

Użyteczność w projektowaniu witryn internetowych na urządzenia desktopowe i mobilne

Streszczenie

Referat porusza zagadnienia dotyczące projektowania witryn internetowych zgodnych z zasadami użyteczności. Masowy dostęp do Internetu, coraz więcej kanałów komunikacji oraz szybki rozwój technologii mobilnych sprawiają, że przed twórcami witryn i aplikacji internetowych pojawiają się nowe wyzwania. Zapewnienie odbiorcom prostych, czytelnych, a zarazem funkcjonalnych interfejsów zapewniających wysoką użyteczność zarówno na ekranach monitorów, jak i na tabletach oraz telefonach, staje się biznesowym być albo nie być firmy.

Słowa kluczowe: witryny internetowe, Internet mobilny, użyteczność, Web-usability, user experience.

Internet oraz sieć mobilna to obecnie jeden z najważniejszych kanałów komunikacji między klientem a firmą. Klienci poszukujący produktów, poszukują ich poprzez Internet. Aby znaleźć adres firmy, sprawdzają go w Internecie. Coraz więcej osób przedkłada zakupy internetowe nad zakupy w tradycyjnym sklepie. Nie jest więc zaskakujące, że firmy coraz większą wagę przywiązują do internetowych kontaktów z klientem oraz kładą coraz większy nacisk na *user experience*, a co za tym idzie także na użyteczność aplikacji i witryn internetowych. To właśnie te czynniki wpływają na wizerunek marki oraz przywiązanie klientów do produktów.

User experience, w skrócie UX, to określenie obejmujące wszystkie aspekty interakcji użytkownika z firmą, jej usługami i produktami, w tym praktyczne odczucia dotyczące użyteczności, funkcjonalności oraz efektywności aplikacji lub systemu, ale też zagadnienia dotyczące przyjemności oraz satysfakcji z jego posiadania lub korzystania. Podstawowym wymogiem podczas projektowania doskonałego *user experience* jest bezproblemowe zaspokajanie potrzeb konsumenta. Aby to zagwarantować, projektant musi nie tylko uwzględnić wymogi funkcjonalne aplikacji lub witryny internetowej, ale też skupić się na zagadnieniach psychologicznych, marketingowych i społecznych¹.

Według Petera Morville'a, specjalisty w zakresie *user experience*, istnieje sześć obszarów UX, które dopiero w połączeniu prowadzą do uzyskania wartości dodanej. Według niego produkt wartościowy to produkt:

- funkcjonalny (ang. *useful*) – pożyteczny i zapewniający odpowiednią funkcjonalność;
- użyteczny (ang. *usable*) – spełniający zasady użyteczności, prosty, zrozumiały, intuicyjny;

¹ M. Lipiec, Architektura pozytywnych doświadczeń, [dostęp 2012-02-08], <http://uxdesign.pl/architektura-pozytywnych-doswiadczen/>.

- pożądany (ang. desirable) – prezentujący się w sposób, który wzbudza chęć używania przez użytkowników;
- znajdywalny (ang. findable) – powinien zapewniać łatwą nawigację i odnajdywanie potrzebnych informacji;
- dostępny (ang. accessible) – powinien spełniać zasady dostępności dla osób niepełnosprawnych;
- wiarygodny (ang. credible) – wzbudzający zaufanie klientów i poczucie, że produkt spełni ich oczekiwania.

Spełnienie wszystkich tych zasad sprawia, że produkt jest wartościowy (ang. valuable), czyli generujący zysk w postaci właściwego budowania relacji między odbiorcą witryny internetowej a jej właścicielem².

Rysunek 1. Schemat wartości user experience



Źródło: P. Morville: User Experience Design, [dostęp 2013-02-08], <http://semanticstudios.com/publications/semantics/000029.php>

Powyższe zasady dotyczą zarówno projektowania produktów jak i projektowania aplikacji, interfejsów graficznych oraz witryn internetowych. Podczas projektowania na potrzeby Internetu, najważniejsza staje się użyteczność (ang. usability), czyli nauka zajmująca się ergonomią i funkcjonalnością interaktywnych urządzeń, aplikacji oraz stron internetowych. W odniesieniu do witryn internetowych używa się określenia web-usability.

