zu recht findet, hängt stark davon ab, ob das mentale Modell (vgl. Manhartsberger et al., 2001), das er/sie vom inhaltlichen Gegenstand einer Website hat, mit der Struktur der Website übereinstimmt.

Usability-Kriterien gehen ja immer von Gewohnheiten der User aus, doch von welchen Usern? Hat man z. B. mit behinderten oder älteren Menschen zu tun, Menschen am Land, weniger gebildeten Menschen, dann gelten ganz andere Regeln. Gewohnheiten entwickeln sich ja im Laufe der Zeit und werden zu Konventionen. Für das Web sind sie erst teilweise etabliert.

Zum Beispiel ist die Website des österreichischen Arbeitsamtes für arbeitssuchende Menschen nicht ohne Hilfe so navigierbar, dass sie zu den Stellenausschreibungen kommen (vgl. Pollinger,

2005). Dabei haben diese Menschen durchaus einen ECDL Kurs besucht und besitzen Internet-Grundkenntnisse. (ECDL: European Computer Driving Licence – gelernt werden Standard Computer Kenntnisse, wie im Büro benötigt.)

Das scheint zunächst befremdlich, wird aber verständlich, wenn man bedenkt, dass 80% der Akademiker-Arbeitsplätze einen Computer und Internet-Zugang bieten, aber nur 20% der Arbeitsplätze für PflichtschulabsolventInnen (vgl. Pollinger, 2005).

Nicht nur sogenannte Randgruppen werden von den verfügbaren Applikationen nur peripher angesprochen. Kinder, ältere und alte Menschen, Frauen, Menschen mit diversen Behinderungen (hier wird bislang im Wesentlichen der barrierefreie Zugang diskutiert, nicht aber besondere Funktionalitäten oder darüber hinausgehende Usability-Themen), Langzeitarbeitslose, sozial ärmere Schichten, unqualifizierte Menschen, funktionale

Analphabeten, ... – die Liste derer, die möglicherweise von einer sinnstiftenden Nutzung der interaktiven Medien ausgeschlossen sind oder oft nicht berücksichtigt werden, ist lang. Betrachtet man die Statistik, stellt man fest, dass nicht einmal die »Bürgerliche Mitte« zu den typischen Internet-Usern zählt (Sinus-Milieus 2004). Nicht zuletzt gehen damit auch der Wirtschaft Chancen verloren, Menschen direkter zu erreichen bzw. Kommunikation zu ermöglichen.

2.0 Diskussion

Soll den bisher vernachlässigten Gruppen eine gewinnbringende Nutzung der interaktiven Medien zur Kommunikation oder einfach zur Erleichterung des Alltags ermöglicht werden, müsste auf mehreren Ebenen angesetzt werden:

Auf Geräte-Ebene: Der »typische« Internet-User verfügt über einen Kleincomputer oder ein Notebook. Andere Bevölkerungsgruppen wären jedoch mit interaktiven Fernseh-Applikationen oder Mobiltelefonen möglicherweise erheblich einfacher zu erreichen.

Auf Ebene der Usability: Dass ältere Menschen meist größere Schaltflächen und eine größere Schrift bevorzugen, ist bekannt. Wie sieht es aber mit weiteren Gewohnheiten aus? Mit Gewohnheiten anderer Bevölkerungsgruppen? Inwiefern sind Nutzungsgewohnheiten an kulturelles Wissen gekoppelt? Bei verschiedenen Bevölkerungsgruppen oder -schichten, bei verschiedenen Kulturen?

Auf Ebene der Utility: Welche Funktionalitäten muss eine Applikation bieten, damit sie für eine bestimmte Bevölkerungsgruppe überhaupt interessant ist?

Wie kann die Kommunikation durch ein technisches System unterstützt werden,

ohne zugleich die Kommunikation mit dem sozialen System zu vernachlässigen?

Auf Ebene der Methodik: Die bisherigen Methoden, um interaktive Applikationen an die Bedürfnisse der User anzugleichen, umfassen im Wesentlichen heuristische Evaluationen und Labor-Tests.

Erstere sind insofern problematisch, als sie sich auf Erfahrungswerte mit einer begrenzten Bevölkerungsgruppe begründen. Aber auch Thinking-Aloud-Tests finden meist im Labor statt, wodurch die tatsächliche Nutzungssituation verfremdet wird. Das verfälscht vor allem bei mobilen Anwendungen die Ergebnisse, aber auch bei Nutzungssituationen, in denen das Umfeld eine große Rolle spielt (z. B. gemeinsame Nutzung, Verunsicherung v. a. unqualifizierter Menschen durch Laborsituation, etc.).

Welche Methoden können nutzbar gemacht werden, um auch hier gute Ergebnisse zu erzielen?

3.0 Studien an der Fachhochschule St. Pölten

Im Zentrum für Nutzerzentrierte Anwendungen (UCAC) der Fachhochschule St. Pölten haben wir uns diesen Themenkomplex zur Aufgabe gemacht und arbeiten an einigen Studien in diesem Bereich (Interaktive Anwendungen für ältere Menschen bzw. Volksschulkinder, geschlechtsspezifische Wahrnehmung von Websites, Wer versteht wann welche Symbole, ...)

Die Studien waren zum Redaktionsschluss dieses Bandes noch nicht abgeschlossen, daher können hier noch keine Ergebnisse veröffentlicht werden. Aktuelle Informationen über die Studien finden Sie unter www.fh-stpoelten.ac.at/forschung/ucac/.

4.0 Referenzen

Integral: Austrian Internet Monitor (AIM, 2005): 1. Quartal 2005. Veröffentlicht unter mediaresearch.orf.at

Krug, S. (2002): Don't make me think. Web Usability. Das intuitive Web. mit-p Verlag, Bonn.

Manhartsberger, M. & Musil, S. (2001): Web Usability – Das Prinzip des Vertrauens. Galileo.

Pollinger, K. (2005): Der Digital Divide trifft viele KlientInnen der Sozialarbeit. In FACTS, Bd. 3, Böhlau.

SINUS-MILIEUS® (2004) - Mediennutzung, Interessen, Freizeitaktivitäten. Teletest / F-G, ORF-Medienforschung 2004. Veröffentlicht auf http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_sinus.htm

»Es ist erlaubt digitale und Kopien in Papierform des ganzen Papers oder Teilen davon für den persönlichen Gebrauch oder zur Verwendung in Lehrveranstaltungen zu erstellen. Der Verkauf oder gewerbliche Vertrieb ist untersagt. Rückfragen sind zu stellen an den Vorstand des GC UPA e.V. (Postfach 80 06 46, 70506 Stuttgart). Proceedings of the 3rd annual GC UPA Track Linz, September 2005 © 2005 German Chapter of the UPA e.V.«

