



Marc Doerfer (Autor)

Ergonomiefaktoren auditiver Benutzerschnittstellen

Eine empirische Analyse am Beispiel von Sprachportalen



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/8327>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen, Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: <https://cuvillier.de>

I. Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----|
| I. Inhaltsverzeichnis..... | I |
| II. Abbildungsverzeichnis..... | V |
| III. Tabellenverzeichnis..... | VII |
| IV. Abkürzungsverzeichnis..... | X |
| 1. Einleitender Teil..... | 1 |
| 1.1 Einführende Beschreibung..... | 1 |
| 1.2 Motivation und Zielstellungen der Arbeit..... | 8 |
| 1.2.1 Motivation..... | 8 |
| 1.2.2 Zielstellungen..... | 14 |
| 1.3 Methodischer Ansatz und Aufbau der Arbeit..... | 21 |
| 1.3.1 Methodischer Ansatz..... | 21 |
| 1.3.2 Struktureller Aufbau..... | 25 |
| 1.3.2.1 Einleitende Beschreibungen..... | 26 |
| 1.3.2.2 Inhalte des theoretischen Teils..... | 28 |
| 1.3.2.3 Aufbau der empirischen Analysen..... | 29 |
| 1.3.2.4 Gegenstand der Diskussion..... | 29 |
| 1.4 Abgrenzung des Untersuchungsobjekts..... | 30 |
| 1.4.1 Definitionen und Stand der Forschung..... | 31 |
| 1.4.2 Einsatzgebiete der Sprachtechnologie..... | 39 |
| 1.4.2.1 Call Center als Einsatzgebiet von Sprachdialogsystemen..... | 44 |
| 1.4.2.2 Aufbau von Sprachdialogsystemen in Call Centern..... | 52 |
| 1.4.2.3 Ausprägungen von Sprachdialogsystemen..... | 52 |
| 1.4.2.4 Systemtechnische Spezifika von Sprachdialogsystemen..... | 59 |
| 1.4.2.5 Technisch-prozessuale Rahmenbedingungen..... | 61 |
| 1.4.3 Abgrenzung relevanter Stimuli aus technischer Sicht..... | 86 |
| 2. Theoretischer Teil..... | 90 |
| 2.1 Menschliche Aspekte..... | 92 |
| 2.1.1 Aspekte der Sprachproduktion..... | 96 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 2.1.2 | Die Rezeption von Sprache..... | 103 |
| 2.1.2.1 | Kognitive Sprachverarbeitung..... | 109 |
| 2.1.2.2 | Das Sprachverstehen..... | 112 |
| 2.1.3 | Sprache und menschliches Verhalten | 117 |
| 2.2 | Maschinelle Aspekte (Künstliche Intelligenz) | 125 |
| 2.2.1 | Maschinelle Sprachausgabe | 126 |
| 2.2.2 | Maschinelle Spracheingabe | 137 |
| 2.2.3 | Maschinelles Verhalten..... | 145 |
| 2.3 | Applikationsbezogene Einflüsse | 154 |
| 2.3.1 | Ergonomie im Allgemeinen | 155 |
| 2.3.2 | Ergonomische Spezifika auditiver Benutzerschnittstellen | 157 |
| 2.3.3 | Das Nutzerverhalten..... | 169 |
| 2.3.3.1 | Akzeptanz als Prämisse für die Gebrauchsentscheidung | 174 |
| 2.3.3.2 | Einflussgrößen auf die Akzeptanz von Sprachportalen..... | 175 |
| 2.3.3.3 | Abgrenzung verwandter Konstrukte..... | 183 |
| 2.4 | Zusammenfassung der theoretischen Grundlagen..... | 186 |
| 2.5 | Konzeptualisierung der Variablen..... | 189 |
| 2.5.1 | Unabhängige Variablen..... | 190 |
| 2.5.1.1 | Variation der Darbietungsanzahl | 190 |
| 2.5.1.2 | Variation der Darbietungskomplexität | 193 |
| 2.5.1.3 | Variation der Darbietungsstruktur | 198 |
| 2.5.1.4 | Bewertete Nutzererfahrung..... | 202 |
| 2.5.2 | Abhängige Variablen | 203 |
| 2.5.2.1 | Behaltensleistung | 204 |
| 2.5.2.2 | Emotionaler Zustand..... | 205 |
| 2.5.2.3 | Adaption abh. Variablen aus der Akzeptanzforschung | 206 |
| 2.5.2.4 | Weitere Variablen..... | 225 |
| 2.6 | Ableitung von Hypothesen..... | 226 |
| 3. | Empirischer Teil..... | 249 |
| 3.1 | Forschungsmethodik | 249 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 3.2 | Operationalisierung der Variablen | 260 |
| 3.2.1 | Operationalisierung unabhängiger Variablen | 264 |
| 3.2.2 | Eliminierung und Kontrolle von Drittvariablen..... | 279 |
| 3.2.3 | Operationalisierung abhängiger Variablen | 295 |
| 3.3 | Grundgesamtheit und Stichprobe | 327 |
| 3.3.1 | Die Grundgesamtheit | 328 |
| 3.3.2 | Die Stichprobe..... | 330 |
| 3.4 | Ablauf der Untersuchung | 341 |
| 3.5 | Material und Methoden | 344 |
| 3.6 | Darstellung der Ergebnisse zu den Haupthypothesen | 354 |
| 3.6.1 | Prozentualer Anteil korrekt wiedergegebener Items | 354 |
| 3.6.2 | Prozentualer Anteil falsch wiedergegebener Items | 358 |
| 3.6.3 | Prozentualer Anteil nicht wiedergegebener Items | 364 |
| 3.6.4 | Emotionaler Zustand..... | 370 |
| 3.6.5 | Nutzerzufriedenheit..... | 373 |
| 3.6.6 | Subjektiv wahrgenommene Nützlichkeit..... | 376 |
| 3.6.7 | Subjektiv wahrgenommene Nutzerfreundlichkeit | 379 |
| 3.6.8 | Einstellungsakzeptanz..... | 384 |
| 3.6.9 | Einfluss der Nutzererfahrung | 389 |
| 3.7 | Darstellung der Ergebnisse zu den Nebenhypothesen | 394 |
| 3.7.1 | Primacy-/Recency- und Wortlängeneffekt | 395 |
| 3.7.2 | Wahrnehmung der Musikuntermalung | 400 |
| 3.7.3 | Effekte auf die potenzielle Kundenorientierung..... | 408 |
| 3.7.4 | Effekte auf die potenzielle Kaufbereitschaft..... | 412 |
| 4. | Diskussion..... | 415 |
| 4.1 | Interpretation der Hauptergebnisse | 416 |
| 4.2 | Interpretation weiterer Befunde..... | 447 |
| 4.3 | Implikationen auf die Praxis..... | 461 |

| | |
|--|------|
| V. Anhang | XIV |
| Anhang 1: Akzeptanzmodelle..... | XIV |
| Anhang 2: Grafische Darstellungen der Audiofile-Spezifikationen..... | XVII |
| Anhang 3: Fragebogen | XXI |
| Anhang 4: Übersicht der Operationalisierung abhängiger Variablen | XXIX |
| Anhang 5: Stat. Hypothesen/Hypothesenprüfung | XXXI |
| Anhang 6: Q-Q-Plots und Streudiagramme..... | XLI |
| VI. Literaturverzeichnis..... | LXVI |