

Zusammenfassung

Die Methode des Lauten Denkens (Think Aloud) kommt bei einer Vielzahl von Nutzertests in der Mensch-Computer-Interaktion (HCI) zum Einsatz um das Nutzererleben (UX) zu untersuchen und zu bewerten. Als qualitatives Verfahren birgt es den Nachteil, dass die Auswertung der gesammelten Daten sehr aufwendig ist und somit häufig durch Fragebögen ergänzt wird. Das Ziel dieser Arbeit ist es, den Zusammenhang zwischen den Stimmparametern, die während des Lauten Denkens bei einem Nutzertest aufgenommen wurden, und dem emotionalen Nutzererleben zu untersuchen, um zu prüfen, ob die Methode des Lauten Denkens durch die statistische Auswertung der Stimmparameter quantitativ ergänzt werden kann. Dazu wurde ein Experiment durchgeführt, bei dem Probanden Aufgaben auf einer Webseite mit hoher oder niedriger Usability zu lösen hatten, während ihre Stimme beim Lauten Denken aufgenommen wurde. Obwohl anhand von zusätzlicher aufgenommener Fragebögen eine subjektiv unterschiedliche Wahrnehmung bezüglich der zwei Webseiten zwischen beiden Gruppen festgestellt wurde, konnten die Hypothesen dieser Arbeit durch die Ergebnisse kaum gestützt werden. Bis auf wenige Ausnahmen konnte keine Verbindung der Stimmparameter zum Nutzererleben bestimmt werden. Das gefundene Ergebnis widerspricht dem Befund eines analogen vorangegangenen Versuches, so dass in dieser Arbeit mögliche Erklärungen für diese Diskrepanz gesucht werden musste.