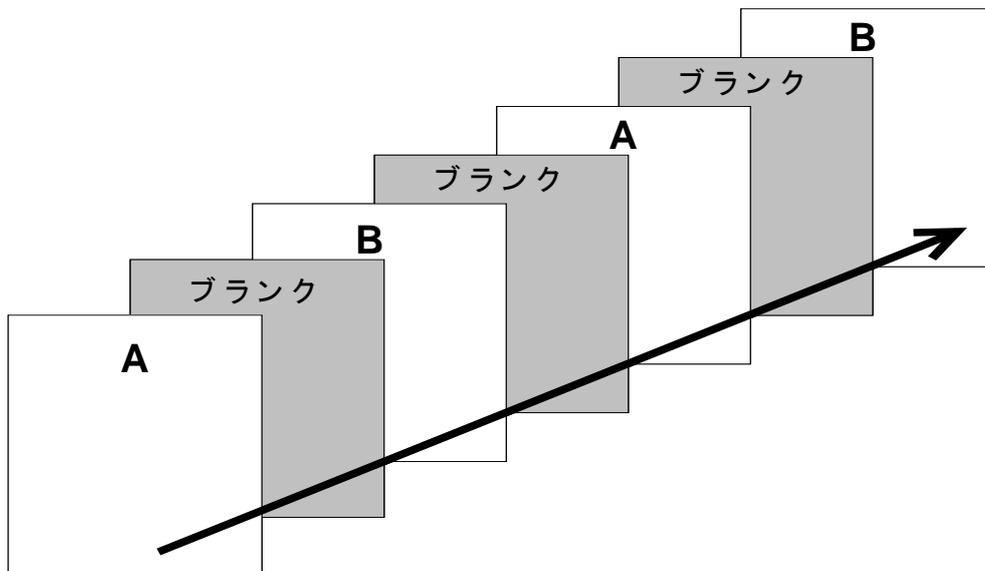


Web ページにおける注意の空間特性
-変化の見落とし実験による検討-

小林由佳

メディアとしてのWebの特長は、例えば新聞サイトでは新しいニュースの更新が分単位で行われるなど、情報提供がスピーディであることである。このような特長を活かすには、情報を探しやすくするため、適切な場所に適切な情報が置かれていなければならない。そのため情報提供者はこれまでにサイト構造のノウハウを蓄積してきた。このノウハウはユーザがどのようにサイトを利用しているかを予測して作られているが、最近のウェブユーザビリティの研究において、情報提供者の予測と実際のユーザの利用法には非常に大きな違いがあるとわかってきた。そこで本研究では、ユーザがWebサイトを使用するにあたり、どこに注意を向けているのか、という点について調べた。

ユーザの注意の測定法として、変化の見落としという心理学的現象を用いた。変化の見落としとは、実際には視覚的に十分認知可能と思われる物理的变化を与えているにもかかわらず、被験者はそれをなかなか検出できない、という現象である。例えば今回実験の基にしたフリッカー法では、画像Aと、それを一部変化させた画像Bを、間にグレーのブランクを挟んで交互に表示している。



フリッカー法

ブランクによって運動信号が無効になると大きな変化であっても被験者はそれに気づかないが、一度その部分に注意を向けると、すぐに変化に気づく。つまり、変化に気づいた部分は注意が向けられた場所、ということになる。

本研究では、サイトを構成する要素をサイト ID、セクション、メインコンテンツ、サブコンテンツ、ユーティリティの5箇所に分け、それぞれの部分について変化検出にかかる時間を測定、比較した。



変化の部分のうち、他のどの部分と比較しても最も注意を向けられているのはセクションであった。注意が向けられた理由として、変化の面積が大きいという可能性が考えられる。しかし、変化部分の面積の影響を排除しても、セクションがその他の部分に対して発見に要する時間が有意に短かったことから、面積とは別の要因があり、セクションに注意が引きつけられたと推測できる。

実験後、どこに注意を向けたかという被験者の主観による報告を求めたところ、最初に注意を向けたのはサイト ID であるという報告が全試行の半数近くあった。変化検出時間と内観報告の結果に差が見られたのは、最初にトップページが表示された時、被験者はまずサイト ID でサイト名を確認するが、画像を切り替える前に注意を他の場所に向けてしまうためではないかと考えられる。

以上の結果から、ユーザはメインコンテンツよりもセクションに注意をひきつけられることがわかった。内観報告と合わせて考えると、被験者が注意を向けた順番はサイト ID、セクションの順であると推測できる。主要なコンテンツへのリンク集であるセクションに注意を向けることは、サイト内の下の階層に移動することにつながる。つまり、トップページにある情報よりもさらに詳しい情報を求めて移動しようとするため、ユーザはトップページのメインコンテンツにはそれほど注意を向けない傾向があるのではないだろうか。情報提供者が期待するように、メインコンテンツにユーザの注意を引きつけるためには、派手な色使いを用いるなどサイト構造によらない工夫が必要だと考えられる。