



# Изследване на впечатленията и очакванията на младите хора при работата с Europeana

д-р Милена Добрева

# Какво ще разкажа?

1

Контекст на изследването

2

Методика

3

Резултати

# 1. КОНТЕКСТ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

- Anneli Sundqvist (2007): “the general knowledge of user behaviour is a **mixture of common sense, presumptions and prejudices**” in a study of digitised archives.
- The Institute of Museum and Library Services: “The most frequently-used **needs assessment methods do not directly involve the users**” (2003).
- Michael Khoo et al.: “In the case of digital library researchers, the focus of research is often on **technical issues** (e.g., information retrieval methods, software architecture, etc.) rather than on user-centered issues. When these researchers turn to user based evaluations, they therefore often lack the necessary expertise to develop robust Human Computer Interaction (HCI) experiments, and their goals are typically limited to “**proof of concept**” tests, rather than prescribing user motivations or cognitive impacts.” (2009)

# Методи за изследване на потребителите

- С тяхно пряко участие
  - Количествени методи
    - Въпросници
    - Експериментални методи (media labs, изследване на поведението при търсене на информация)
  - Качествени методи
    - Целеви групи
    - Полу-структурирани интервюта
    - Потребителски съвети/панели
  - Смесени
    - Дневници
- Методи, използващи индиректно наблюдение
  - Анализ на логове
- Типични представители (Personae)

# “Google generation”

**Хоризонтално информационно търсене.**

(преглеждат се 1-2 страници и се преминава в друг сайт; обикновено без намерения за връщане).

**Навигация.** Повечето време отива за нея.

**Бърз преглед.** 4 мин. на електронна книга,  
8 мин. на електронно списание.

**Складиране (squirreling behaviour).** Записване на много материали, но няма яснота какво наистина се прочита и какво само се съхранява.

**Различни начини на търсене.** Няма универсални добри решения.

**Проверка.** Авторитетността и степента на доверие се преценяват за броени секунди.

## 2. Изследване чрез целеви групи на Europeana

- Защо?
  - Europeana.eu цели да привлече младите хора
    - Обучение / личен опит
  - Техните информационни нужди и очаквания са много динамични
    - Google generation / digital natives
  - Количествен анализ чрез уеб въпросник през април 2009 г.
  - **Качествен анализ на поведението на младите хора и на масовите потребители.**

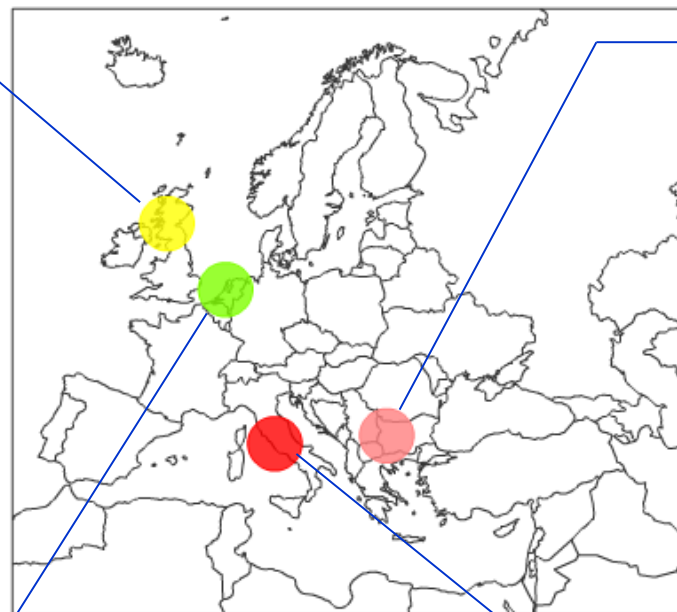
• Кога? Октомври 2009 – януари 2010

• Кой?