² P. Morville: User Experience Design, [dostęp 2013-02-08], <http://semanticstudios.com/publications/semantics/000029.php>.

Norma ISO 9241-11 „Guidance on Usability” z 1998 definiuje użyteczność jako miarę wydajności, efektywności i satysfakcji użytkownika z jaką dany produkt może być używany dla osiągnięcia danych celów przez danych użytkowników w danym kontekście³.

Według Jakoba Nielsena, specjalisty w dziedzinie użyteczności, użyteczność można zdefiniować za pomocą pięciu wskaźników:

- nauczalność – jak łatwo jest użytkownikowi wykonać podstawowe czynności podczas pierwszego kontaktu z produktem;
- efektywność – jak szybko użytkownicy uczą się interfejsu i jak szybko wykonują zadania;
- zapamiętywalność – jak szybko użytkownicy przypominają sobie sposoby korzystania z systemu po dłuższej przerwie;
- błędy – jak często użytkownicy popełniają błędy i w jaki sposób mogą powrócić do pracy;
- satysfakcja – czy korzystanie z produktu sprawia przyjemność i w jakim stopniu⁴.

Rozpatrując tę definicję należy wyraźnie oddzielić pojęcie „funkcjonalności” od pojęcia „użyteczności” produktu. Funkcjonalność (ang. utility) to zbiór czynności, jakie można wykonać przy pomocy danej aplikacji, podczas gdy użyteczność (ang. usability) opisuje efektywność i wygodę ich wykonywania. Dopiero połączenie tych dwóch elementów daje w pełni przydatną aplikację.

Przed wejściem na rynek technologii mobilnych wielu projektantów aplikacji ignorowało użyteczność, skupiając się na części wizualnej bardziej niż na części użytkowej. Obszerna przestrzeń prezentacji, szerokopasmowe łącza internetowe sprawiały, że aplikacja internetowa była doskonałym polem do eksperymentów z treścią i formą. Rozbudowana grafika, niestandardowe pomysły na menu oraz przerost formy nad treścią były (i nadal są) częstym zjawiskiem, nie tylko na polu witryn prywatnych, ale także w zakresie witryn firmowych i aplikacji biznesowych.

Tymczasem projektowanie ukierunkowane na użyteczność powinno być priorytetem projektantów witryn internetowych. Ogromna ilość alternatywnych źródeł informacji lub produktów stawia coraz większe wyzwania. Według agencji NetCraft obecnie istnieje 630 milionów witryn internetowych⁵. Aby zatrzymać użytkownika na witrynie, należy zapewnić mu możliwie największy komfort użytkowania i najlepszy dostęp do informacji.

Dodatkowym czynnikiem, o którym należy pamiętać, było wejście na rynek technologii mobilnych. Rozwój technologii mobilnych zrewolucjonizował podejście do pozyskiwania oraz prezentowania informacji. Telefony oraz tablety zaczęły wypierać nieporęczne laptopy oraz komputery stacjonarne. W 2010 roku Mary Meeker opubli-

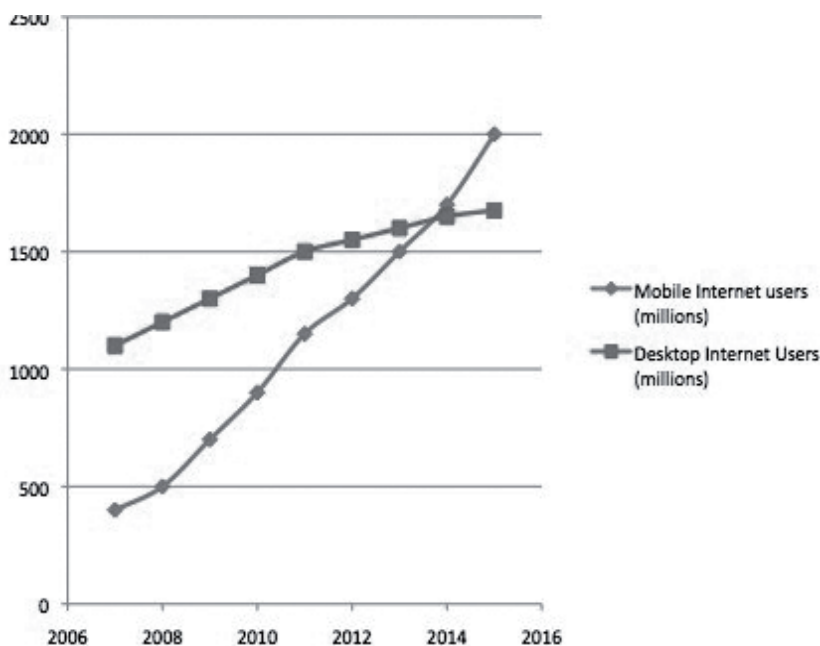
³ International standards for HCI and usability, [dostęp 2013-02-08], http://www.usabilitynet.org/tools/r_international.htm.

