

IMDb

PI: Designforståelse

Gruppe: B335

Vejleder: Mikael B. Skov

Titelblad

Titel: Designforståelse?

Projekt: P1

Projektperiode: 06-10-2014 til 18-12-2014

Gruppe: B335

Hovedvejleder: Mikael Skov

Institut: Aalborg universitet

Sideantal: --

Gruppemedlemmer:

Katrine

Mads Kristensen:

Abstract

The purpose of this report is to gain an understanding of design by examining if there are any existing usability problems at the website imdb.com. This was examined through user based evaluation, where several problems were identified. The result showed that people, no matter the amount of knowledge of the website, experienced problems in varying degrees regarding navigation and general usage of the website. The identification of problems and the finding of them through evaluation and analysis, can benefit suggestive improvements to imdb.com. This will lead to a fulfilling understanding of design as a whole.

Indholdsfortegnelse

1.	Indledning	3
1.1	Motivation	4
1.2	Problemformulering.....	5
1.3	Rapportstruktur	6
2.	Baggrund	7
2.1	Website Design - Hvad er et godt webdesign?	7
2.1.1	Jakob Nielsens ti heuristikker	8
2.1.3	Brugertyper: Informationssøgende eller surfende.....	12
2.1.4	Webstedselementer	15
2.2	Evaluering af websites.....	19
2.2.1	Usability test.....	20
3.	Website: Internet Movie Database	24
3.1	Overordnet beskrivelse.....	24
3.1.1	Generelt.....	24
3.1.2	Statistik over IMDbs Brugere.....	25
3.1.3	Registrerede brugere	25
3.1.4	IMDb Pro.....	26
3.2	Målgruppe	29
3.3	Illustration af designet.....	29
3.3.1	Stil, farver og former.....	29
3.3.2	Layout.....	31
3.3.3	Flowchart over Genre - Opgave 4	32
4.	Metode.....	33
4.1	Formål	33
4.2	Deltagere.....	33
4.2.1	Fakta.....	33
4.2.2	Udvælgelsesproces.....	34
4.3	Test-setup	36
4.4	Testopgaver	38

4.5 Procedure.....	41
4.5.1 Briefing.....	41
4.5.2 Usability test.....	41
4.5.3 Debriefing.....	42
4.6 Dataopsamling og -analyse	43
5. Resultater	45
5.1 Hvad fungerer godt?.....	45
5.1.1 Information på IMDb.....	45
5.1.2 Kommende film	47
5.1.3 IMDb som inspirationskilde	48
5.2 Hvad fungerer mindre godt?	50
5.2.1 Avanceret søgning	51
5.2.2 Startsiden.....	54
5.2.3 Syntaks i søgerfeltet.....	55
5.2.4 Formulering, tekstopbygning og struktur	56
5.2.5 Sprog og terminologi	58
5.3 Sammenfatning	60
6. Designforståelse	63
6.1 Webstedet	63
6.1.1 Designforståelse af websted	63
6.1.2 Fejlmarginer ved usability test	65
6.2 Design skitser	66
Skitse 2.....	68
7. Konklusion	70
7.1 Besvarelse af problemformulering	70
7.1.1 Hvordan kan et design af et website, blive bedømt ud fra en brugers oplevelse?	70
7.1.2 Hvilken litteratur kan benyttes, som retningslinjer, for at vi kan danne os en bedre forståelse af design?	71
7.1.3 Hvordan påvirker de usability problemer, der kan opstå på et websted, brugeren og hvordan kan de bearbejdes, således at en løsning bliver fundet?	73
7.2 Fremtidig arbejde.....	73
Kildeliste	75

1. Indledning

Vi har i denne rapport valgt at arbejde med Internet Movie Database, eller IMDb som det bliver forkortet til, der er et opslagsværk over film og personer, der arbejder inden for filmbranchen.

IMDb henvender sig til filminteresserede, men har også en masse andre funktioner. Hvoraf nogle henvender sig til folk, der arbejder inden for filmbranchen, såsom skuespillere, instruktører og lignende. Vi har derfor valgt at begrænse os og kun fokusere på de funktioner der er til rådighed for den almene bruger. Vi har foruden dette besluttet at fravælge registrerede brugere, og i stedet valgt, at fokusere på brugen af IMDb, som uregistrerede brugere. Disse valg er truffet til fordel for en mere dybdegående undersøgelse af sidens almene funktioner, under vores usability evaluering, men vi vil dog inddrage det i den generelle beskrivelse af IMDb, eftersom det er en stor del af webstedet.

Yderligere har vi valgt at vi ikke vil fokusere, på en ellers stor del af siden, "community" delen. Dette gør, at vores fokus kommer til at ligge på informationssøgning, samt surfing, eftersom IMDb er en inspirationskilde, hvor brugere af siden kan finde nye film og oplevelser.

1.1 Motivation

Internet Movie Database er en opslagsværk, der indeholder informationer omkring; Film, Tv-serier, skuespillere, instruktør, fiktive karakterer, biografier, trivia, etc. Ifølge IMDbs "Press Room" er de verdens mest populære opslagsværk for film og TV-serier mm. Databasen byder på mere end 150 millioner fakta om film, serier, skuespillere, instruktører, forfattere, filmhold osv. Den bliver besøgt af mere end 190 millioner unikke besøgende hver måned.

Dette skaber et interessant grundlag for videre undersøgelse af IMDb ved brugen af en usability evaluering.

Det vil være interessant at evaluere et websted med henblik på at opnå en bedre forståelse af sidens opbygning, herunder hvordan den fungere, hvad dens formål er, hvem bruger det og hvordan.

Vores personlige begrundelse for at vi valgte, at arbejde med IMDb var af forskellige årsager. Enkelte gruppemedlemmer havde kendskab til IMDb og var hyppige brugere, før projektarbejdets begyndelse, men ønskede en større forståelse for siden. De resterende gruppemedlemmer havde ingen kendskab til IMDb, men havde, lig de medlemmer med kendskab til IMDb, en fælles interesse inden for film og syntes derfor det kunne være spændende at arbejde med IMDb. Gruppemedlemmerne, der havde erfaring med siden, var med til at give et subjektivt syn på webstedet, mens dem der ikke havde nogen erfaring med siden, var i stand til at give et objektiv syn. Vi blev derfor enige om, at det kunne være spændende, at lave en analyse og evaluering af IMDb for at få en forståelse af webstedets design, samt dets funktioner og features. Ydermere er det interessant for os, at undersøge hvordan designet af hjemmesiden fungere og om det er optimalt.

Det centrale fokus i vores rapport, er designforståelse, den vil derfor indeholde en forståelse indenfor et designs usability. Derudover vil den indeholde en usability evaluering, hvor vores udvalgte testpersonerne vil blive instrueret i, at benytte sig af tænke højt-metoden, for at danne en forståelse af deres tankestrøm. De kan derved bedre formulere sig, når de støder på nogle problemer og derfra kan vi danne en forståelse af de

problemer der opstår. Vi forventer at denne rapport, vil give os et grundlag i forhold til hvad designforståelse er.

Rapporten vil derudover omhandle hvordan man kan analysere og evaluere et webstedets design. Yderligere forventer vi at rapporten besvarer, hvordan de funde problemer fra vores analyser og evalueringer kan formidles.

Denne rapport er udarbejdet ud fra analysering og evaluering af vores valgte websted, i form af en usability evaluering. En del af den litteratur vi har valgt at benytte, er litteratur, som er givet ud fra forelæsninger. Derudover vil vi inkludere bøger, der er udarbejdet af Jared Spool, Steve Krug, samt andre forfattere, i vores teoriafsnit, der omhandler nogle koncepter der kan benyttes til guidelines for websteder.

1.2 Problemformulering

Det er vigtigt, at webstedets design er, forståeligt og nemt at bruge for dets valgte målgruppe, foruden at formålet med webstedet bliver formidlet, således at der ikke er nogen tvivl om hvad webstedet skal bruges til.

Det kan derfor være nødvendigt, at lave en analyse og evaluering af webstedet, med fokus på brugernes oplevelser, hvad enten de er positive eller negative, for at se om siden opfylder dennes formål uden at være hæmmet af brugbarhedsproblemer.

*"Hvordan kan man opnå en forståelse af design,
gennem analysering og evaluering af et websted"*

Dette fører til følgende problemstillinger, som vil blive besvaret igennem rapporten.

- Hvordan kan et design af et websted, blive bedømt ud fra en brugers oplevelse?
- Hvilken litteratur kan benyttes, som retningslinjer, for at vi kan danne os en bedre forståelse af design?
- Hvordan påvirker de usability problemer, der kan opstå på et websted, brugeren og hvordan kan de bearbejdes, således at en løsning bliver fundet?

Vi har tænkt os at bruge problemformulering til at danne fundamentet for vores projekt.

1.3 Rapportstruktur

Vi vil i rapportstrukturen beskrive hvilke kaptiler der vil indgå, deres formål, samt hvilke emner disse vil inkludere.

- KAPITEL 1** vil indeholde en motivation for udvælgelsen af det valgte websted. Yderligere vil der formidles en problemformulering, der er konkret og præcis, for at man ikke bliver i tvivl, om hvilket problem vi arbejder med, samt prøver at løse.
- KAPITEL 2** vil indeholde en beskrivelse af det teoretiske materiale, indenfor design af websites, samt evaluering. Dette vil blive gjort ud fra funden litteratur og undervisningsmaterialer, der er blevet stillet til rådighed.
- KAPITEL 3** vil indeholde en introduktion, samt en beskrivelse af IMDb. Dette betyder, at vi vil skrive en objektiv og beskrivende tekst, der giver et hurtigt indblik i webstedet. En del af beskrivelsen vil være af målgruppen, til vores udvalgte websted. Yderligere vil vi illustrere webstedet ved hjælp af illustrationer samt billeder, for at give et detaljeret overblik af webstedet.
- KAPITEL 4** vil indeholde en beskrivelse af metoden for vores analysering og evaluering af det valgte websted, samt inkludere relevant information, der blev opsamlet under evalueringen. Læseren burde herefter, være i stand til at replikere vores analysering og evaluering ud fra beskrivelserne.
- KAPITEL 5** vil indeholde en beskrivelse af resultater, der er fundet frem til, ved hjælp af vores analysering og evaluering. Der vil her beskrives hvad der fungerer godt, samt hvad det der fungerer mindre godt eller dårligt, ved vores valgte websted. Yderligere vil der være en sammenfatning af dette.
- KAPITEL 6** vil indeholde hvad vi har diskuteret og konkluderet, i forhold til designforståelse. Dette tager udgangspunkt i vores resultater og vores valgte litteratur. Foruden dette vil vi skitsere løsningsforslag og give bud på nye design til webstedet, som vil være baseret på den viden vi har erhvervet gennem projektforløbet.
- KAPITEL 7** vil indeholde en konklusion, som vil besvare vores stillede problemformuleringen. Yderligere vil vi skrive om fremtidigt arbejde.

2. Baggrund

Vi vil inddrage principper og heuristikker, ud fra bøger, der er udarbejdet af Jared Spool, Steve Krug, samt andre forfattere. Disse principper, kan benyttes som guidelines, for design af et websted.

2.1 Website Design - Hvad er et godt webdesign?

Dette kapitel kommer til, at omhandle forståelse af et webdesign. Ydermere, hvad fagfolk, inden for usability branchen, mener er et godt webdesign, og ligeledes hvordan de mener at det kan opnås.

Når et websted skal udvikles vil der, i design processen være mange faktorer, der spiller ind. Når der snakkes om, hvor god usability et websted har, handler det ikke kun om, hvor godt webstedet ser ud, som beskrevet i dette citat.

"Design is not just what it looks like and feels like. Design is how it works".

- Steve Jobs, New York Times, The Guts of a New Machine, November 30, 2003.