CDLR (координатор), Università degli studi di Macerata, Glasgow  
Caledonian University

Екип: Милена Добрева (ръководител), Emma McCulloch, Duncan Birrell,  
Pierluigi Feliciati, Ian Ruthven, Jonathan Sykes, Yurdagül Ünal

# Обхват



1 група  
масови  
потребители,  
media labs

24 души

2 групи,  
ученици

22 души

2 групи,  
ученици

23 души

1 група,  
студенти

20 души

# Предизвикателства



- 2 типа потребители
- 4 участващи страни
- 2 метода – целеви групи и media labs
- *Каква методика позволява събирането на множество разнообразни мнения?*
- *Може ли качествените характеристики в изследването да се подкрепят с количествени данни (evidence-based approach)?*



# Два вида очаквания



# Сценарий

- Въведение (кратко обяснение, формуляри за съгласие)
- Предварителен въпросник
- Кратко въведение (Europeana)
- Първа дискусия (начални впечатления)
- Задача: виртуален портрет на града
- Втора дискусия (трайни впечатления)
- Заключителен въпросник

# Качествено изследване, но “подплатено” и с количествени данни

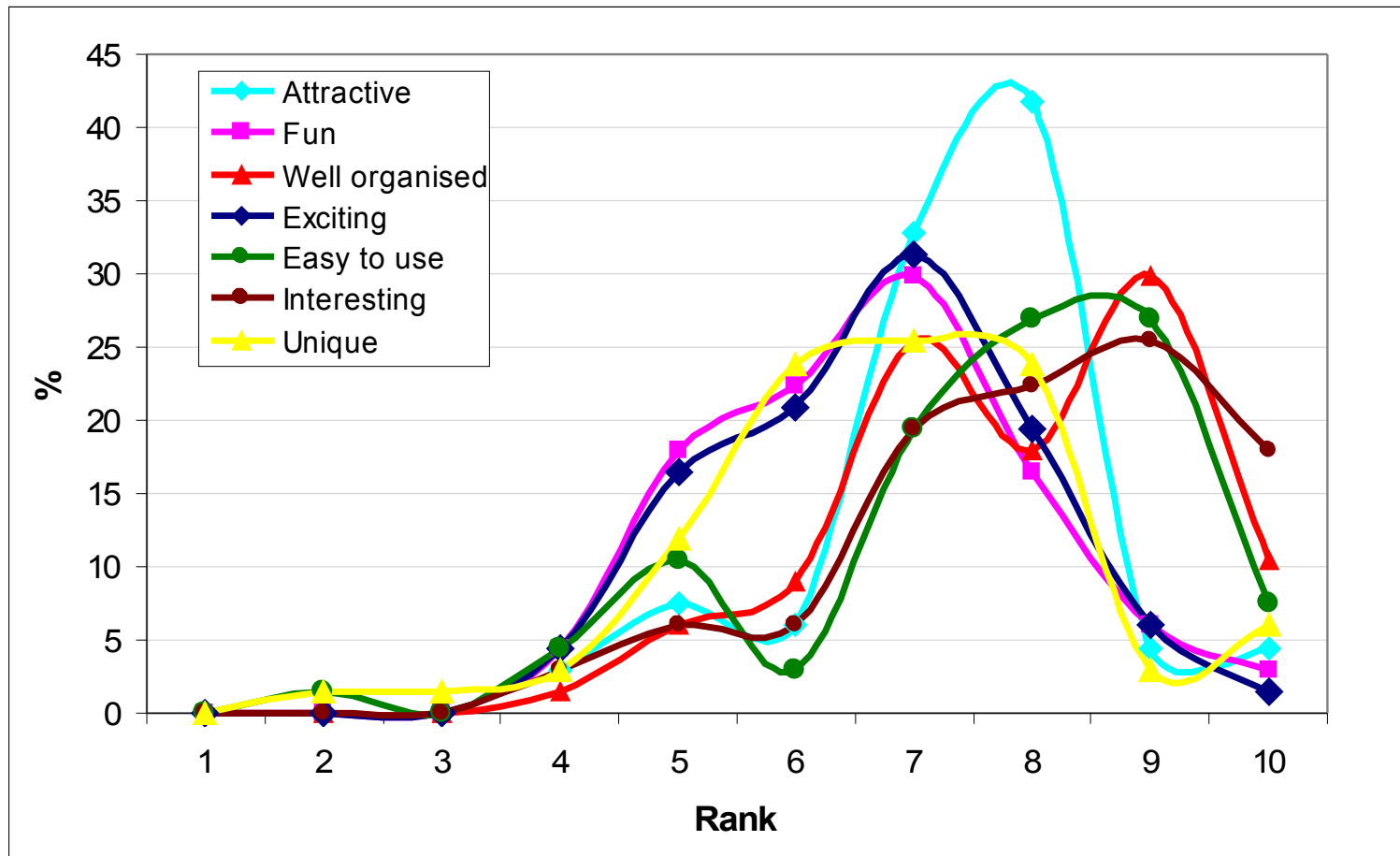
- Въпросници
  - Начални нагласи и нагласи след задачата
- Наблюдения върху търсенията
  - Как и какво се търси
- Анализ на презентациите
  - Какви обекти са намерени?
  - Повтаряемост/разнообразие.
  - Какъв тип обекти е затруднил участниците?
- Проследяване на погледа
  - Какво привлича вниманието и какво затруднява?