⁴ J. Nielsen, Usability 101: Introduction to Usability, [dostęp 2013-02-08], <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>.

⁵ NetCraft: February 2013 Web Server Survey, [dostęp 2013-02-08], <http://news.netcraft.com/archives/2013/02/01/february-2013-web-server-survey.html>, luty 2013.

kowała raport, w którym przewidywała, że w 2014 roku ilość użytkowników mobilnych przekroczy liczbę osób korzystających z Internetu za pomocą urządzeń desktopowych⁶.

Rysunek 2. Przewidywany wzrost liczby użytkowników urządzeń mobilnych



Źródło: M. Meeker, Mobile Internet Will Soon Overtake Fixed Internet, [2012-02-08], <http://gigaom.com/2010/04/12/mary-meeker-mobile-internet-will-soon-overtake-fixed-internet/>

W 2012 roku Google Inc. ogłosiło na kongresie Mobile World Congress w Barcelonie, że już ponad 1 miliard osób korzysta z Internetu za pomocą urządzeń mobilnych. Należy przy tym zwrócić uwagę, że o ile większość użytkowników komputerów stacjonarnych i laptopów również będzie korzystała z telefonów oraz tabletów, dla wielu użytkowników mobilnych telefon lub tablet to jedyne źródło dostępu do sieci⁷.

Twórcy witryn internetowych stanęli przed poważnym wyzwaniem. Strony WWW tworzone jedynie na monitory komputerowe okazały się niewystarczające – aby pozyskiwać klientów i ich przy sobie zatrzymywać, firma musi udostępniać klientom informacje na każdym polu komunikacji. Informacja prezentowana na stronie internetowej powinna być dostępna poprzez różne urządzenia – komputer, tablet oraz telefon komórkowy. Z tego względu niezwykle istotne stało się projektowanie aplikacji oraz witryn internetowych

⁶ M. Meeker, Mobile Internet Will Soon Overtake Fixed Internet, [dostęp 2013-02-08], <http://gigaom.com/2010/04/12/mary-meeker-mobile-internet-will-soon-overtake-fixed-internet/>.

⁷ Google, Consumers love their smartphones. Now businesses must fall in love with mobile, [dostęp 2013-02-08], <http://googlemobileads.blogspot.com/2012/02/consumers-love-their-smartphones-now.htm>.

w taki sposób, aby były one czytelne i dostarczały wymaganych informacji nie tylko na dużym ekranie.

Jeśli strona jest zbyt skomplikowana lub nieczytelna, użytkownicy poszukają w Internecie bardziej przystępnej. Jeśli ciężko im będzie odnaleźć dany produkt lub informację, również udadzą się do konkurencji. Pierwsze prawo e-commerce głosi, że jeśli użytkownik nie może znaleźć produktu, to go nie kupi. Dlatego właśnie użyteczność witryn internetowych jest tak ważna⁸.

Zapewnienie użyteczności aplikacji oraz witryn internetowych wymaga od projektanta przestrzegania pewnych wytycznych. W roku 1990 Jakob Nielsen opublikował wraz z Ralfem Molichem 10 heurystyk opisujących interakcję człowiek-maszyna. Zasady te stały się wyznacznikiem projektowania użytecznych interfejsów.