Det handler også om hvordan et websted fungerer og om hvor nemt det er at bruge.

2.1.1 Jakob Nielsens ti heuristikker

Herunder er Jakob Nielsens ti heuristikker, som er guidelines for brugerflade og interaktionsdesign. Forskellen mellem disse er at de kan bruges til at lave en heuristisk evaluering og er begrænset til ti og nøje udvalgt så der kan findes så mange usability problemer som muligt.

- 1 Vis **systemets status** - Systemet skal til enhver tid vise, hvad systemets status er.
- 2 **Sammenhæng mellem system og virkelighed** - Systemet skal bruge et sprog, som giver et forståeligt og konstruktivt feedback til brugeren i form af en naturlig samtale, frem for system terminologier.
- 3 **Bruger kontrol og frihed** - Når brugerne laver fejl, vil de altid være i stand til at fortryde / annullere fortryd.
- 4 **Standarder og konsistens** - Feedback skal fra systemet være forståelig, præcise og brugere skal ikke være i tvivl om forskellige ord, situationer eller handlinger er det samme
- 5 **Undgå fejl** - Systemer skal have et omhyggeligt design, som forhindrer et problem i at opstå i første omgang. Enten ved at fjerne de fejlbehæftede betingelser eller kontrollere dem og give brugere en mulighed for bekræftelse før de foretager handlingen.

Brugeren skal genkendelse frem for at tilbagekalde - Gør objekter, handlinger og valg forståelige. Brugeren bør ikke være nødt til at huske oplysninger fra tidligere sessioner. Instruktioner til brug af systemet skal være synlige eller lette at finde.

6

Fleksibilitet og effektiv brug - Systemet skal opfylde behovene hos både erfarne og nye brugere. Erfarne brugere kan få genveje, der er usynlige for nye brugere.

7

Behageligt og minimalistisk design - Dialogen bør være enkel, og budskab bør tydeligt vises.

8

Hjælp bruger til at forstå, fortolke og rette fejlen - Fejlmeddelelser skal være forståelige uden fejlkoder, præcist indikerer problemet og foreslår løsninger.

9

Hjælp og dokumentation - I et optimalt system er hjælp og dokumentation overflødig. Dokumentation skal være let at finde, ligetil, kontekstafhængig og giver en trinvis løsning på problemet.

10

De ti heuristikker har til formål at skabe overblik i forhold til essentielle områder inden for usability. Dette er med til at skabe perspektiv og omdanne det til et redskab, som vil ligge i baghovedet, når en usability evaluering skal udføres, samt problemer observeres.

2.1.2 Steve Krug om webdesign:

De principper, som Krug (2006) "Don't Make Me Think" omhandler, fortæller os hvordan brugernes adfærd er. Vi har valgt at inddrage hans principper, for at skabe en forståelse for hvordan den almindelige bruger tænker, når vedkommende browser en hjemmeside. Dette er vigtigt for os, da brugernes adfærd også vil have indflydelse på, hvordan en hjemmesides layout er, og i det hele taget hjemmesidens design, hvilket er en vigtig del for os.

Hovedemnet i bogen "Don't Make Me Think" Krug (2006), er at et webdesign, ikke skal få brugeren til at tænke. Dette skal forstås på den måde, at når en bruger browser på et websted, så skal de f.eks., sige til sig selv: "*Ah, der er det, som jeg leder efter!*" eller "*Dette er en liste over kategorier på hjemmesiden*" – kort sagt, skal hjemmesiden forstås hurtigt af brugeren.

Som nævnt tidligere i heuristik nr. 2 af Jakob Nielsen, benytter nogle hjemmesider specifikke fagudtryk og terminologier, hvilket kan forvirre brugeren. Et andet eksempel kan være, om hvorvidt et objekt eller billede på en hjemmeside kan klikkes på eller ej. Det har den effekt at brugeren standser interaktionen kort, fremfor at fortsætte uhindret.

Det er problemer som disse, der kan få brugeren til at "tænke" og stille spørgsmål. Disse spørgsmål er med til at overbelaste brugeren mere end nødvendigt, også selvom at den række spørgsmål, der forekommer ved brug af en funktion på en vilkårlig hjemmeside, bliver stillet i løbet af en brøkdel af et sekund.

Ofte bliver hjemmesider designet på en bestemt måde, hvor udviklerne bag dem har en klar idé om, hvordan man bør læse og gøre brug af hjemmesiden. Det er dog sjældent at brugeren retter sig ind efter denne planlagte idé, hvilket Krug (2006) formulerer således:

"We (the designers) are thinking "great literature" (or at least "product brochure") while the user's reality is much closer to "billboard going by at 60 miles an hour."

- Steve Krug, 2006.

Ifølge Steve Krug vil brugere af en hjemmeside ikke læse den, men i stedet skimmede den igennem, for at lede efter et specifikt nøgleord, eller en sætning som er relateret til det emne vi søger efter.

Man bør også huske på, at en givet hjemmeside ikke skal have en stejl læringskurve, den skal derimod være effektiv og indlysende på kort tid. Dette er vigtigt for at skabe en struktureret og meningsfuld oplevelse for brugeren (Gek Woo Tan, An empirical study of Web browsing behavior) En bruger vil ofte blive ved med at søge efter informationen de leder efter, da deres opfattelse ofte kan være det er brugeren selv der er noget i vejen med.

En anden teori som Steve Krug har om samme emne er, at man har samme tankegang, som når man venter på en bus:

"I've waited ten minutes for this bus already, so I may as well hang in a little longer"

- Steve Krug, 2006.

En anden årsag til læringskurven ikke må være stejl er, at brugeren ikke skal være lang tid om at sætte sig ind i hjemmesiden, og hvordan den bør bruges. Istedet for prøver brugeren sig ofte frem, indtil man finder sin egen løsning på den information som man leder efter. Dette gør sig også gældende, selvom den måde brugeren gør det på er set som værende forkert. Steve Krug giver et eksempel på, hvor han fortæller om brugere af

www.yahoo.com. Fremfor de bruger adressefeltet, går de ind på nye hjemmesider via Yahoo!, eftersom de antager, at Yahoo! er internettet.

Ved at læse Steve Krugs bog, har vi fundet ud af, at brugerne af en given hjemmeside ikke ”læser” den, men nærmere skimmer den. Udover dette påpeger Steve Krug (2006) også, at hjemmesider ikke må have en alt for stejl læringskurve, og dette bunder ud i, at brugeren ikke har tid til at sætte sig ind i systemet. Foruden dette skriver han også, ligesom Jakob Nielsen, at terminologien er en vigtig del af siden, fordi det har en kæmpe indflydelse på brugerens forståelse. Disse principper har alle en stor indflydelse på forståelsen af webstedets design, og derfor har vi valgt at inddrage disse.

2.1.3 Brugertyper: Informationssøgende eller surfende

Generelt set fortæller Jared Spools (1999) principper om to forskellige type brugere, hvilket vil være relevant for os. Grunden til dette er relevant for os er, at IMDb kan henvende sig til begge brugertyper. Desuden afspejler vores usability test også mest, hvordan den informationssøgende bruger oplever en side.

Bogen: ”Web Site Usability: A Designer’s Guide” (1999), Skrevet af Jared Spool, beskriver flere ting der spiller ind, i forhold til website usability. Det skal nævnes, at bogen er fra 1999, men stadig meget indeholder information, som er relevant for informationssøgning og surfing på websider. Desuden bruger Spool langsom internet hastighed, som en begrundelse for at tekstlinks er bedre end grafiske links, da tekstlinks vil blive indlæst hurtigere og derfor læst først. Dette er dog ikke et problem i vores samtid, eftersom vi ikke er hämmet internettets hastighed.

I bogen bliver det beskrevet hvordan han, sammen med nogle samarbejdspartnere, har afprøvet ni forskellige hjemmesider, med testen som han kalder for en "scavenger hunt". Denne test går hovedsageligt ud på at finde information på hjemmesider. Ud fra disse tests er han kommet frem til nogle forskellige usability problemer, som gør sig gældende ved informationssøgning via hjemmesider.

En ting som først og fremmest er meget vigtig, er at den markante forskel på, om man søger efter information, når man besøger et websted, eller om man "surfer". Hvis man er informationssøgende på et bestemt websted, vil man oftest være meget mere fokuseret på det, man specifikt vil lede efter.

Derfor ønsker brugerne af denne type hjemmeside, ikke at blive distraheret af forskellige ting som reklamer, grafik, animationer og lignende, som ikke er relevante for ens ærinde på siden. Modsat informationssøgning, vil man, når man surfer, kigge efter noget, der er spændende eller interessant. Derfor har man større tendens til, at blive distraheret eller inspireret af tilfældige links og grafik, som måtte finde sted, på det pågældende websted. Man er derfor heller ikke lige så målrettet, som når man søger efter information.

I forhold til det grafiske design, har Spool (2006) fundet ud af, at et grafisk design hverken øger eller minimerer sværhedsgraden når en bruger skal finde en information, når det gælder informationssøgning.

I "scavenger hunt" testen er der inddraget tre hjemmesider; Hewlett Packard, Disney og Olympic, som var meget grafiske intensive og umiddelbart professionelle af udseende, trods dette, så var tendensen ikke, at de grafisk tunge hjemmesider klarede sig bedst i testen. Den

hjemmeside som klarede sig bedst i "scavenger hunt" testen, var en hjemmeside, som hed <http://www.edmunds.com>, denne var mest baseret på tekst. Det bør dog også nævnes, at det grafiske design har andre funktioner end at hjælpe brugere med at finde information, da det er med til at give et bedre helhedsindtryk af et websted. Da der som sagt er stor forskel på informationssøgning og "surfing", vil designet også have en meget større indflydelse på den sidstnævnte.

Hvis man designer til en informationssøgende bruger, vil man fokusere på, at gøre det let og enkelt for brugeren, at finde den pågældende information. Dette vil man typisk gøre ved, at man så vidt muligt lader være med, at bruge for mange animationer og bevægelser på hjemmesiden, fordi disse kan være distraherende. Navigationen skal gøres tydelig og let for brugeren at benytte, til at finde information på en given side.

Det er selvfølgelig det modsatte, der vil gøre sig gældende for, hvis man designer til brugere der surfer. Brugeren der surfer vil man inspirere, da de ikke søger efter noget specifikt, men nærmere klikker på de ting, der ser spændende ud. Derfor er det op til designeren, at få det til at være spændende og indbydende. Jared Spool (1999) skriver følgende omkring dette:

"Why the stark difference? It appears that surfing (where check-through is critical to commercial success) is significantly different from information retrieval. We believe that designing for one may actually hurt a design for the other. Most web designers don't think of this distinction. This could complicate web design, given that it may not be possible to design one site for both purposes".

- Jared Spool

Udfra dette har vi fundet ud af, hvordan disse to forskellige former for brugere er, hvilket vil hjælpe os med at forstå designet af IMDb som websted. Den informationssøgende og surfende bruger vil begge, have forskellige kriterier som skal opfyldes for at tilfredsstille denne. Kriterierne kan opfyldes ved at designe efter den ene brugers krav - det skal dog nævnes, at hvis man designer for den ene bruger, kan det også være med til at skade designet for den anden.

2.1.4 Webstedselementer

Vi vil i dette afsnit beskrive hvilke elementer der er vigtige for et websted, hvad der danner dets indhold og hvornår er disse elementer mest brugbare. Dette er taget i forhold til de ovenstående principper og teorier om typer af websteder og hvordan brugerne benytter et websted.