# Иллюстрация...

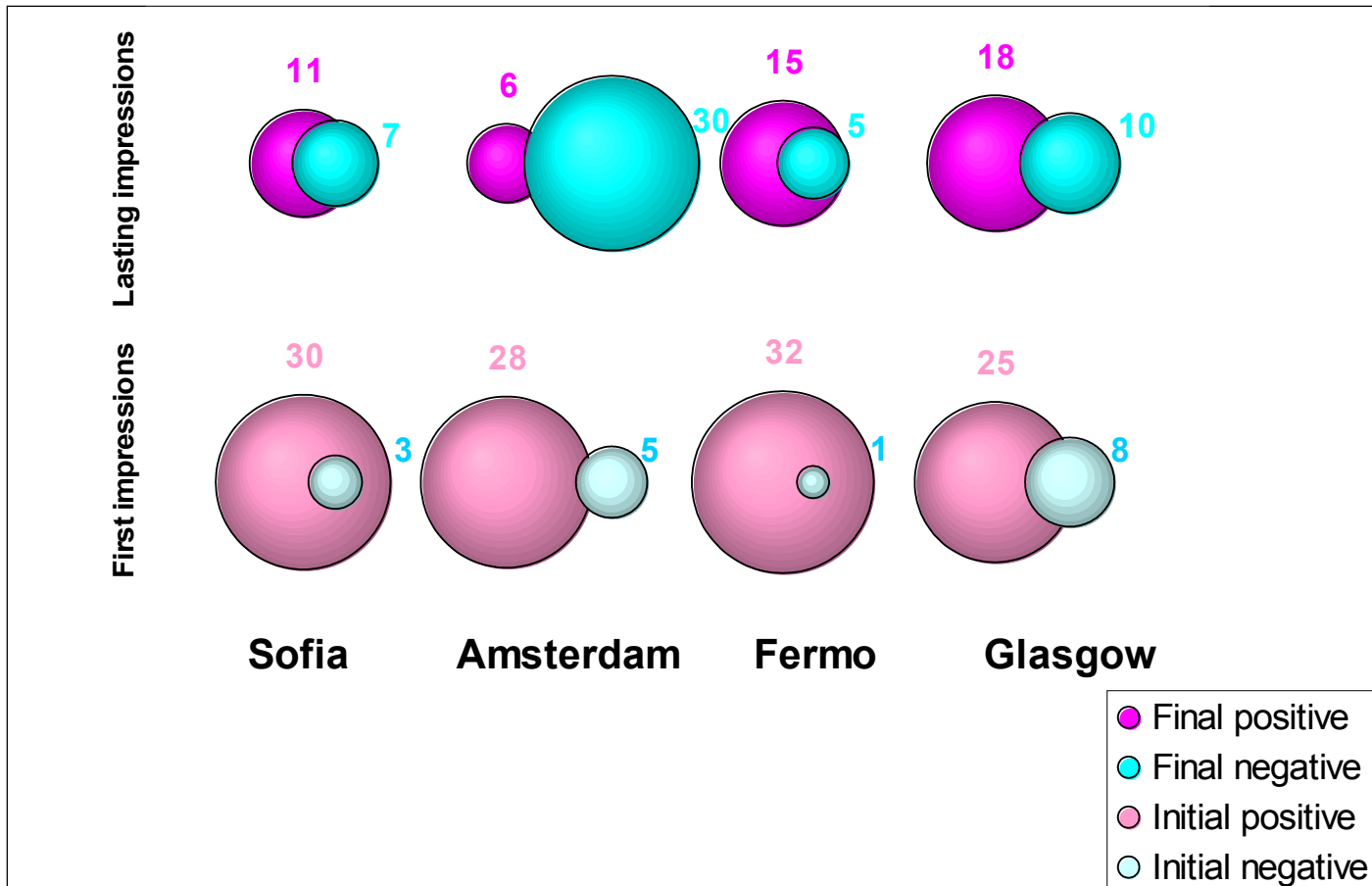


# Резултати

1. Euroreana не е позната на повечето участници, началните им впечатления са позитивни



# Промяна в нагласата

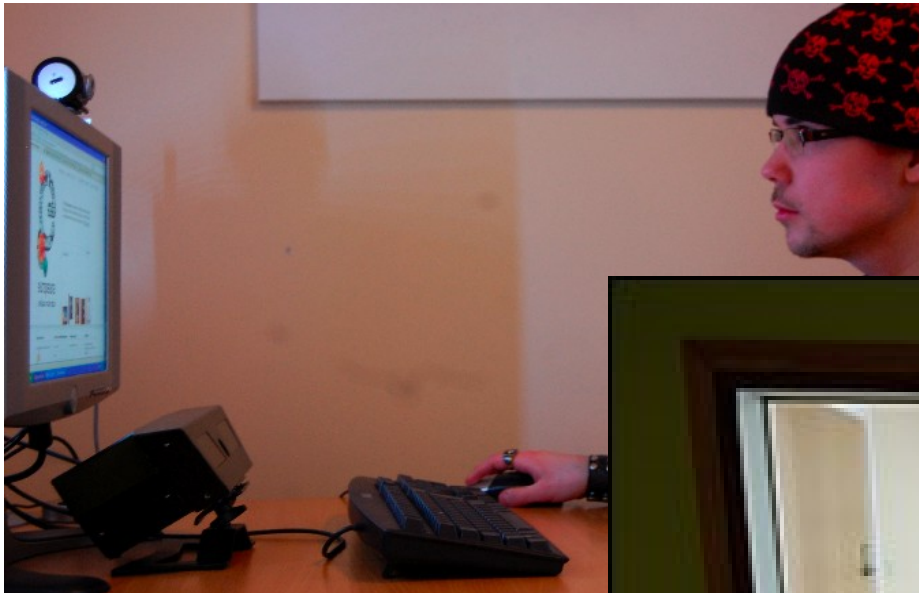


# Нагласи след задачата

- 75% от обикновените потребители и 50% от младите смятат, че Europeana ще им бъде полезна.
- Обратна връзка за това какво може да се промени:
  - Съдържание.
  - Функционалност и лекота на използване.
  - Навигация.