1. Pokazuj status systemu – system powinien zawsze informować użytkownika, w którym miejscu się znajduje.
2. Zachowaj zgodność pomiędzy systemem a rzeczywistością – system powinien odzwierciedlać rzeczywistość użytkownika – korzystać ze zwrotów, wyrazów, schematów, które użytkownik zna i rozumie.
3. Daj użytkownikowi pełną kontrolę – należy przewidzieć różne zachowania użytkownika i zapewnić mu możliwość powrotu lub powtórzenia podjętych akcji.
4. Trzymaj się standardów i zachowaj spójność – aplikacje powinny wykorzystywać rozwiązania, schematy i symbole znane użytkownikowi z innych tego typu rozwiązań.
5. Zapobiegaj błędom.
6. Pozwalaj wybierać zamiast zmuszać do pamiętania – użytkownik powinien mieć prezentowane wszystkie potrzebne informacje bez konieczności zapamiętywania, jak się do nich dostać.
7. Zapewnij elastyczność i efektywność – system powinien dostosowywać się do działań użytkowników i zapewniać im jak najszybszy dostęp do informacji.
8. Dbaj o estetykę i umiar – interfejs powinien być prosty i czytelny.
9. Zapewnij skuteczną obsługę błędów.
10. Zadbaj o pomoc i dokumentację⁹.

W 2006 roku Steve Krug w książce pod tytułem „Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability”, opisał metody projektowania użytecznych witryn internetowych zgodnie z tytułową zasadą „Nie każ mi myśleć” oraz regułą KISS – Keep It Simple, Stupid („Zachowaj prostotę, głupku”), popularną w środowisku projektantów komputerowych i odnoszącą się do utrzymania eleganckiej, prostej formy tworzonych aplikacji¹⁰.

Podczas projektowania interfejsu należy skupić się na kilku czynnikach, które wyznaczają kierunek dla użyteczności. Jako że w centrum zainteresowania każdego projektanta powinien znaleźć się użytkownik oraz jego wygoda, należy określić podstawowe wymagania tego użytkownika.

⁸ J. Nielsen, Usability 101: Introduction to Usability, [dostęp 2013-02-08], <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>.

⁹ R. Molich, J. Nielsen, Improving a human-computer dialogue, *Communications of the ACM* 33, 1990, s. 338–348..

¹⁰ S. Krug, Nie każ mi myśleć: O zyciowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych, Wydanie II, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2010, s. 15.

Podczas przeglądania witryn internetowych użytkownicy zazwyczaj się spieszą. Wynika to z chęci jak najszybszego i najwygodniejszego pozyskania informacji i przejścia do dalszych działań. Tendencja ta nasila się jeszcze bardziej wśród użytkowników urządzeń mobilnych, którzy sięgają do Internetu podczas przerwy w pracy, jazdy komunikacją miejską, czy podczas prowadzenia samochodu. W większości przypadków użytkownicy mobilni korzystają z Internetu stojąc lub przemieszczając się z miejsca na miejsce, a co za tym idzie nie mają czasu koncentrować się na czytaniu całego tekstu. Wykorzystują chwilę wolną w oczekiwaniu na coś, co ma się zdarzyć. Dla tego typu użytkowników ważniejsze są nagłówki, skróty z aktualności i plotki, niż rozbudowany tekst zawierający dużo elementów graficznych dodatkowo komplikujących odbiór treści¹¹.

Jeśli podczas poszukiwania informacji użytkownik poczuje, że marnuje czas, zaczyna czuć zdenerwowanie. Dochodzi więc do paradoksu – z jednej strony Internet jest wykorzystywany w wolnej chwili dla zabicia czasu, z drugiej marnowanie tego czasu powoduje frustrację. Wytlumaczeniem powyższych zachowań jest zrozumienie, że w dzisiejszych czasach nawet relaks jest zachowaniem celowym – sięgając po Internet, ludzie chcą uzyskać jak największy zysk przy jak najmniejszym wysiłku¹².