Links:

Links er et af de mest essentielle elementer på et websted, da de er med at forbinde webstedets sider og er ansvarlige for brugernes navigation mellem siderne på et websted. (Nielsen, 2001)

I bogen "Godt Webdesign" (2001) af Jakob Nielsen, definerer han at der findes tre hovedformer for links, heraf:

- 1 **Strukturelle navigationslinks** danner strukturen for informations-rummet og tillader brugeren at gå til andre dele af rummet. De vil typisk være knapper på startsiden og links til sider der er underordnet i forhold til den aktuelle side.
- 2 **Associative links** inden for sidens indhold. Disse links er sædvanligvis understregede ord, der peger på siden med mere information om ankerteksten (link teksten).
- 3 **"Se også links"** med ekstra referencer. Disse links laves for at hjælpe brugerne med at finde det, de ønsker, hvis den aktuelle side ikke er den rigtige. I betragtning af vanskeligheden ved at navigerer på webben, reddes brugerne ofte af et velvalgt sæt af "se også links".

Ud fra de "scavenger hunt"-test som er blevet lavet af Spool på forskellige sider, er der to forskellige ting, som fører til hvor succesfulde brugere er. Den ene er brugerne skal være i stand til at forudse, hvor linket fører dem hen. Den anden ting er, at brugerne skal kunne skelne de forskellige links fra hinanden, som måtte stå sammen. Som sagt skal links laves således, at brugerne kan forudse, hvor de fører hen. Derfor bør man tænke over sproget, der gøres brug af, når man laver et link. Det er ikke altid, at brugeren tolker de samme termer på samme måde, som webdesigneren har tænkt.

Derfor skal man overveje beskrivelser af links, når man laver dem. Her bør links fungere som fremhævelser i trykte medier, hvor de giver brugerens øje noget at stoppe ved, når de læser teksten. Indgår der for mange ord i linkteksten, vil brugeren ikke få fat på meningen når de skimmer siden.

En anden ting der skal undgås, er brugen af "klik her" links, da ordene ikke er informations bærende. Det er derfor vigtigt at understrege de ord der har betydning. Nielsen (1993)

Det er bedre at skrive:

"Se vores liste over de nyeste film i biografen" i stedet for
"Klik her for listen over nyeste film i biografen"

En anden måde hvorpå man kan sikre at brugerne klikker på det rette link, er ved at benytte linktitler. Disse linktitler fremkommer som tekst bokse når musen holdes over et link, hvor der her videre kan beskrives hvad linket fører til.

Indhold og tekst:

Mens hyperlinks danner en struktur, skaber teksten en stor del af indholdet på et websted. Brugere besøger et websted på grund af dets indhold, design og struktur. Webstedet er der for at give brugerne adgang til indholdet. Jakob Nielsen sætter dette i perspektiv med et besøg i et teater:

"Når folk forlader teatret, ville du gerne, at de diskuterede, hvor godt stykket var og ikke hvor gode kostumerne var".

- Jakob Nielsen

Med det mener han stadigvæk designet er vigtigt, da det er med til at få visionerne levendegjort. Men at det i sidste ende er stykket der er det vigtige, og i dette sammenhæng indholdet på siden.

Undersøgelser af brugervenlighed, indikerer en stor fokusering på indholdet fra brugerens side Nielsen (2001). Når brugeren besøger en ny side, finder de straks området for sidens hovedindhold, gennemser dette for overskrifter og andre fingerpeg om, hvad siden handler om. Først hvis indholdet ikke har deres interesse, kigger de på sidens navigationsområde for ideer til hvor de ellers kan gå hen. Nielsen (2001)

Når man skriver tekst til websites, påvirker man ikke kun indholdet, man påvirker også brugeroplevelsen, da brugere først vil kigge på teksten og sidens overskrifter. Nielsen (2001) Teksten bør derfor holde sig inden for disse vigtige principper.

- Teksten på en hjemmeside bør være 50 procent mindre, end den man ville skrive i et trykt medie.
- Gør teksten overskuelig. Brugerne skal ikke læse lange tekst blokke, teksten skal derfor deles op i afsnit, overskrifter eller punktlister.
- Gør nytte af hyperlinks til at fordele en tekst ud på mange sider

Disse principper er alle baseret på brugerens måde at læse et websted på. Som nævnt i første princip for tekster på et websted, så skulle teksten skal være kortfattet. Forskningen har vist at det går 25 procent langsommere at læse fra en computerskærm, i forhold til trykte medier (Nielsen, 2001). Dette er dog afhængigt af skærmens opløsning, som ved forsøgets tid var lavere end nutidens skærme.

En stor tekst medfører at brugerne ikke ønsker at læse den, (Nielsen, 2001) påpeger derfor at teksten på en hjemmeside bør være 50 procent mindre, end i et trykt medie. Nielsen (2001) opdagede brugerne blev utålmodige, da teksten på webstedet blev for svær at læse. Dette medførte at brugerne ikke læste hele teksten, men i stedet skimmede teksten efter et specifikt nøgleord, en sætning som var spændende eller relateret til emnet de søgte efter. Dette blev også nævnt af Krug (2006). I en undersøgelse lavet af John Morkes og Jakob Nielsen, fandt de ud af, at 79 procent af deres testpersoner altid kun skimmede teksten.

Det ovenstående afsnit, forklarer hvilke elementer der er vigtige for et website og understreger vigtigheden af at designe et website som gør det nemmere for brugerne med at skimme indholdet.

2.2 Evaluering af websites

Formålet med at lave en usability evaluering er at identificere de problemer, der måtte være i et givet system. Dette kan bruges som et startpunkt til at raffinere et design, og der er flere måder en sådan evaluering kan gøre på.

Det bør overvejes, om det skal være en ekspertbaseret evaluering eller en brugerbaseret, hvilket er den, som vi gør brug af. Ydermere vil man også tage stilling til, om denne skal foretages i felten eller i et laboratorium, hvor vi gør brug af den sidstnævnte her. Resultatet af disse evalueringer vil komme i form af en liste over de problemer, som man er nået frem til, og denne vil være kategoriseret efter alvorligheden af de individuelle problemer. Desuden vil vi, som observatører, også få en stor portion kendskab og ikke mindst viden omkring webstedet og dets funktioner.

Fordelene ved den brugerbaserede evaluering er, at man har mulighed for at se på repræsentative brugere benytte det websted, som vi laver vores evaluering af. Dette betyder man får mulighed for at se på den direkte interaktion mellem bruger og system, hvilket læner sig tættere op af virkeligheden. Derudover har man i takt med, at brugeren løser opgaver muligheden for, at få vedkommende til at "tænke højt", som vil blive forklaret mere detaljeret. En sådan test vil være baseret på en række opgaver som vi har udført ud fra forskellige hensyn. Disse opgaver vil blive uddelt én efter én af en testleder, som har til formål at styre/overse testen. Man vil have en procedure, som man følger før, under og efter testen og dette gøres for at få konsistent data og sørge for at brugeren/testpersonen føler sig tilpas under hele scenariet.

2.2.1 Usability test

For at kunne udføre en usability test, er der en del ting man skal vide først. Der er ting, som kan gå galt under testen, hvis ikke forberedelsen er tilstrækkelig. Testen foregår i tre stadier: før testen, under testen og efter testen, og det er vigtigt at alle tre stadier forløber som planlagt. Det er derfor vi har valgt at bruge Jakob Nielsens bog "Usability Engineering" (1993) som en guideline til testen.

Til en usability test er det logisk, at man skal anskaffe sig en række testpersoner. Man bør overveje forskellige ting ved disse personer, da forskellige ting kan have indflydelse på resultatet. Nogle brugere kan for eksempel have erfaring med det testede system på forhånd, eller der kan være forskel på brugerens erfaring med IT-systemer generelt. For at kunne tage højde for disse faktorer er det vigtigt, at man samler denne information, og det kan for eksempel gøres via et spørgeskema.

Her vil man spørge ind til hvilke erfaringer brugeren har på de relevante områder til ens system.

De opgaver som testpersonerne bliver stillet, vil være lavet på en måde, således at man tester et bestemt område af et system eller systemet om helhed. Da vores websted f.eks. er meget omfattende, har vi lavet vores opgaver på en måde, så vi får testet de områder af siden, som vi har fundet interessante. Opgaverne er stigende i sværhedsgrad således, at testpersonen med stor sandsynlighed vil få en succesoplevelse i starten og på samme tid kan man se, hvornår systemet bliver for avanceret for brugerne.

Da man ikke på forhånd kan vide, hvor længe testen varer eller i det hele taget fungerer i praksis, bliver der foretaget en såkaldt pilot test. Pilot testen fungerer som et net til at fange de problemer, som man ikke har haft mulighed for at lægge mærke til under opskrivningen af opgaverne. Det kan sagtens være, at nogle af de formuleringer der er i opgaverne ikke giver mening for brugeren, og derfor vil dette kunne skabe problemer under den rigtige test. Foruden dette vil man også finde ud af hvor lang tid selve testen tager og om der er nogle af de stillede opgaver, som er sværere end man troede. Informationen man får ud af pilot testen benyttes til at tilpasse testen i sværhedsgrad, varighed, formulering osv.

Man bør sørge for at skabe et så realistisk miljø, som det er muligt, da testen skal være tæt på at afspejle virkeligheden. Da sådan en test foretages i et laboratorium, vil det være en god idé, at lave selve laboratoriet mere "hjemmeligt" ved at stille møbler, potteplanter mm. op. Dette vil være med til at gøre testpersonen mere trygge, hvilket også spiller en stor rolle for resultatet, da man i en sådan situation kan føle, at

man som person bliver testet frem for systemet. Det er derfor også vigtigt at man har alt det praktiske klar før testen og eventuelt drikkevarer/snacks, og at man lægger meget vægt på, at det er systemet der bliver testet og ikke personen selv. Desuden er det vigtigt at forklare personen, at hvordan hele opgaven virker, og at de kan stoppe testen undervejs, hvis de føler sig utilpassé. Man bør være sikker på, at alle eventuelle spørgsmål er besvaret inden man fortsætter til selve testen.

Under selve testen er det vigtigt, at man har en testleder, som har til funktion at styre selve testen, udlevere opgaver og eventuelt hjælpe testpersonen. Testlederen må dog ikke hjælpe testpersonen i en traditionel forstand, da testen skal være så naturlig, som det nu er muligt i et laboratorium. I et realistisk scenarie ville en bruger ikke have mulighed for konstant at spørge en ”ekspert” som sidder ved siden af, det er derfor kun muligt at udøve hjælp via hints. Hvis testpersonen kommer til at sidde helt fast i en opgave til trods små hints fra testleder, så er det også til opgave for lederen at have et overblik over, hvornår det er realistisk at gå videre i testen for at nå deadlines mm. Desuden er det også vigtigt, at testlederen husker brugeren på, at vedkommende skal ”tænke højt”, da dette er et vigtigt element i testen.

”Tænke højt” metoden er en simpel teknik, der er beregnet til at give et indblik i deltagerens tanker, mens de tester et produkt. Dette sker ved, at deltagerne, kommer med kommentarer omkring deres tanker, mens de udfører opgaven på testen. Dette kan være med til at få deltagerne til at udvise deres forvirring, frustration og måske deres fornøjelse, ved produktet.

Herunder er der vist en tabel over fordele og ulemper.

Fordele ved metoden	Ulemper ved metoden
Giver et indblik i deltagernes tanker	Det kan virke unaturligt at tænke højt.
Kan hjælpe nogle af brugerne, til at fokusere og koncentrerer..	At tænke højt sænker deltagernes overvejelsesproces, men gør dem mere opmærksomme på hvad de foretager sig.
Testleder kan følge med i hvornår misforståelser og forvirring opstår.	Det er hårdt, for en testperson, at skulle forklarer deres tankegang konstant.
Deltagere kan forklare hvordan de forstår opgaven og hvordan de har tænkt sig at løse den.	

