

КОЧЕГАРОВОЙ Анастасии Владимировны

на тему

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА
В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ**

Характеризуя предлагаемую к защите выпускную квалификационную работу в целом, прежде всего следует обратить внимание на высокую актуальность избранной автором ВКР темы. Дискуссии о форматных и жанровых характеристиках современных мультимедийных публикаций усиливаются с каждым годом, достаточно много работ посвящается сегодня процессам жанрового синтеза в сетевых медиапродуктах. Однако большинство исследований сосредоточены на технологических и композиционных аспектах мультимедийных статей и лонгридов, и практически ничего не исследуется в области воздействия новых жанровых форм на аудиторию, т.е. аудиторные факторы их функционирования в интернет.

В первой главе «Формирование пользовательского опыта в мультимедиа коммуникации» подробно рассматриваются интерактивный потенциал мультимедийных публикаций, особенности их функционирования в новых медиа, а также подходы к определению категории пользовательского опыта. Автор диплома привлекает к разработке теоретической базы достаточно широкий комплекс теорий и идей, связанный с мультимедийной коммуникацией, графическим дизайном и проектированием пользовательского интерфейса. В параграфе 1.2 «Роль эстетики в формировании пользовательского опыта» автор представляет анализ достаточно сложной междисциплинарной области исследования, построенной на взаимодействии эстетического восприятия и опыта интерактивности. По результатам аналитического обзора автор формулирует критерии оценки эстетического опыта в дизайне интерактивных публикаций, которые станут основой эмпирического исследования. Гипотеза, которая формируется в ходе теоретического обзора, связана с воздействием эстетических достоинств медиапродукта на оценку его интерактивного потенциала – чем выше эстетическая привлекательность в глазах аудитории, тем выше оценивается ею удобство взаимодействия с продуктом.

Материал первой главы, безусловно, относится к сильным сторонам ВКР. Стоит отметить способность автора грамотно выстраивать научную аргументацию при обосновании своего подхода и формулировать четкие, релевантные критерии для методологии эмпирического анализа. Важно и то, что для разработки теоретической базы привлекается масса источников на иностранном языке, ибо на русском они попросту отсутствуют. Фактически данная глава является введением в область зарубежных междисциплинарных визуальных исследований.

Во второй главе - «Влияние эстетики на пользовательский опыт в дизайне рекламных публикаций российских онлайн-СМИ» - выдвинутая гипотеза подвергается эмпирической проверке. Применяв эстетические критерии к анализу макетов мультимедийных публикаций «Медузы», ТАСС, «Ленты», «Коммерсанта» и РБК, автор сопоставляет результаты анализа по критериям с результатами социологического

анкетирования, основанными на опроснике VisAWI (Short Visual Aesthetics of Websites Inventory). С эстетической оценкой сравниваются такие впечатления от взаимодействия с медиапроектом, как воспринимаемая простота использования, воспринимаемая полезность и воспринимаемая удовлетворённость.

В целом автор ВКР уверенно применяет статистические методы анализа эмпирического материала, обоснованно выстраивает аргументацию исследования. В обобщении наблюдений и формулировке закономерностей демонстрирует достаточную степень объективности и научной точности.

Однако к предлагаемой диссертации есть некоторые замечания.

В первую очередь возникает вопрос к полноте реализации цели исследования. Во введении цель заявлена как выявление «эффективных способов формирования пользовательского опыта посредством дизайна в мультимедийных публикациях СМИ». Это обязывает к выделению определенной типологии в дизайнерских решениях, отличающихся наивысшей эффективностью воздействия на опыт пользователя. По идее итогом работы могла бы стать даже система рекомендаций по проектированию интерактивных статей. Однако выводы исследования ограничиваются только анализом причин и факторов воздействия дизайна интерактивных публикаций на восприятие аудитории.

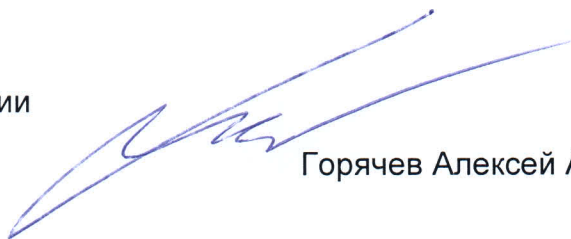
Во-вторых, в описании методики эксперимента отсутствует информация о структуре заданий, которые служили основой для диагностики опыта взаимодействия. На восприятие интерактивного потенциала сайта решающее значение оказывает когнитивная нагрузка его интерфейса, и у нас нет данных о сложности задач, которые были предложены тестируемому. Поэтому мы не можем быть до конца уверены в валидности методики.

Отмеченные недостатки не подвергают сомнению ценность исследовательской работы, проделанной автором. В целом можно говорить о полном раскрытии темы исследования и реализации поставленных задач.

Предлагаемое исследование соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам по направлению "Журналистика" и заслуживает положительной оценки.

Рецензент:

Кандидат филологических наук,
Ст. пр. кафедры речевой коммуникации
ВШЖМК СПбГУ



Горячев Алексей Александрович