Elementy witryny internetowej

Według Steve'a Kruga największym problemem projektantów jest fakt, że wydaje im się, iż powinni tworzyć coś oryginalnego i odmiennego od innych. Tymczasem czytelne interfejsy charakteryzują się standaryzacją i powtarzalnością. Konwencje stają się konwencjami dlatego, że sprawdzają się w praktyce. Z tego względu na dobrze zaprojektowanych witrynach internetowych logo z nazwą znajduje się w lewym górnym rogu, czytelne menu w górnej części strony, zaś odnośniki są wyraźnie oznaczone poprzez inny kolor, podkreślenie oraz zmianę kursora na symbol ręki po najechnaniu myszką¹³.

Korzystając z aplikacji internetowych użytkownicy przyzwyczajają się do stałych elementów i używają ich automatycznie, bez zastanowienia. To dlatego większość aplikacji posiada menu zaczynające się od zakładki „Plik”, następnie „Edycja”, „Widok”, „Wstaw”. Jest to pewien standard, który znają wszyscy. Wystarczy jednak zmienić rozkład elementów, by użytkownicy zaczęli się gubić.

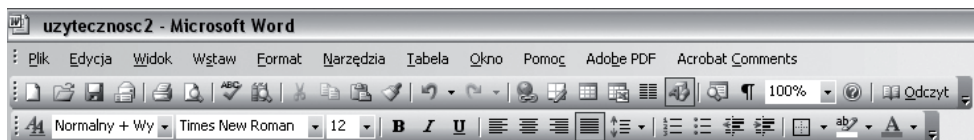
Podobnie wygląda sytuacja z użytkownikami witryn internetowych. Odwiedzając stronę www użytkownik oczekuje, że będzie umiał się po niej poruszać. Oczekuje znanych symboli i intuicyjnego układu elementów. Jeśli tego nie otrzyma, poszuka informacji gdzie indziej.

¹¹ M. Sierra, Do Mobile And Desktop Interfaces Belong Together?, Smashing Magazine, [dostęp 2013-02-11], <http://mobile.smashingmagazine.com/2012/07/19/do-mobile-desktop-interfaces-belong-together/>.

¹² J. Nielsen, Mobile Content: If in Doubt, Leave It Out, [dostęp 2013-02-11], <http://www.nngroup.com/articles/condense-mobile-content/>.

¹³ S. Krug, Nie każ mi myśleć: O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych, Wydanie II, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2010, s. 72.

Rysunek 3. Przykładowe menu w aplikacji MS Word



Źródło: opracowanie własne

W przypadku projektowania na urządzenia desktopowe, projektanci mają do dyspozycji dużą przestrzeń, którą mogą zagospodarować informacjami w postaci tekstu, obrazu i banerów. Zazwyczaj wykorzystuje się układ kolumnowy oraz wyraźne oznaczenie funkcjonalnych części strony poprzez ich grupowanie. Menu umieszcza się u góry strony oraz w lewej kolumnie, na górze zamieszcza się tzw. top zawierający albo zdjęcie i motto witryny, albo aktualne promocje, na środku układa się treść, aktualności, produkty, a na dole stopkę. Często w bocznej kolumnie umieszcza się też odnośniki do partnerów lub banery promocyjne. Warto tutaj wspomnieć o tzw. ślepotcie banerowej (ang. baner blindness), czyli pomijaniu wzrokiem wszelkich banerów, która jest doskonałym przykładem na to, jak bardzo Internauci są nastawieni na poszukiwania jedynie istotnych informacji.

Użyteczność w tym wypadku sprowadza się do właściwego wyznaczenia części funkcjonalnych, zbudowania intuicyjnego menu, wyraźnego oznaczenia nagłówków oraz odnośników, zapewnienia czytelności tekstu oraz do zachowania czystej, nieprzeładowanej formy prezentacji.

Zapewnienie użyteczności witryny internetowej na urządzeniach mobilnych to znacznie trudniejsze zadanie. W tym wypadku projektant ma do dyspozycji jedynie niewielki ekran, a więc zastosowanie układu kolumnowego jest niemożliwe. Ponadto użytkownicy mobilni są w jeszcze większym stopniu nastawieni na szybkość pozyskiwania informacji, tak więc należy zastosować bardzo restrykcyjne podejście do tego, co rzeczywiście powinno się znaleźć na witrynie internetowej. Wszelkie elementy rozpraszające w stylu dużego topu, rozbudowanego menu czy migających banerów powinny zostać usunięte.

