

A szem a lélek (és a UX) tükre? - A pupillaméret mint az érzelmi reakciók indikátora a felhasználói élmény kutatásban

The eyes are the window of the soul (and the UX)? - Pupil size as an indicator of emotional response in user experience research

LÁZÁR ERIKA

Adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

lazar.erika@ktk.pte.hu

VARGA RENÁTA TÍMEA

Hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

varga.renata@ktk.pte.hu

NÉMETH PÉTER

Adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

nemeth.peter@ktk.pte.hu

SZÜCS KRISZTIÁN

Egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

szucsk@ktk.pte.hu

Hivatkozás

Lázár Erika, Varga Renáta Tímea, Németh Péter, Szűcs Krisztián (2026), A szem a lélek (és a UX) tükre? - A pupillaméret mint az érzelmi reakciók indikátora a felhasználói élmény kutatásban. In: Szalkai Zsuzsanna – Bíró-Szigeti Szilvia – Iványi Tamás – Kelemen-Erdős Anikó (szerk.): Tudományágak kaleidoszkópja – a marketing, mint transzdiszciplináris terület – Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXXI. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar: Budapest. ISBN 978-615-112-035-4, pp. 28–29. DOI: 10.62561/EMOK-2025

Absztrakt

Az érzelmek objektív, fiziológiai alapú mérése egyre fontosabbá válik a felhasználói élmény (UX) kutatásában, hiszen a pozitív és negatív élmények alapvetően befolyásolják a digitális termékek használatát. Ehhez illeszkedve jelen tanulmány a pupillaméret-változás vizsgálatának alkalmazhatóságát tárgyalja a felhasználói élmény-kutatások területén. Bár intenzív érdeklődés mutatkozik már közgazdaságtani területeken is a pupillaméret vizsgálatára, kevés kutatás fókuszál a jelenség és a felhasználói frusztráció kapcsolatára, ami releváns kutatási rést jelez. Az előzetes kvalitatív pilotvizsgálat (n=10) igazolta, hogy a pupilla átmérője, mint mutató alkalmas a felhasználói frusztráció vagy érdeklődés detektálására mobilapp környezetben, amit további kutatások megvalósítását teszi szükségessé. A szakirodalom mellett az előzetes kutatási eredmények is megerősítik a pupillaméret vizsgálatának relevanciáját a felhasználói élmény vizsgálatában, ami további empirikus kutatások tesz szükségessé.

Kulcsszavak: pupilla átmérő, szemkamera, érzelmek, mobil felhasználói élmény

Abstract

The objective measurement of emotions based on physiological responses is becoming increasingly critical in the field of user experience (UX) research. This is due to the fundamental influence that positive and negative experiences have on the utilisation of digital products. Aligning with this, the present study examines the applicability of pupil size variation in UX research. While pupil size analysis has garnered intense interest in economic fields, few studies focus on its relationship with user frustration, highlighting a significant research gap. A preliminary qualitative pilot study (n=10) confirmed that pupil diameter, as a metric, is suitable for detecting user frustration or interest in mobile application environments, warranting further investigation. In addition to the extant literature, preliminary research findings also confirm the relevance of pupil size testing in the study of user experience, which calls for further empirical research.

Keywords: pupil diameter, eye-tracking, emotions, user experience