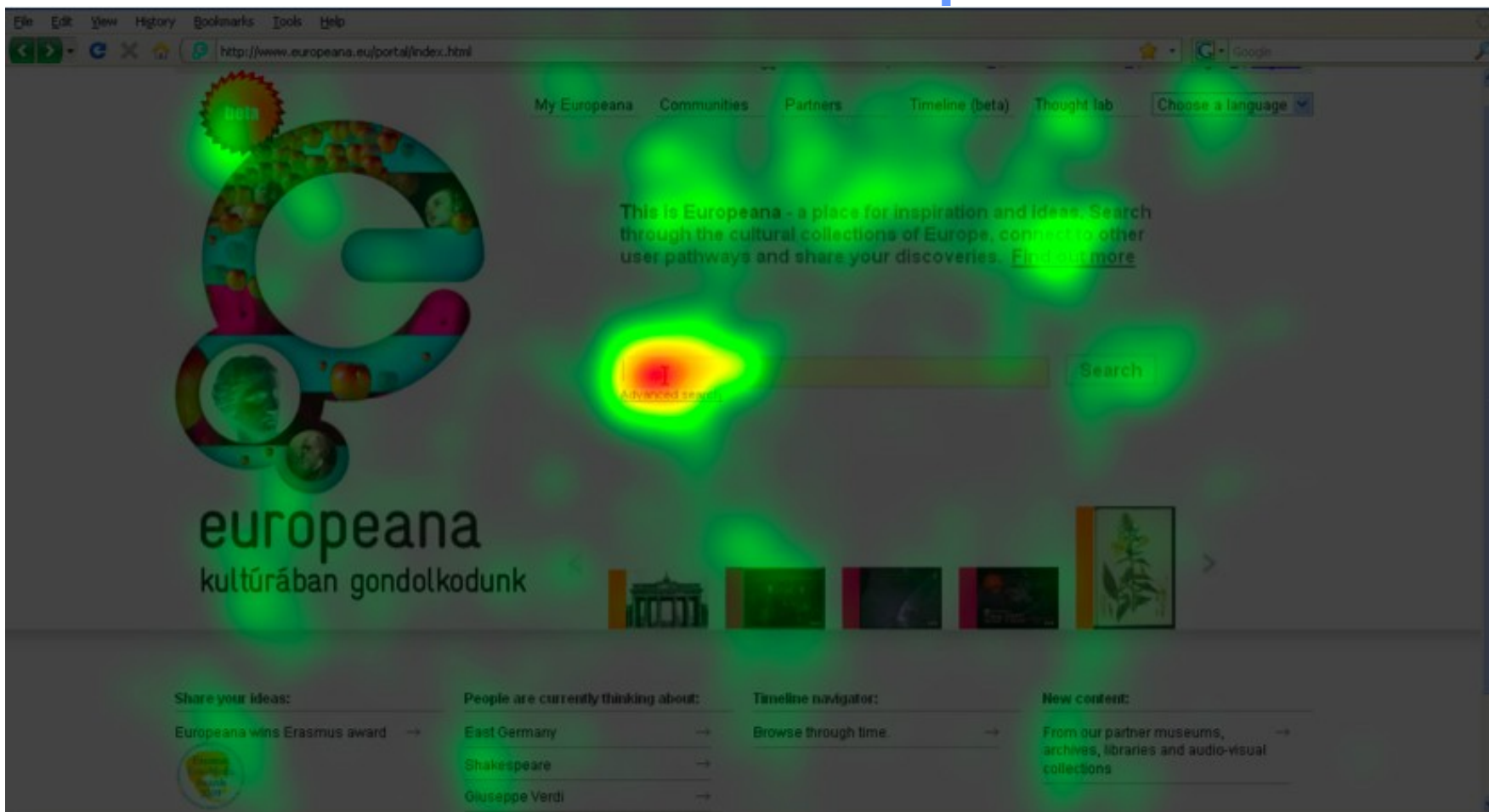
# Media Labs

- 12 индивидуални сесии



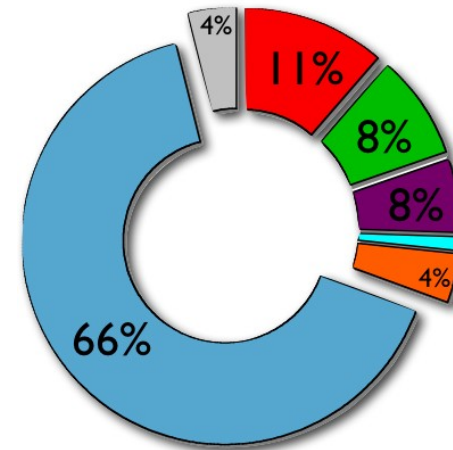
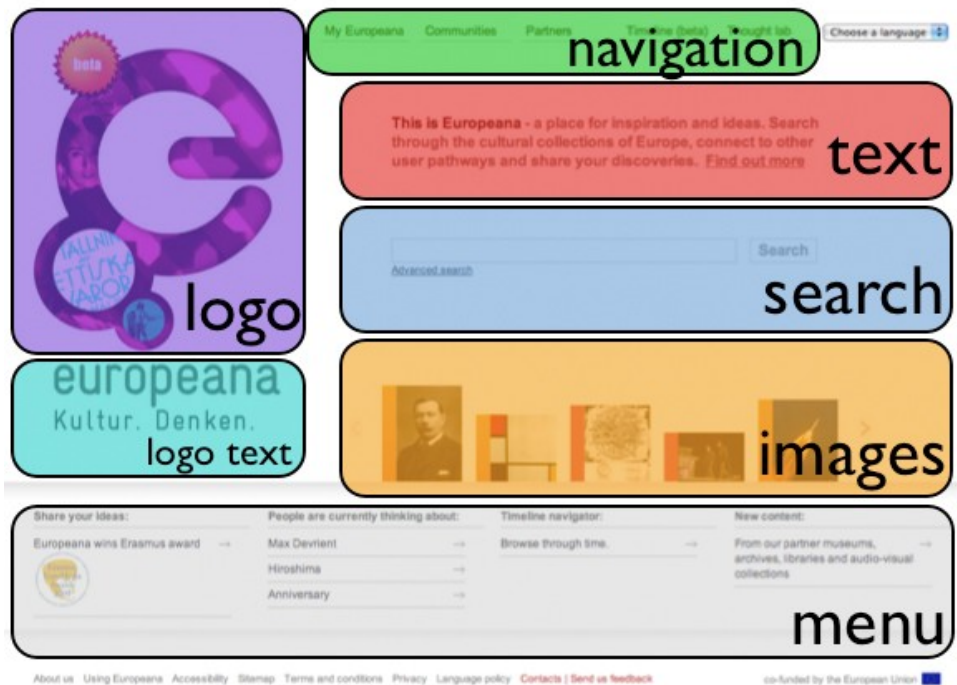


# “Топлини карти”



# Начален екран

## Области на интерес



Процентно разпределение на насочването на поглед към отделните области

# Проследяване на погледа



Europeana - Homepage - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

http://www.europeana.eu/portal/index.html

Logged in as: test81 | Saved items: 0 | Saved searches: 0 | Saved tags: 0 | Log out

My Europeana Communities Partners Timeline (beta) Thought lab Choose a language