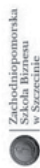
Nawigacja na witrynie internetowej

Częstym powodem, dla którego użytkownicy aplikacji lub witryny internetowej zaczynają poszukiwać alternatywy, jest problem z poruszaniem się w jej obrębie. Zaprojektowanie przejrzystej i zrozumiałej nawigacji w systemie nie jest zadaniem prostym. Wielu projektantów próbuje wymóc na użytkownikach, aby podążali za ich sposobem myślenia, co jest podejściem błędnym. Druga zasada wspomnianych wcześniej heurystyk Nielsena i Molicha mówi, że użyteczny system powinien odwzorowywać rzeczywistość znaną użytkownikowi, zamiast zmuszać go do zastanawiania się nad tym, co autor systemu chciał wyrazić w taki lub inny sposób.

Nawigacja w aplikacji spełnia bardzo ważną rolę informacyjną. Dzięki niej użytkownik nie tylko wie, gdzie coś może znaleźć, ale też gdzie się w danym momencie znajduje, jak



Jesteś zalogowany jako:
dr inż. Agnieszka Szydłowska



- Szkoła główna
- Dane o pracowniku
- Przedmioty
- Plany zajęć
- Praca dyplomowa
- Konto, zmiana hasła
- Znajdź osobę
- Ogłoszenia
- Wyloguj

Rys. 4. Przykład interfejsu ze złamaniem zasad użyteczności

Lista protokołów Przedmioty nauczane **Przedmioty w trakcie zapisów**

Semestr: 2012/2013 zima Stan: Wszystkie Szkoła

Tok studiów Studia

Przedmiot: Tok studiów: Technologia Internetowa

Przedmiot	Godzin	Godz. prow.	Typ grupy	Forma zaliczenia	Łączony	Status	Szczegóły	Status sylabusu	Sylabus	Lista obecności
<input type="checkbox"/> Studia: Instytucjonalne										
System zarabiania treści	15	15	laboratorium	Zaliczenie ocena	<input type="checkbox"/>	Unuchomiony	Dotat	Zaliczptowany	Zobacz	Dużaj
Technologie hipertekstowe	15	15	laboratorium	Zaliczenie ocena	<input type="checkbox"/>	Unuchomiony	Dotat	Zaliczptowany	Zobacz	Dużaj
Technologie hipertekstowe	15	15	Wykład	Zaliczenie ocena	<input type="checkbox"/>	Unuchomiony	Dotat	Zaliczptowany	Zobacz	Dużaj
Projekt asynchroniczny	30	30	Ćwiczenia	Zaliczenie ocena	<input type="checkbox"/>	Unuchomiony	Dotat	Brak	Wprowadzi	Dużaj
System zarabiania treści	15	15	Wykład	Egzamin	<input type="checkbox"/>	Unuchomiony	Dotat	Brak	Wprowadzi	Dużaj
System zarabiania treści	15	15	laboratorium	Zaliczenie ocena	<input type="checkbox"/>	Unuchomiony	Dotat	Zaliczptowany	Zobacz	Dużaj
System zarabiania treści	15	15	Wykład	Egzamin	<input type="checkbox"/>	Unuchomiony	Dotat	Brak	Wprowadzi	Dużaj
<input type="checkbox"/> Studia: stażopomoc										
Projekt asynchroniczny	15	15	Ćwiczenia	Zaliczenie ocena	<input type="checkbox"/>	Unuchomiony	Dotat	Brak	Wprowadzi	Dużaj
Technologie hipertekstowe	15	15	laboratorium	Zaliczenie ocena	<input type="checkbox"/>	Unuchomiony	Dotat	Zaliczptowany	Zobacz	Dużaj
Technologie hipertekstowe	15	15	Wykład	Zaliczenie ocena	<input type="checkbox"/>	Unuchomiony	Dotat	Zaliczptowany	Zobacz	Dużaj

Źródło: opracowanie własne na podstawie aplikacji Wirtualny Dziekanat v. 4.0.0 b55 firmy APR System

wrócić do punktu wyjścia, oraz wzbudza zaufanie do twórców – konkretna, intuicyjna nawigacja daje poczucie, że projektanci znają się na rzeczy i wiedzą, co robią. Z kolei chaos informacyjny poddaje kompetencje właścicieli witryny w wątpliwość¹⁴.