Tabel 1. Fordele og ulemper ved "tænke højt metoden"

Efter selve testen takker man testpersonen og lader dem vide, at de har været en stor hjælp. Man foretager en debriefing, hvor man vil spørge ind til forskellige ting såsom, hvordan de føler, at testen er foregået og eventuelt hvad de synes var godt og/eller skidt ved det testede system. Man kan også benytte debriefingen til at høre, om testpersonen har yderligere kommentarer til testen i heldhed eller andet relevant. Det er dog ikke altid, at testpersonens forslag kan benyttes i et praktisk/designmæssigt sammenhæng, da forskellige brugere ofte kan give forslag som modsiger hinanden. Debriefingen skal også ses på, som en måde at afslutte testen på en mild måde for brugeren.

Vi har under vores tests kunnet bruge den viden, som vi har opnået af at læse Jakob Nielsen: "*Usability Engineering*" (1993) til at sørge for, at det hele forløb som planlagt. Derfor har vores opnået viden ud fra dette også været med til at sørge for, at vi fik det ud af testen, som vi havde planlagt.

3. Website: Internet Movie Database (IMDb)

Vi vil som en del af denne rapport skabe et overblik af hjemmesiden IMDb, ved at give en objektiv beskrivelse af sidens formål, layout, målgruppe, brugere, historie. Ved beskrivelsen af sidens layout, vil vi ved hjælp af en A3 side, beskrive IMDbs startside, ud fra et screenshot af denne. Derudover vil vi ligeledes, ud fra screenshots, lave et flowchart over en af vores testopgaver, for at forklare hvordan siden fungerer.

3.1 Overordnet beskrivelse

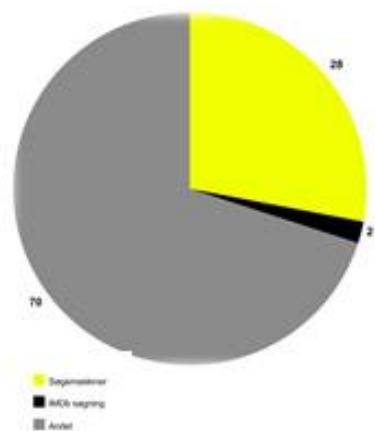
Vi vil herunder, give en beskrivelse af vores valgte websted. Dette skal være med til, at læseren får en forståelse for, hvad IMDb står for, og hvilken side det er. Yderligere vil vi komme ind på IMDbs historie, for at vise hvordan webstedet har udviklet sig gennem tiden.

3.1.1 Generelt

IMDb, som står for Internet Movie Database, er ejet af Amazon.com og fungerer som et opslagsværk. Webstedet indeholder informationer omkring; Film, Tv- programmer, skuespillere, film hold, fiktive karakterer, biografier, trivia, video spil og nyheder om film og skuespillere.

Idag er IMDb den mest populære side indenfor film, TV og skuespillere. Databasen indeholder over 150 millioner informationer, hvoraf mere end 2,7 millioner af disse informationer, er omkring film, TV og underholdningsprogrammer. Yderligere omhandler over 5,5 millioner af informationerne skuespillere og filmhold. Udover at webstedet er et opslagsværk, er det også en nyhedsside omkring skuespillere, serier og film. Webstedet bliver hver måned besøgt af mere end 190 millioner mennesker.

3.1.2 Statistik over IMDbs Brugere.



Graf 1. Besøgende på IMDb

IMDb har mere end 190 millioner unikke besøgende om måneden, (<http://www.imdb.com/pressroom/about/>, tilgået 07/11/2014) hvoraf ca. 30 % af den besøgende trafik kommer fra søgemaskiner. IMDbs statistikker viser dog, at det kun er 2% (sort farve på graf 1) ud af de samlede 30%, som kommer ind på webstedet, ved at søge direkte på "IMDb" i en søgemaskine. De resterende 28% (gul farve på graf 1) kommer ind på webstedet ved søgning på "film" eller lignende. (www.alexa.com/siteinfo/imdb.com, tilgået 24/10/2014) Dette betyder, at mange af IMDbs brugere, der kommer fra søgemaskinerne, ikke ledte direkte efter filmen på IMDbs side, men er kommet derind via en søgemaskine.

Statistikker viser, at IMDb har en såkaldt bounce rate på ca. 32 %. En bounce rate er et tal, der viser hvor mange procent af brugerne der forlader webstedet efter kun at have besøgt én specifik side (www.hmtweb.com/blog/2007/08/bounce-rate-and-exit-rate-what-is.html, tilgået 24/10/2014). En umiddelbar antagelse vil være, at besøgende der kommer fra søgemaskiner, ville finde den information de søgte og derefter forlade hjemmesiden.

- Katrine Leth Overgaard ▾
- Site Settings
- YOUR ACTIVITY**
- Your Profile
- Your Lists
- Your Ratings
- Recently Viewed
- Logout

Billede 1: Menuen for en registreret bruger

3.1.3 Registrerede brugere

IMDb fungerer også som et fællesskab for filminteresserede. For at kunne deltage i dette fællesskab, skal man dog oprette sig som bruger på hjemmesiden (Billede 1). Herefter kan brugeren bedømme, skrive anmeldelser, samt rapportere goofs til film og TV-serier i databasen. Derudover kan brugerne lave deres egne lister, afstemninger og quizzere med film, serier eller skuespillere fra databasen. IMDb har dedikeret en underkategori, hvor film fans kan benytte sidens message board, som er et forum, til at skrive om og diskutere film med hinanden. Brugere kan også rette i databasen og være med til at hjælpe med at forbedre og udvide databasen. Disse brugere kalder IMDb for contributors,

altså bidrager med viden om film mm. IMDb adskiller sig fra andre opslagsværker, som fx wikipedia, hvor man også har mulighed for at redigere sidens data. Dette skyldes at brugere, som ønsker redigere og overskrive teksten på wikipedia, kan gøre dette med øjeblikkelig virkning. Hvorimod informationen, som brugere af IMDb ønsker at ændre skal verificeres, samt godkendes før det bliver publiceret på IMDb.

3.1.4 IMDb Pro

IMDb har en professionel side som giver skuespillere, instruktører og andre relationer til filmindustrien, mulighed for at kontakte hinanden med henblik på et samarbejde. Producenterne kan søge specifikt efter skuespillere, som opfylder de krav, som produktionen af filmen kræver. Medlemskabet af Pro-versionen koster 149.99\$ for et årsmedlemsskab. Man kan endvidere vælge at betale pr. måned, hvilket koster 19.99\$.

IMDb Pro (Billede 2) er delt op i fire hovedområder (IMDb Pro, inHollywood, Backstage og Actors Access), som alle sammen indeholder tre underpunkter, hvilket er navngivet, Acting, Casting og Research.

- IMDb Pro indeholder alle funktioner under Acting, Casting og Research.
- *inHollywood's* primære funktion er Research. Det betyder skuespillere, filmproducenter mm har muligheden for at researche og indsamle informationer og data.
- *Backstage* indeholder funktioner fra flere af de tre underpunkter som er følgende: add photos, update resume, browse casting, people database
- *Actors Access* indeholder nogle af funktionerne under Acting og Casting. Skuespillere kan opdatere deres profil, tilføje billeder, samt Casting kan oprette roller og søge skuespillere.



Billede 2: Udsnit af IMDb Pro reklame

Historie

IMDb stammer fra en Usenet nyhedsgruppe, hvilket kan samlignes med det vi i dag kender som et internet forum, der kaldte sig "rec.arts.movies". Rec.arts.movies "gruppen" bestod af britiske film fans, samt en computer programmør, Col Needham. Col Needham havde lavet, en liste kaldet "Those Eyes" der omhandlede skuespillere med smukke øjne. Andre med samme interesse som Needham, lavede hurtigt andre lister der omfattede deres interesser indenfor film, hvor der heraf blev lavet lister. IMDbs historie starter i 1990, d. 17 oktober, da Col Needham publiserede en serie af scripts, som gjorde det muligt at søge en liste over credits, hvilket er en kildeangivelse til medvirkende i en film, fra rec.arts.movies.

Tabel 2. Tidslinje over IMDb

1990	Col Needham publiserede en serie af scripts, som gjorde det muligt at søge i Usenet gruppens data.
1993	IMDb gik fra at være en Usenet gruppe, til at være en uafhængig hjemmeside, der var skrevet og kontrolleret af Needham og hans personlige følgere.
1995	Col Needham sagde sit job op og gjorde IMDb til en legitim/berettiget hjemmeside, da IMDb oplevede en stigning i data tilføjelser, trafik og yderligere efterspørgsel på personale, som stadig var bestående af frivillige.
1996	IMDb blev et firma, der fik sin indtægt gennem reklamer, licenser og samarbejdspartnere.
1998	IMDb blev solgt til Amazon.com, da de ikke var i stand til at få tilstrækkelig finansiering. Col Needham forblev direktør for firmaet.
2001	IMDb publicerede deres billede service.
2002	IMDb tilføjede en abonnementservice, kaldet IMDB pro, som er rettet mod skuespillere og filmhold.
2003	Lavede IMDb en top 100 liste, der indeholdte de bruger der havde bidraget mest til siden. De fik derfor fri adgang til IMDbPro for et helt år.
2006	Det blev nu muligt for databasen, at understøtte separate lister over forskellige film hold til en episode af en tv serie. Dette beskrev Col Needham som den største forandring IMDb nogensinde har lavet til deres data model. Dette gjorde at titlerne i databasen gik fra 485.000 til næsten 755.000. IMDb fik yderligere tilføjet en funktion, som gjorde det muligt for skuespillere at tilføje resume og billeder mm. i 2006. IMDb's top 100 liste blev udvidet til top 150.
2007	Der blev nu tilføjet karakterers filmografi.
2008	I USA blev det muligt at se over 6000 film og TV-shows fra CBS, Sony og andre filmselskaber ved hjælp af link til amazon.com. Derudover lancerede IMDb deres første officielle udlandske version af siden på tysk: IMDb.de
2010	Top 150 brugerlisten blev yderligere udvidet til top 250.

3.2 Målgruppe

Vi har forsøgt at finde målgruppen for IMDb, men eftersom webstedet ikke har oplyst hvem målgruppen eller brugere er, har vi derfor ikke været i stand definere en målgruppe for webstedet.

Der kan dog argumenteres for, at siden henvender sig til folk, som er film interesserede. Graden af interesse i film kan variere fra de enkelte brugere. Nogle vil bruge IMDb til at finde navnet på en skuespiller, en instruktør eller blot en bedømmelse på en film/serie. Andre vil søge yderligere information om filmene/serierne, fx hvor de blev optaget, hvor meget de har indtjent mm.

3.3 Illustration af designet

Vi vil herunder illustrerer IMDb, ved at beskrive webstedets stil, farver og former. Derudover vil vi give en beskrivelse af webstedets layout.

3.3.1 Stil, farver og former

En stor del af de elementer, som danner webstedets struktur, står i kontrast i forhold til hinanden. Farvepaletten består af hvide, sorte, mørkegrå, lysegrå nuancer som bruges især til baggrunden. IMDbs logo består primært af gule farver i forskellige nuancer, mens alle links der findes på webstedet er blå (Billede 3). Generelt er der mange billeder som er med til at skabe en farverig side.

Webstedet bruger en del skygger og gradients. Skygger bliver brugt til selve side kroppen, hvor der langs kanten af selve side kroppen, er lagt en skygge. Skygger er også brugt på drop-down menuerne i hovedmenuen. I begge tilfælde bruges skyggen til at skabe en afstand til baggrunden, som adskiller de forskellige objekter fra hinanden, ved fx dropdownmenuerne.

Gradients bliver også brugt til knapper på siden, hvor de er med til at give, knapperne et tredimensionel udseende.