**beta**

This is Europeana - a place for inspiration and ideas. Search through the cultural collections of Europe, connect to other user pathways and share your discoveries. [Find out more](#)

Advanced search Search

Share your ideas: Europeana wins Erasmus award →

People are currently thinking about: Anniversary → East Germany →

Timeline navigator: Browse through time. →

New content: From our partner museums, archives, libraries and audio-visual collections →

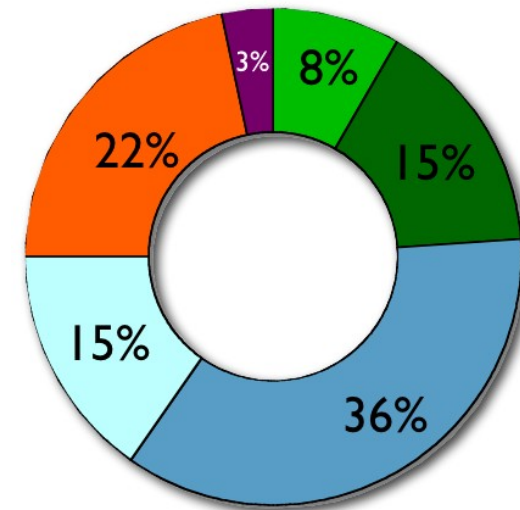
Done

start Europeana - Homepa... Microsoft PowerPoint ... Tracking by Tobii

STUDY: europeana. STIMULUS: screenstimulus. RECORDING: test80151209. FRAME: FirstView.png. TIME SEGMENT: Only include fixations inside interval [0,3390] ms.