Na rysunku nr 4 zaprezentowano przykład systemu, w którym nie uwzględniono potrzeb użytkownika i źle zaprojektowano nawigację oraz prezentację informacji. Nazwy zakładki są nieintuicyjne – użytkownik musi się zastanowić nad ich znaczeniem:

Czy lista protokołów oznacza to samo co oceny?

- W jaki sposób mam je sprawdzić?
- Gdzie znajdę listę obecności?
- Czym są przedmioty w trakcie zapisów?

Z kolei Panel Przedmiotów zawiera informacje, które prowadzącemu przedmiot nie są potrzebne lub są dla niego niezrozumiałe, jak na przykład:

- kolumny „Godzin” i „Godz. prow.” – nadmiarowość informacji – prowadzący potrzebuje jedynie znać ilość własnych godzin;
- kolumny „Status”, „Łączony”, „Szczegóły”, „Status sylabusa” – informacje niepotrzebne prowadzącemu.

Jednocześnie interfejs nie daje możliwości wystawienia obecności oraz ocen, których trzeba poszukiwać na innej karcie. Użytkownik systemu nie tylko musi się zastanowić nad nazwami kolumn i układem informacji, ale również traci czas na poszukiwanie właściwej zakładki.

Rysunek 5. Nawigacja prezentowana na monitorze, tablecie i w telefonie



Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://forefathersgroup.com/>

W przypadku projektowania nawigacji na urządzenia desktopowe projektant może korzystać z wielu sprawdzonych metod, takich jak menu zakładkowe, kolumnowe czy chociażby menu rozwijane, dające możliwość prowadzenia użytkownika po kilku poziomach

¹⁴ S. Krug, Nie każ mi myśleć: O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych, Wydanie II, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2010, s. 72.

hierarchii aplikacji. Podstawą dobrze zaprojektowanego menu jest czytelność, intuicyjność i oszczędność w ilości kliknięć.

Inaczej wygląda projektowanie nawigacji dla użytkowników technologii mobilnych. Wąski ekran uniemożliwia korzystanie z menu kolumnowego, źle się też sprawdza menu rozwijane. Podczas projektowania witryny dostosowanej do technologii mobilnych menu powinno być możliwie mocno uproszczone i zaprojektowane w taki sposób, by bez trudu można było z niego korzystać poprzez dotyk. W tym wypadku dobrze sprawdza się powtórzenie menu na dole informacji lub zamieszczenie tam odnośnika powrotu na górę strony.

Projektowanie informacji w Internecie

Dominującą cechą osób korzystających z Internetu jest poszukiwanie informacji, które w jasny i przystępny sposób prezentowałyby nawet złożone problemy. Należy przy tym zwrócić uwagę, że większość Internautów nie czyta całego tekstu, a jedynie go skanuje w poszukiwaniu słów kluczowych i zwrotów przyciągających uwagę. Takie podejście wynika z trzech czynników: pośpiechu, koncentracji na określonym problemie oraz przyzwyczajenia.

Z badań Rokita Sighala, jednego z pracowników marketingowych firmy PixelCrayons, wynika, że urządzenia mobilne wykorzystywane są głównie do pozyskiwania informacji o aktualnościach oraz mediach społecznościowych, podczas gdy dokumentacje, raporty oraz artykuły czytane są przy użyciu desktopów¹⁵. Według Jakoba Nielsena czytanie tekstu na monitorze jest o 25% wolniejsze niż czytanie go w wersji papierowej, zaś wiele osób przyznaje, że odczuwa przy tym dyskomfort¹⁶.