Der er placeret en hovedmenu i toppen af siden, som indeholder fire menupunkter. Denne menu er konsekvent på alle sider. Knapperne i

Quick Links

[Full Cast and Crew](#)
[Trivia](#)
[Quotes](#)
[Awards](#)
[Message Board](#)

Explore More

Billede 3. IMDbs links.

menuen, er separeret med en gradient hvid til grå lodret streg. Derudover er der brugt gradients, til knapperne i hovedmenuens felter.

Når musen føres hen over disse felter, bliver de markeret med en lysere nuance. Dette indikerer at det er en knap, som kan interageres med.

Generelt er formerne på objekter som tekst bokse, firkantede og har afrundede hjørner. (Billede 4)



Billede 4. Viser sidens gradiant og sidens hovedmenu. Derudover ses IMDbs logo i højre side

Tekstboksene der er placeret i højre side på webstedet har en grå baggrund med en svag skygge i bunden og venstre side af hver kasse. Hver boks har en overskrift med en større skrifftype og lysebrun nuance. De forskellige links som fremgår i tekstboksene er blå, som bliver lilla når der har været trykket på dem én gang. Hvis der scrolles ned igennem hjemmesiden, er der forskellige kategorier, som er delt op i bokse. Markeringen for opdelingen af kategorierne er firkantede, med afrundede hjørner. Farven på denne markering har en svag grå farve med afrundede hjørner. I bunden af hjemmesiden er en grå sidefod, som er opdelt med to stippled linjer, der har funktionen at opdele den i to dele.

Startsiden

Her ses startsiden til IMDb. Dette billede er kun for overblik over startsiden indhold på hele forsiden. En normal computerskærm vil man kun kunne se en tredjedel, til halvdelen af hvad dette billede viser. På startsiden kan man finde relevante nyheder om film og skuespillere, se de nyeste trailers, film der udkommer i biograferne denne uge og film der snart udkommer og meget mere...

Hoved menuen

Øverst på siden findes IMDbs logo og hovedmenuen, som indeholder de fleste af IMDbs vigtige funktioner. I de fire menupunkter, kan der via en dropdownmenu, vælges flere underpunkter der fungerer som links. Udoover menuerne finder man også et søgefelt, hvorfra det er muligt at søge efter film, skuespillere, tv serier mm. i databasen. I venstre side af søgefelta er der placeret en drop down menu, hvor fra man kan specificere sin søgning. Denne hoved menu vil altid være i toppen af siden.

"Movies, TV og Showtimes", Under punktet finder man fire overskrifter. Movies, hvor man blandt andet kan finde information om film der går i biograferne, tider og billetter (kun i USA), trailers, film der snart udkommer, og kalender over nye film udgivelser. TV & video, findes Tv Home, som er et link til Tv forside, hvorpå de fleste relevante nyheder, og usendelses tider vises. Liste over sendetider af serier, links til lister med film som lige er udkommet på Amazon og dvd mm.

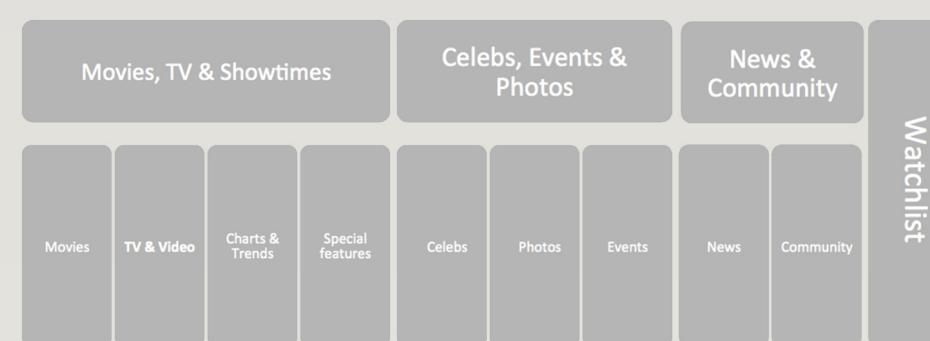
Under Chart and trends, finder man lyster over de mest populære film og tv-serier, box offices (film budgetter), Oscar Winners, Top 250 listen, som er IMDbs liste over de absolut bedste bedømte film, og til sidst most popular by genre, hvor det er muligt at se lyster over de mest populære film inddelt i genre.

Special features, hvor man blandt andet finder IMDb picks, what to og watch polls(afstemninger), hvor man under de to førstnævnte kan få inspiration til film.

"Celebs, Events & Photos", herunder kan man finde nyheder om kendte, hvilke der har fødselsdag i dag, og de mest populære filmstjerner. Begivenheder hvor man finder links til award shows, og andre events. Under photos finder man stillbilleder, film plakater, billeder fra film og tv premierer. Derudover finder man også her en samling af billeder kaldt 'billeder vi elsker'

"News and community", under dette menupunkt finder man nyhederne, hvoraf denne kategori er inddelt i fem sektioner, top, movie, tv, celebrity og indie news. Udoover nyheder finder man også fællesskabs delen hvor denne også er inddelt, heraf fire under kategorier: Message board, contributor zone, quiz, og til sidst Polls.

Hoved Menu



The screenshot shows the main content area of the IMDb homepage. It includes:

- Trailers**: Shows three movie trailers: "Avengers: Age of Ultron" (First Trailer), "The Hunger Games: Mockingjay - Part 1" ("Choice" TV Trailer), and "The Look of Silence" (Official Trailer).
- NewsDesk**: Shows a news item about Steve Coogan replacing Philip Seymour Hoffman in "Happyish".
- IMDb Snapshot - Latest Photos and Galleries**: Shows photos of stars like Amandla Stenberg, Matthew McConaughey, and Mark Wahlberg.
- Born Today**: Shows birthday profiles for Ryan Reynolds, Jessica Stroup, Sam Raimi, Ang Lee, and Amanda Stenberg.
- Editors' Spotlight**: Shows images from "The Walking Dead", a Twitter Chat, Fall TV 2014-2015 premieres, and Fall TV's top 10 new shows.
- Did You Know?**: Shows a snippet from "Hunger Games: La révolte - 1ère partie".
- Try the IMDb Quiz!**: Encourages users to take the IMDb Top 100 Films quiz.
- Showtimes**: Shows 104 movies playing near you.
- Opening This Week**: Lists movies like John Wick, White Bird, Oulja, Happy New Year, Laggies, Citizenfour, Snow Therapy, 23 Blast, Revenge of the Green Dragons, and Exists.
- Box Office**: Shows box office results for movies like Fury, Gone Girl, La légende de Manolo, Alexander and the Terrible, Horrible, No Good, Very Bad Day, and The Best of Me.
- Coming Soon**: Shows release dates for movies like Night Call, Avant d'aller dormir, ABCs of Death 2, Horns, and God the Father.
- Find us on Facebook**: Shows the IMDb Facebook page with 5,816,329 likes.
- Tweets**: Shows tweets from the official IMDb Twitter account (@IMDb) and other users.

Indhold på siden

- 1 Trailers**
I denne sektion af forsiden kan man se de nyeste trailers
- 2 NewsDesk**
Denne sektion viser top nyeder og nyheder inden for film, TV og Filmstjerner
- 3 IMDb Snapshot - Born Today - Editors Spotlight**
Did you Know
Disse sektioner finder man "Snapshot" som link til tre gallerier. Under den finder man "Born Today" hvor man kan se de film stjerne der var født den gældende dato. Editors Spotlight, hvor redaktørerne kan fremhæve nyheder, albumlister mm.
Did You Know? sektionen viser en "vidste du det" information om en film
- 4 Sidens Footer**
Her under finder man en masse links, lige fra vigtige informationer til hurtig links til forskellige populære undersider til IMDb
- 5 Showtimes - Opening This Week - Box Office**
Comming Soon
Disse fire sektioner er placeret i højre side af IMDb Showtimes viser de film der går i biografen nær din position Opening This Week, viser de film der kommer i biografen denn e uge
Box Office, viser regkskaber fra nye film
Coming soon viser de film som snart udkommer i biografen
- 5 Sociale medier**
Denne sektion i højre side viser et feed fra IMDbs sociale medier

Flowchart

Vi har lavet et flowchart, med det formål at skabe et overblik i forhold til navigation på IMDb. Flowchartet er lavet over opgave 4, der var en del af vores usability test. Der er fire stier, hvorpå det er muligt at finde frem til svarene på opgave 4. Vi har valgt at beskrive alle fire stier, men vi har highlightet den ene sti, som vi antager IMDb vil have folk til at bruge som deres standard.

Startside

Her ses IMDbs Startseite, som var udgangspunktet for opgaven.

The screenshot shows the main navigation bar with links for 'Movies, TV & Showtimes', 'Celebs, Events & Photos', 'News & Community', 'Watchlist', and 'Login'. Below the navigation, there are three movie trailers: 'IMDb Best of 2014 Countdown: Top 10 Stars' featuring Lucy Hale, 'The Last 5 Years International Trailer' featuring Adam Scott and Anna Kendrick, and 'Love, Rosie Official Trailer' featuring James Franco and Dove Cameron. A banner below the trailers reads 'IMDb Best of 2014' and 'This week we are counting down the Best of 2014! Make sure to check back all week to see the Breakout Stars, view our editors' favorite films, Top Box Office hits, and more. Plus, make sure to check our new IMDb Countdown series, hosted by Brooke Anderson.'

This screenshot shows the mobile version of the IMDb homepage. It features a large image of Boba Fett from Star Wars. Below it, there's a section for 'IMDb Best of 2014' with a link to 'Browse more trailers'. Further down, there's a 'Top 250' section with a list of movies and their ratings, including Star Wars: Episode VI - Return of the Jedi at the top. Other sections visible include 'CHARTS & TRENDS' and 'SPECIAL FEATURES'.

This screenshot shows the desktop version of the IMDb homepage. It features a large image of Boba Fett from Star Wars. Below it, there's a section for 'IMDb Best of 2014' with a link to 'Browse more trailers'. Further down, there's a 'Top 250' section with a list of movies and their ratings, including Star Wars: Episode VI - Return of the Jedi at the top. Other sections visible include 'Opening This Week', 'Now Playing (Box Office)', and 'Coming Soon'.

This screenshot shows another desktop view of the IMDb homepage. It features a large image of Boba Fett from Star Wars. Below it, there's a section for 'IMDb Best of 2014' with a link to 'Browse more trailers'. Further down, there's a 'Top 250' section with a list of movies and their ratings, including Star Wars: Episode VI - Return of the Jedi at the top. Other sections visible include 'Opening This Week', 'Now Playing (Box Office)', and 'Coming Soon'.

Startside + Top 250

Her vises startsiden, hvor musen er blevet ført op i drop-down menuen "Movies TV & Showtimes", klikke på "Top 250"

Startside + film søg
Vi er på startsiden, men i dette billede bruges søgefeltet, til at søge på en film, som er kategoriseret under genre "Sci-Fi" i dette tilfælde "The Mist".

Startside + Filter
Via startsiden, bliver der klikket på drop-down filteret ved siden af søgerfeltet, og efterfølgende på "Advanced Search"

Startside + Drop-down
Nu vises startsiden, hvor musen er blevet ført op i drop-down menuen "Movies TV & Showtimes" for at klikke på "Most Popular by Genre".

This screenshot shows the mobile version of the IMDb homepage. It features a large image of Boba Fett from Star Wars. Below it, there's a section for 'IMDb Charts Top 250' with a link to 'Take the Quiz!'. Further down, there's a 'Top Movies by Genre' section with a list of genres and their corresponding movie titles, including 'Sci-Fi' at the top. Other sections visible include 'IMDb Charts Top 250' and 'IMDb Charts Top 100'.

This screenshot shows the desktop version of the IMDb homepage. It features a large image of Boba Fett from Star Wars. Below it, there's a section for 'IMDb Charts Top 250' with a link to 'Take the Quiz!'. Further down, there's a 'Top Movies by Genre' section with a list of genres and their corresponding movie titles, including 'Sci-Fi' at the top. Other sections visible include 'Quick Links', 'Related News', 'Title Text Search', 'Name Text Search', and 'Recently Viewed'.