# Екран с резултати

## Области на интерес



Процентно разпределение на насочването на поглед към отделните области

# Някои общи наблюдения

- Ограничено изследване на разширено търсене, въпреки че младите хора оценяват високо своите умения в тази област.
- Затруднения с реалното използване на аудио и видео материали.
- Групите разбират, че става дума за проект в развитие.

# Наблюдения, свързани със съдържанието

- Потребителите очакват повече текстове.
- Аудиовизуалното съдържание не е достатъчно.
- Липсват съвременни материали.
- Учениците очакват да могат да си записват дигиталните обекти и да добавят свои.
- Предположение, че цялото съдържание е достъпно.
- Качеството на метаданните.
- Нужен е превод на резултатите на чужди езици.
- Класификация на съдържанието би помогнала.
- Времева линия се харесва, но не дава достатъчно детайли за показваните обекти; облакът с дати понякога е причина за объркване.
- Все още се случва да има връзки, които не работят.

# Наблюдения, свързани с функционалността и лекотата на използване

- Смесени реакции.
- Използваните критерии за приоритизация при подредбата на резултатите трябва да са ясни.
- Резултатите от търсенето трябва да могат да се използват за по-детайлизирано търсене.
- Очаква се по-висока точност при резултатите.
- Използването на обекти, описани на езици освен родния и английски, е проблем, особено за учениците.
- Повече помощни менюта, FAQ, услуги от типа 'ask the expert'
- По-разнообразни начини за навигация, вкл. визуализации, използващи географски карти.
- Учениците искат интерфейсът да може да се персонализира
- Повече връзки между обектите.
- Възможност за връщане назад към предишно търсене.

# Наблюдения, свързани с навигацията

- Важността на търсенето на началната страница се потвърждава от данните от media labs. Това е най-продължително фиксираната с поглед част от интерфейса. Потребителите четат само първия ред на краткия обяснителен текст на началната страница.
- Горните и долни навигационни ленти не се използват интензивно.
- Търсенето и детайлизирането му са най-активно ползваните области в страницата с резултати. Навигационните ленти не се ползват активно и тук.



# Вместо заключение...

*“If you manage to put most of the **European Museums** on this space it will be one of the most successful in the world – it will be a **DREAM** place.”*

*“This could be a sort of **cultural Google** for anyone to look at.”*

*“The thing about Wikipedia is its ease of use but it’s completely illegitimate to use as a resource because it’s completely inaccurate. So if you could get this to work as easily but to be **a legitimate source that takes you to places that are institutions that would be great.** A really useful function that would be a great addition to academic resources online.”*

# ИЗТОЧНИЦИ

- Google generation (2008)  
<http://www.jisc.ac.uk/whatwedo/programmes/resourcediscovery/googlegeneration>  
(Вж. отчетите на тема Information behaviour of the researcher of the future)
- IMLS (2003). *Assessment of End-User Needs in IMLS-Funded Digitization Projects*, 41 pp. <http://www.imls.gov/pdf/userneedsassessment.pdf>
- Khoo, M., G. Buchanan, S.J. Cunningham, Lightweight user-friendly evaluation knowledge for digital libraries, *D-Lib Magazine*, July/August 2009,  
<http://www.dlib.org/dlib/july09/khoo/07khoo.html>
- Sundqvist, A. (2007). The use of records – a literature review. *Archives & Social Studies: A Journal of Interdisciplinary Research*, 1(1), 623-653.