Jakob Nielsen opisuje badanie, w którym dano użytkownikom do czytania na ekranie telefonu tekst wiadomości na temat tornad pochodzący z *CNN News app*. Większość osób zwróciła uwagę na wypowiedzi świadków zdarzenia. Czytający uznali, że nie potrzebują i nie zamierzają czytać informacji, co na ten temat mają do powiedzenia inni ludzie. Według nich najważniejsza była informacja: co się stało, kiedy i gdzie. Całą resztę uznali za niepotrzebny wypełniacz, zabierający im czas¹⁷.

Mając na uwadze te czynniki, należy projektować prezentację tekstu na witrynie internetowej w taki sposób, aby informacje były jak najbardziej konkretne i dawały się łatwo skanować. Efekt ten uzyska się przede wszystkim poprzez:

- podświetlanie słów kluczowych – jednolity tekst jest mało czytelny, zaleca się wyróżnianie wybranych słów i zwrotów innym kolorem lub pogrubioną czcionką;
- stosowanie jasnych, konkretnych nagłówków – podział tekstu na sekcje ułatwia odnajdywanie potrzebnych informacji oraz poprawia ogólne rozeznanie w tematyce artykułu;

¹⁵ R. Singhal, Analyzing mobile vs desktop user behavior, Designer Daily, [dostęp 2013-02-11], <http://www.designer-daily.com/analyzing-mobile-vs-desktop-user-behavior-29380>

¹⁶ J. Nielsen, Be Succinct! (Writing for the Web), [dostęp 2013-02-11], <http://www.nngroup.com/articles/be-succinct-writing-for-the-web/>.

¹⁷ J. Nielsen, Mobile Content: If in Doubt, Leave It Out, [dostęp 2013-02-11], <http://www.nngroup.com/articles/condense-mobile-content/>.

- prezentowanie idei w formie osobnych akapitów – podczas skanowania tekstu użytkownicy wychwytyją zazwyczaj pierwsze zdanie akapitu;
- stosowanie list – stosowanie list sprawia, że tekst staje się bardziej czytelny i poukładany;
- wykorzystanie odwróconej piramidy informacji (rys.6);
- skrócenia tekstu do minimum.

Rysunek 6. Odwrócona piramida informacji



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Wikipedia, Inverted pyramid, [dostęp 2013-02-11], http://en.wikipedia.org/wiki/Inverted_pyramid

Trzynasta zasada E.B.White'a z przewodnika *The Elements of Style* mówi, że dobry tekst to tekst zwięzły i na temat. Zdanie nie powinno zawierać niepotrzebnych słów, a akapit niepotrzebnych zdań – tak samo jak rysunek nie powinien posiadać niepotrzebnych linii, a urządzenie niepotrzebnych części.¹⁸

Niezwykle istotne jest także zapewnienie czytelności prezentowanego tekstu. Witryna wyświetlana na urządzeniach mobilnych wymaga zapewnienia większej czcionki oraz większych odstępów między liniami i akapitami.

¹⁸ W. Strunk, Jr., E.B. White, *The Elements of Style*, Allyn and Becon, 1918, s. 22.

Użyteczność aplikacji oraz witryn internetowych to jedno z najważniejszych zagadnień, jakie powinien uwzględnić projektant podczas przygotowywania interfejsu. Zarówno użytkownicy urządzeń desktopowych, jak i mobilnych, żyją pod coraz większą presją czasu i wymagają coraz szybszego i bardziej intuicyjnego dostępu do informacji. Wzrastająca liczba tych informacji oraz miniaturyzacja urządzeń, na których są pozyskiwane, wymaga od projektantów tworzenia projektów jasnych, czytelnych, bez zbędnego przeładowania elementami graficznymi i tekstowymi. Jednocześnie wymusza na nich standaryzację rozwiązań pomiędzy różnymi mediami prezentacji. Użyteczność oraz dbałość o user experience staje się niezwykle istotna w walce o lojalność odbiorcy.

Summary

The paper discusses the issues relating to design websites compatible with the web-usability. The mass access to the Internet, more and more channels of communication and the rapid development of mobile technologies pose new challenges for web-developers. Providing high-usability applications to display on screens, tablets and mobile phones has become a key issue for the company and its designer.