This screenshot shows another desktop view of the IMDb homepage. It features a large image of Boba Fett from Star Wars. Below it, there's a section for 'IMDb Charts Top 250' with a link to 'Take the Quiz!'. Further down, there's a 'Top Movies by Genre' section with a list of genres and their corresponding movie titles, including 'Sci-Fi' at the top. Other sections visible include 'Most Popular by Genre' and 'Popular Subgenres'.

Inde på "Top 250" listen, føres musen over i højre side af siden, hvor informationsboksene befinner sig. Her klikkes der på linket "Sci-Fi", under "Top Movies by Genre". (Kommer ind på genre side)

Flmside
Via filmen "The Mist" føres musen ned under filmens titel, hvor linket til genre "Sci-Fi" står. Derefter klikkes der på linket.

Adv. search + Genre link
Under "Advanced Search" bliver der klikket på hyperlinket "Genre", i informationsboksen, som er placeret i højre side.

Genreside
Inde på "Genresiden" føres musen ned på linket "Sci-Fi" og klikker på det.

This screenshot shows the mobile version of the IMDb genre page for "Sci-Fi". It features a large image of Boba Fett from Star Wars. Below it, there's a section for "Most Popular Sci-Fi Feature Films" with a list of movies, including "The Hunger Games: Mockingjay - del 1" at the top. Other sections visible include "Refine By:", "Highest Rated Sci-Fi Titles", and "Highest Rated Sci-Fi With At Least 1,000 Votes".

This screenshot shows the desktop version of the IMDb genre page for "Sci-Fi". It features a large image of Boba Fett from Star Wars. Below it, there's a section for "Most Popular Sci-Fi Titles" with a list of movies, including "The Hunger Games: Mockingjay - del 1" at the top. Other sections visible include "Refine By:", "Keywords", "Highest Rated Sci-Fi With At Least 1,000 Votes", and "Highest Rated Sci-Fi With At Least 1,000 User Ratings".

This screenshot shows another desktop view of the IMDb genre page for "Sci-Fi". It features a large image of Boba Fett from Star Wars. Below it, there's a section for "Most Popular 'Time Travel' Sci-Fi Titles" with a list of movies, including "The Hunger Games: Mockingjay - del 1" at the top. Other sections visible include "Feedback? Tell us what you think about this feature.", "Highest Rated 'Time Travel' Sci-Fi Titles", and "Highest Rated 'Time Travel' Sci-Fi Titles".

Tittelliste
Inde på titellisten over genre, bliver der klikket på "Keywords", i informationsboksen, der er placeret i højre side. Opgave 4, spørgsmål a vil dette tidspunkt have været besvaret.

Tittelliste + keywords
Titellisten er nu ændret således at en informationsboks, som indeholder "Keywords", er dukket op. I denne informationsboks bliver der klikket på "Time Travel". Opgave 4,

Tittelliste + Time travel
Titellisten viser nu en liste over de mest populære film, samt serier med genren "Sci-Fi", som indeholder tidsrejsjer.

Tittellisten bliver sorteret efter "User Rating" frem for "MOVIEmeter" og dermed vil listen være sorteret efter de højst rangeret "Sci-Fi"/"Time Travel" film. Film nummer 1 på denne liste vil være den højst rangerede film. Opgave 4, spørgsmål c vil på dette tidspunkt være besvaret.

4. Metode

Vi har under forløbet af denne rapport brugt usability test, som et redskab til analysering og evaluering af hjemmesiden IMDb. Vi lavede en indledende pilottest, for at sikre os, at vi dækkede de nødvendige kriterier for den endelige test. Som følge af dette blev opgaverne rettet til, og derefter udførte vi den egentlige test med otte testpersoner, som vi havde udvalgt. Dernæst udarbejdede vi en problemliste.

4.1 Formål

Formålet med usability testen var at danne et fagligt grundlag for evalueringen, og udvælgelse af hvad der var godt og mindre godt ved IMDb.

4.2 Deltagere

Herunder vil vores testpersoners demografiske data beskrives, samt vil der være en beskrivelse af, hvordan vi har rekrutteret dem. Yderligere har vi indsat de demografiske data i et skema for at danne et bedre overblik over dataene.

4.2.1 Fakta

De otte testpersoner, der deltog i vores evaluering, bestod af fire kvinder og fire mænd. De havde en gennemsnitsalderen på 30 år, og havde en individuelt variende erfaring inden for fire kategorier, heraf IT, IMDb, film erfaring og engelsk kundskaber. Graden af testpersonernes erfaring blev bedømt, af dem selv, ud fra en skala som lød "Ingen, Begynder, Let øvet, Erfaren og Meget erfaren". Alle testpersonerne mente, de havde en erfaring indenfor alle kategorierne, undtagen testperson 1 som ingen

erfaring havde inden for film, samt ingen erfaring inden for IMDb. Testperson 3 og 6 mente ligeledes, de ingen erfaring havde inden for IMDb (Se tabel 3 næste side).

4.2.2 Udvælgelsesproces

For at skabe en usability evaluering med realistiske rammer og et realistisk scenario, blev vores deltagere valgt ud fra en række opstillede kriterier. Disse kriterier blev skabt med udgangspunkt i den brugergruppe, som IMDb menes at henvende sig til, samt vores personlige erfaringer med hvilke personer, der gør brug af siden. Foruden dette har vi opsat en række kriterier, for at sikre vores deltagere havde en chance for at gennemføre evalueringen.

Nedenfor er vores inklusionskriterier for deltagerne:

- Deltagerne skal i nogen grad have kendskab til det engelske sprog
- Deltagerne skal i nogen grad have kendskab til IT
- Deltagerne skal være inden for aldersgruppen 20-50 år
- Halvdelen af testgruppen skal have mere eller mindre kendskab til IMDb, hvor den anden halvdel ikke skal have kendskab til IMDb

Vi fandt og rekrutterede vores deltagere gennem venner, familie og bekendte, som blev sat op mod vores kriterier. Enkelte individer blev efterfølgende udvalgt, fordi de passede indenfor vores opsatte rammer, af hvad vi så som en realistisk bruger.

Vi erhvervede os mere demografisk data, ved at bruge vores udarbejdede spørgeskema. Dette spørgeskema blev udleveret til, og udfyldt af, testpersonerne før evalueringen begyndte. Spørgeskemaet tog udgangspunkt i vores kriterier. Det vil eksempelvis sige at, testpersonen skulle give udtryk for sin 'IT-erfaring' ud fra en skala, som lød "Ingen, Begynder, Let øvet, Erfaren og Meget erfaren".

Testperson	Køn	Alder	IT erfaring	IMDb erfaring	Film erfaring	Engelskundskaber
1	Kvinde	44	Let øvet	Ingen	Ingen	Let øvet
2	Mand	21	Let øvet	Let øvet	Erfaren	Erfaren
3	Kvinde	27	Let øvet	Ingen	Begynder	Let øvet
4	Mand	24	Erfaren	Let øvet	Begynder	Erfaren
5	Kvinde	34	Erfaren	Erfaren	Erfaren	Erfaren
6	Kvinde	21	Let øvet	Ingen	Erfaren	Meget Erfaren
7	Mand	20	Meget Erfaren	Meget Erfaren	Meget Erfaren	Meget Erfaren
8	Mand	26	Meget Erfaren	Erfaren	Let øvet	Meget Erfaren

Tabel 3. Demografi over testpersoner

4.3 Test-setup

Vi vil her beskrive det udstyr, vi benyttede under usability testsen.

Yderligere vil vi beskrive vores fysiske setup ved hjælp af tekst og billeder.

Vores tests blev udført i et usability laboratorium ved Cassiopia Aalborg Universitet. Laboratoriet bestod af et kontrolrum, et observationsrum og to testrum. I vores test var det kun nødvendigt at bruge det ene af de pågældende testrum, da vi ikke skulle have to brugere til at interagere på tværs af rum. Rummet var opbygget med envejsglas til henholdsvis observationsrum og kontrolrum. Det gjorde at testpersonen ikke kunne se ind i disse lokaler, mens observatører og kontrollanter kunne overvåge hvad der skete i testrummet.



Billede 5. Testleder og testpersonens stole



Billede 6. Testperson sidder ved computer

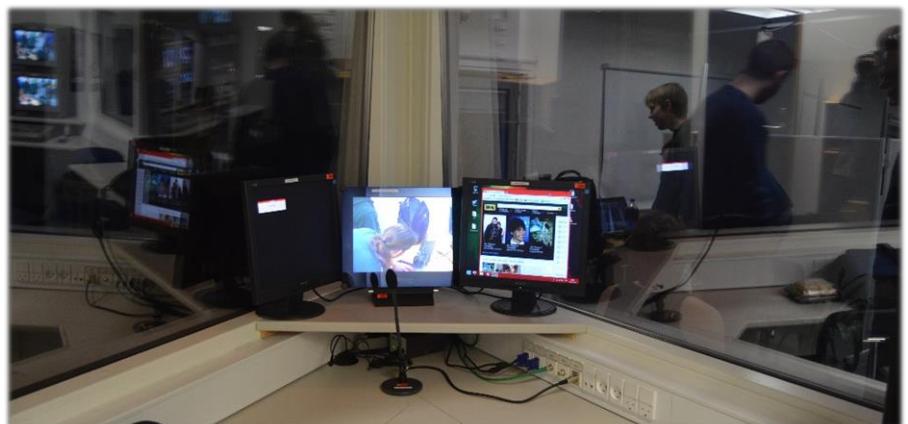


Billede 7. Test setup, med inventar

I testrummet var der en computer (Billede 7), som testpersonen kunne interagere med. En ekstern skærm, mus og tastatur blev tilsluttet til deltagernes brug. I testrummet var der to roterbare kameraer, som kunne kontrolleres inde fra kontrolrummet via en kontrolpult. Derudover var der en mikrofon som optog lyden, samt gav observatørene, i observationsrummet og kontrolrummet, mulighed for at høre hvad testperson og -leder sagde via højtalere. Endvidere var der placeret en mixer i kontrolrummet, som gjorde det muligt at kontrollere styrken på lyden, der blev optaget med mikrofonen. (Billede 8)



Billede 8. Kontrolrum med monitorer



Billede 9. Kontrolrum

I kontrolrummet var der to monitorer, som observatørerne kunne benytte til at se skærm-outputtet fra testcomputeren. Der var også en mikrofon, som kunne bruges til kommunikation mellem testrum og kontrolrum. Denne mikrofon var, modsat den i testrummet, ikke tændt konstant, men skulle aktiveres ved hjælp af en knap. (Billede 9) Det samme var tilfældet i observationsrummet, hvor der ligeledes var monitorer som viste skærmoutput og videofeed fra overvågningskameraet.

Observatører og loggere, som befandt sig i observationsrummet, kunne ligeledes kommunikere med testrummet via en mikrofon.



I observationsrummet var der opstillet to skærme, placeret ved envejsspejlet. Observatørene havde derved indblik i, hvad der blev filmet, og de kunne derved bedre følge med i testen. På den ene skærm var personerne i testrummet vist, mens den anden skærm viste, hvad testpersonen foretog sig på computeren. Stående mellem skærmene var der en mikrofon, som gjorde det muligt for observatørerne at kommunikere med testrummet. (Billede 10)

Billede 10. Observationsrum

For at gøre testrummet mindre klinisk og mere virkelighedstro, var det under evalueringen indrettet som en stue, med sofa'er og dertilhørende sofabord. Derudover var der rundt i testrummet opstillet planter, vaser, lamper mm. Testperson og -leder sad i bløde "stue-stole", og der blev under evalueringen serveret diverse drikkevarer og småkager.

4.4 Testopgaver

Vi vil her beskrive hvad hensigten med vores opgaver var. Vi vil her inkludere en tabel, der giver en oversigt over vores opgaver, samt løsningen på dem. Dertil vil der være en beskrivelse af, hvordan vi har opbygget dem.

Vi forsøgte at opbygge opgaverne til vores usability testen, således at opgaverne blev gradvist sværere des længere testpersonen kom i opgaverne. Dette vil sige at vi forsøgte gøre opgave 1 til den letteste og opgave 6, til den sværreste. Vi forsøgte at gøre dem sværere ved, at testpersonerne blev ført dybere ind på hjemmesiden. Dette vil sige testpersonen skulle starte med at gøre brug af sidens mere basale

egenskaber, såsom søgning og aflæsning af informationen mm. Ligeledes ledte opgaverne også testpersonen hen, på de mere udfordrende dele af hjemmesiden, eksempelvis brugen af avanceret søgning, samt informationssøgning af mere specifikke elementer, funktioner mm.

Det kan diskuteres hvorvidt, vi opnåede den sværhedskurve, som vi forsøgte at ramme i vores opgaver. Dette vil også både være afspejlet i vores problembeskrivelse, samt kapitel 5 der omhandler resultaterne af testen.

Derudover var det vigtigt i udviklingsfasen, at alle scenarierne omkring opgaverne var realistiske. Der var derfor til hver opgave, og dertilhørende spørgsmål, en tekst som havde til formål at motivere læseren (Se bilag 23: Usability opgaver). Den motiverende tekst vil ikke blive nævnt i gennemgangen af opgaverne. De fleste af opgaverne var informationssøgende, hvilket betyder, at der er en konkret løsning til opgaven. De resterende var "surfer" opgaver, hvor der ikke fandtes noget konkret svar.

Den nedenstående tabel, er en oversigt over de opgaver, vi har stillet vores testpersoner. Vi har her indsat vores opgaver, samt beskrevet en løsningen til hver enkelt spørgsmål under deres pågældende opgave, og om der findes et konkret svar til dem. Tabellens formål er at give et overblik over vores opgaver, samt hvordan det er muligt at løse dem (Se Tabel 4). For at se en begrundelse for valg af opgaver, (Se bilag 49: Beskrivelse af opgaver)

Tabel 4. Beskrivelser af opgaver, samt løsning

Opgave	Opgavebeskrivelse	Løsningsbeskrivelse	Svar
1.a	Hvad er navnet på instruktøren af filmen '300', og hvem spiller rollen som King Leonidas i filmen?	Findes under filmsiden under "Director" og "Cast"	Zack Snyder og Gerard Butler
2.a	Find ud af hvor mange stjerner serien har fået.	Ses på seriesiden, i en gul stjerne	8.0 stjerner
2.b	Er der flere mænd end kvinder der har været inde at bedømme serien?	Findes på seriesiden under "Rating from xx.xxx users". Her ses stemmerne fra mænd og kvinder	Nej
2.c	Find en alternativ serie til 'Pretty Little Liars' som du kunne have lyst til at se.	Findes på seriesiden under "People who likes this also liked:"	Ingen præcis løsning
3.a	Find den bedst bedømte film ifølge IMDb.	Findes under top 250	En verden udenfor
3.b	Find filmens trailer og se starten af traileren.	Findes på filmsiden. Stor knap med teksten "Watch trailer"	'Watch trailer-knappen'
3.c	Find den nyeste udgivet film han har instrueret	Findes under instruktørens personside, under director i filmography.	The Mist
4.a	Find genren sci-fi.	Findes under "Movies, TV & showtimes" Most popular by genre.	Ingen præcis løsning
4.b	Find en sci-fi film som omhandler tidsrejsler.	Findes under keywords i højre side, på eks. sci-fi siden	Ingen præcis løsning
4.c	Find den højest rangerede sci-fi titel som omhandler tidsrejsler.	Findes ved at sortere efter "user rating"	Inuyasha
5.a	Find en liste over film der udkommer i december måned	Under "Movies, TV & Showtimes", Link der hedder "Coming soon"	Ingen præcis løsning
5.b	Er der oplyst en dansk udgivelsesdato for filmen?	Udgivelsesdato for en film er ved siden af filmen navn.	Ingen præcis løsning
6.a	En af dine venner påstår at filmen 'Cinderella' ifølge imdb er den populæreste film der udkom i 1950. Du kommer hjem og vil finde ud af om påstanden er korrekt.	Under avanceret skal der i højre side vælges år.	Påstanden er korrekt
6.b	Find ud af hvor mange titler Sylvester Stallone og Arnold Schwarzenegger har spillet sammen i.	Under den avancerede søgefunktion skal der vælges "Collaborations and overlaps" Derefter "Two people working together"	28 titler

4.5 Procedure

Usability evalueringen af hjemmesiden IMDb, var indelt i 3 faser; briefing, usability test og debriefing. Herunder beskrives hver fase, i den række de blev udført.

4.5.1 Briefing

Inden evalueringen påbegyndte, blev testpersonen tildelt et spørgeskema (Bilag 2, Spørgeskema til testpersoner) som omhandlede testpersonens kvalifikationer og erfaring indenfor blandt andet brug af computere i dagligdagen, samt kundskab til engelsk. Testpersonen og testlederen satte sig foran foran testcomputeren, og kontrolrummet indstillede kameraerne, samt mikrofonen til at optage. Evalueringen startede med en introduktion (Bilag 12, Introduktion), hvor det blev forklaret for testpersonen, hvad evalueringen gik ud på og hvilke parametre, der gjaldt for selve evalueringen. Introduktionen blev læst op fra en udskrevet udgave, således alle testpersoner fik præcis samme information. Herefter blev testpersonerne bedt om at læse og underskrive en samtykkeerklæring (Bilag 13, Samtykkeerklæring skabelon) der gav samtykke til, at usability evalueringen kunne benyttes til akademisk brug. Når både testperson og testleder havde underskrevet samtykkeerklæringen, begyndte evalueringen.

4.5.2 Usability test

Usability testen foregik på den måde, at testlederen udleverede en enkelt opgave (Bilag 23, Usability opgaver) af gangen, hvorefter testpersonen læste opgaven op. Derefter begyndte testpersonerne at bruge webstedet, via testcomputeren, til at løse den udleverede opgave. Når testpersonen

havde svaret på en opgave, og givet udtryk for at svaret var fundet, blev en ny opgave udleveret. Denne process blev gentaget indtil, der ikke var flere opgaver eller testen blev stoppet på grund af tidspres. Under usability testen spurgte testlederen ind til testpersonens brug af webstedet og tanker omkring det, dog uden at hjælpe.

Havde testpersonen fundet et forkert svar, bad testlederen testpersonen om at lede videre. Det hændte at enkelte testpersoner ikke kunne finde svaret på de stillede opgaver, hertil stillede testlederen få ledende spørgsmål for at hjælpe testpersonen på vej. Hjulp disse ikke, gik testpersonen videre til næste opgave uden at svare på den foregående opgave. Det hændte også at testlederen stoppede en testperson før tid, eftersom vedkommende brugte for meget tid.

Parallelt med usability testen blev der optaget både lyd og video, af det der foregik i testrummet. Ligeledes blev alle observationer nedskrevet af to personer i logfiler. Derudover blev der noteret forskellige tider, bl.a. hvor lang tid testpersonen brugte til hver opgave. Dette blev udført af en "tidstager", der befandt sig i observationsrummet sammen med personerne der loggede.

4.5.3 Debriefing

Når usability testen var afsluttet, kom debrieferen ind i testrummet. Under debriefingen blev der fulgt op på spørgsmål, der omhandlede testpersonens brug af webstedet, som testlederen ikke fik stillet. Derudover blev der stillet nogle generelle spørgsmål, som havde til formål at give svar på testpersonens oplevelse af testen. (Bilag 25, Debriefing skabelon) Herefter stoppede kontrolrummet for optagelsen, som afslutning på usability evalueringen.

4.6 Dataopsamling og -analyse

Der blev lavet en detaljeret beskrivelse af usability evalueringens opsamling af data, samt hvordan denne blev analyseret til videre brug.

Der blev optaget video, samt lyd af hele forløbet, herunder briefing, test og den efterfølgende debriefing. Dataene blev efterfølgende brændt ned på en DVD (Bilag 50, Links til optagelser), som blev gengivet adskillige gange for at observere og identificere, de usability problemer der måtte vise sig. For at gå fra otte videooptagelser til en færdig problemliste, og færdige logfiler, var der en arbejdsprocess. Denne process startede med, at gruppen gjorde brug af et lokale med en projektor, for at optagelserne kunne blive afspillet på storskærm, således alle gruppens medlemmer kunne følge med. Under filmen blev der uddelegeret opgaver, et gruppemedlem stod for styringen af videoafspilningen, et andet gruppemedlem skrev de problemer ned som forekom, og et tredje gruppemedlem loggede. Resten af gruppens medlemmer observerede og noterede usability problemer, samt skrev generelle noter. Under gennemgangen af videooptagelserne, blev der diskuteret og argumenteret for, hvorfor der var eller ikke var et usability problem. Denne process blev foretaget en gang til hver film. Dernæst blev der udarbejdet en problemliste, ud fra logfilerne, hvor problemerne blev identificeret, ved hjælp af en række kriterier som var følgende (Kjeldskov, ID1. 2014):

- Brugeren var forsinket eller forhindret i at fuldføre en opgave
- Brugeren følte sig frustreret
- Brugeren lavede fejl
- Brugeren overså vigtig information

Da et udkast af problemlisten var udarbejdet, delte gruppen sig ud i hold på 2-3 gruppemedlemmer, og derefter blev de otte videooptagelser uddelegeret blandt holdene, og gennemset endnu engang. Denne gang blev de foreløbige problemnumre, fra problem listen, tilføjet til den eksisterende logfil (Bilag 41-48, Logfiler). Efter dette var gjort, og alle problemerne var blevet nedskrevet, blev disse indelt i kategorier (katastrofalt, kritisk, alvorlig og kosmetisk), for efterfølgende at blive rangeret efter hyppighed. Dette førte til, at der blev føjet nye numre til problemlisten, samt at de allerede eksisterende numre blev omarrangeret, hvilket blev redigeret ind i logfilerne. Til sidst blev logfilerne gennemlæst af tre gruppemedlemmer, for at sikre problemerne fra problemlisten stemte overens, med de problemer som stod i logfilerne. Der blev herefter udarbejdet en beskrivelse af de problemer, som vi nåede frem til.

5. Resultater

Vi har under forløbet med usability evalueringen og de efterfølgende analyser fundet frem til hvad vi mener, der fungerer godt og hvad der fungerer mindre godt på IMDb. Vi vil ud fra disse analyser, danne otte emner, hvoraf tre emner fungerer godt og fem fungerer mindre godt, på webstedet. De tre emner der fungerer godt tager udgangspunkt i debriefing og de fem emner, der fungerer mindre godt tager udgangspunkt i vores problemliste ([bilag 38](#)) Vi vil herunder beskrive emnerne og begrunde hvorfor vi har valgt disse.

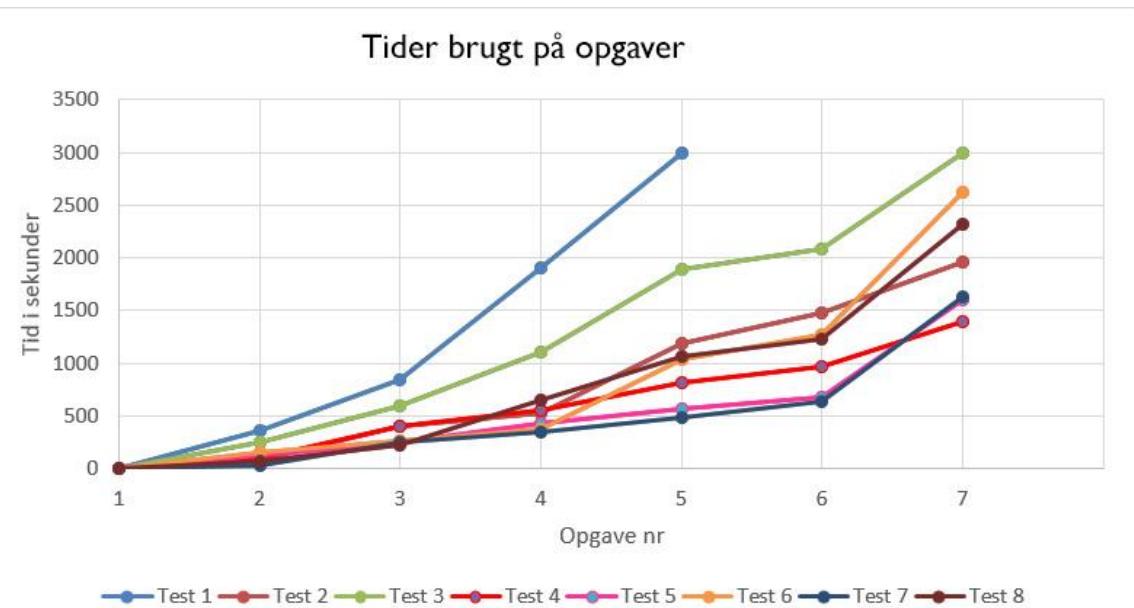
5.1 Hvad fungerer godt?

Første del af resultaterne omhandler emner der fungerer godt på IMDb.com. Dette indebærer tre emner vi har valgt. Disse er: "Information på IMDb", "kommende film" og "IMDb som inspirationskilde". Emnerne, i dette afsnit, vil tage udgangspunkt i den kvalitative data, fra usability testen, i form af debriefingen, som blev foretaget efter testen. I disse interviews har vi fået meninger og kommentarer fra testpersonerne, om hvad der virker godt, samt tager disse tre emner udgangspunkt i kvantitative data fra logfilerne.

5.1.1 Information på IMDb

Det første emne omhandler den information, som er tilgængelig på IMDb og hvorfor dette fungerer godt. I dette afsnit vil vi komme ind på, enkeltheden ved at informationssøge, samt den massive mængde af tilgængelig information på hjemmesiden.

En af de funktioner der fungerer godt er, IMDb som opslagsværk. Med et opslagsværk menes der en stor database hvor der kan findes informationer og viden. Testpersonerne brugte kort tid på, at finde basal information om den enkelte film. Dette indebærer blandt andet at finde film ved hjælp af søgefeltet og derefter undersøge, samt finde information omkring film. Dette kan man se på grafen ved at hældningen af kurven, der leder op til opgave 1 er lav (Se Graf 2).



Graf 2. Grafen viser tid i sekunder ad Y-aksen og opgave nr. På X-aksen.

Det skal dog også nævnes, at opgaverne er forsøgt udarbejdet således, at de gradvist bliver svære, og derfor bærer grafen også præg af dette.

Udover den information, som var påkrævet af testpersonerne at finde, for at kunne løse deres opgaver, er der megen anden information tilgængelig på IMDb. Mængden af denne information var så stor, at det ikke var muligt at indkorporere det hele i vores usability test. Dette er dog en positiv faktor ved IMDb, eftersom det er muligt at finde en stor mængde information omkring film, samt dem, der har medvirket i filmene. Eksempelvis kan man finde informationer om hvilke skuespillere, der spiller hvilke roller, hvor meget filmene har indtjent, hvilke sange der indgår

filmen etc. IMDbs fokus på at være et opslagsværk for film, er en af sidens gode egenskaber.

En anden ting som også indikerer, at IMDb fungerer godt som opslagsværk, er at det er nemt og så information op. Dette fremvises ved at testpersonen havde lært at benytte søgefunktionen efter første brug og kunne huske den til videre brug. Det blev observeret under testen, som følge af testpersonerne lærte at bruge webstedet undervejs i testen. Dette viser også, at metoden til at få information op, som IMDb benytter, er let at huske, og at testpersonerne havde let ved at lære denne.

5.1.2 Kommende film

Det andet emne, vi vil beskrive er, "Coming Soon" funktionen (Billede 11). Dette er en funktion, som tillader brugeren at finde en kommende film.

"Coming soon" er en funktion, der er velfungerende og som testpersonerne tidsmæssigt klarede hurtigt, dette kunne bl.a. ses da testpersonerne skulle finde svar på opgave 5. Her svarede testpersonerne med en gennemsnitshastighed på 56 sekunder til opgave 5, spørgsmål a og 1 minut, 2 sekunder til spørgsmål b (Se bilag 28, Skema over opgaveudførselsdata). Denne opgave omhandler film, der endnu ikke er udkommet, samt information om hvor og hvornår de udkommer. Denne del af IMDb virker generelt godt, eftersom testpersonerne brugte kort tid på at finde den information de skulle bruge, samtidigt med at de anvendte de funktioner, som IMDb tilbød.

En af grundene til, at det fungerer godt, er at informationen om udgivelsesdato og sted er placeret flere steder. Der er blandt andet to



Billede 11. Coming soon

forskellige former for kalendere, "Coming soon" og "Release Calender". Den førstnævnte viser "upcoming releases", hvilket betyder, at det er en liste over film, som vil blive udgivet i fremtiden. Den sidstnævnte kalender indeholder derimod, både data omkring udgivelsesdato og hvilke lande, filmene udkommer i. Selvom den førstnævnte kalender, "Coming soon", ikke indeholder information om hvilket land filmen bliver udgivet i, så kan denne information også tillegnes via en valgt films side. Hovedparten af testpersonerne fandt nemlig svaret på opgave 5, spørgsmål b, ved at gå ind på "Coming Soon". Dernæst valgte de en film på listen, under "Coming soon", og efterfølgende via den pågældende films side, fandt den rigtige information, uden nogle komplikationer. Derudover er IMDb også god til at informere om nye film, via denne type af funktioner, samtidigt informerer IMDb om nye og kommende film, ved hjælp af trailer og lignende gennem forsiden.

5.1.3 IMDb som inspirationskilde.

Dette emne vil fokusere på IMDb som inspirationskilde, og hvordan dette er en af de gode egenskaber ved siden. Vi vil derudover komme ind på testpersonernes fremtidige brug af hjemmesiden, måder at finde inspiration på og redskaber til dette.

IMDb er en god inspirationskilde at bruge hvis man ønsker at finde film og/eller serier. Nogle af testpersonerne gav udtryk for, under debriefingen, at de godt kunne finde på at bruge IMDb i fremtiden, til at finde inspiration til film og/eller serier. Dette svarede, to af vores testpersonerne, som ikke havde brugt IMDb før. Dette er en god indikator af testpersonerne havde en god oplevelse med webstedet. De fem testpersoner, som tidligere havde brugt IMDb, svarede at de havde fået kendskab til flere nye dele af IMDb, som de muligvis ville gøre brug af i fremtiden.

Blandt andet svarede testperson 2, som var let øvet (Se bilag 5, Spørgeskema over testperson 2), i forhold til brugen af IMDB (Se bilag 42, Logfiler testperson 2) :

"Jeg har faktisk lært en del.... Den ting jeg godt kunne lide, var den med flere folk, der har spillet sammen, det var noget jeg kunne godt kunne finde på at bruge, det var en ret fed funktion"

- Testperson 2

Man kan også se at siden lægger vægt på at agere inspirationskilde, eftersom der på forsiden er placeret de nyeste trailers. Det er også muligt at finde lister, som eksempelvis "Top 250", "Popular Movies & TV", oprettede bruger lister eller undersider, såsom "IMDb Picks".

Testpersonerne fandt også inspiration under "People who liked this also liked...". Testpersonerne havde ingen problemer med at navigere denne sektion, under usability testen. Dette viser at sektionen er logisk placeret. Overskriften og placeringen af sektionen gav god mening for testpersonerne, grundet syv ud af otte testpersoner var hurtige til at finde den (Se bilag 28, Skema over opgaveudførselsdata). Dette afspejles for eksempel i testperson 1's kommentar:

"Ah, her er der nogle der mener, at det er noget lignende"

- Testperson 1

hvorefter vedkommende hurtigt finder en relateret film og/eller serie.

Det er også muligt for en bruger, at udnytte IMDbs trailer funktion, til at finde inspiration til film og/eller serier. Det at se en trailer til film eller serier er en velfungerende funktion på IMDB, som følge af at alle testpersonerne, på nær en, hurtigt fandt knappen "Watch Trailer". Testpersonerne blev bedt, i opgave 3 spørgsmål b, om at finde traileren



Billede 12. Watch trailer

til filmen "En verden udenfor". Dette klarede testpersonerne med en gennemsnitshastighed på 15 sekunder (Se bilag 28, Skema over opgaveudførselsdata) Hertil kan det også nævnes at testperson 6, som ikke havde erfaring med IMDb (Se bilag 9, Spørgeskema over testperson 6) klarede opgaven på 8 sekunder, hvilket understreger, hvor velfungerende denne funktion er.

5.2 Hvad fungerer mindre godt?

Anden del af resultaterne omhandler hvad der fungerer mindre godt på IMDb. Vi vil i denne del beskrive en række emner, som vil omhandle avanceret søgning, startsiden, syntaks i søgerfelt, formulering, tekstopbygning og struktur, samt sprog og terminologi. Denne del tager udgangspunkt i, både, de kvalitative data fra debriefingen, hvor der vil komme referencer til testpersonerne og disses kommentarer, samt de kvantitative data fra logfilerne, hvor der vil blive refereret til grafer og skemaer. Dette afsnit vil dog hovedsageligt tage udgangspunkt i vores problemliste og problembeskrivelser (Se bilag 38, Problemliste & Bilag 39, Problembeskrivelse). Derfor vil der være referencer til problemlisten i disse emner, dette gør det muligt at finde logfilerne frem, hvis det ønskes at læse nærmere, om hvor problemet finder sted. Disse referencer er beskrevet således: (pxx), hvor xx er nummeret på det givne problem fra problemlisten (Bilag 38, Problemliste).

Understående punkter viser de 51 brugbarhedsproblemer vi identificerede blev kategoriseret således:

- 5 var katastrofale
- 1 var kritiske
- 19 var alvorlige
- 26 var kosmetiske

De otte testpersoner havde tilsammen 128 brugbarhedsproblemer, hvilket resulterede i gennemsnitligt 16 problemer for hver testperson. Som det fremgår, oplevede vi fem katastrofale problemer.

I opgave 6 skulle testpersonerne bruge den avancerede søgefunktion, hvilket viste sig at give 7 ud af 8 testpersoner særliges store problemer. Det tog både lang tid for testpersonerne at finde denne funktion, men de havde også besvær med at bruge den. Ligeledes viste det sig at 7 ud af 8 af testpersonerne opfattede søgefeltets syntaks forkert. Dette gav sig til udtryk ved testpersonerne havde en forkert tilgang til IMDbs syntaks. De søgte eks. direkte på en genre eller hvilke skuespillere der havde medvirket i samme film. Dette giver ikke noget resultat på IMDb, i modsætning til google.dk. Derfor forvirrede det generelt testpersonerne. Der var fem testpersoner, som oplevede problemer med svævefunktionen i hovedmenuen, hvilket blev kategoriseret som et alvorligt problem(Bilag 38, Problemliste). I drop-down menuer trykkede testpesonerne på linksene, som er placeret inde i den pågældende drop-down menus overskrift, og kom derfor ind på en side som de ikke kunne bruge til at besvare spørgsmålne. Denne funktion kan i visse tilfælde være essentiel at bruge til navigation på webstedet.

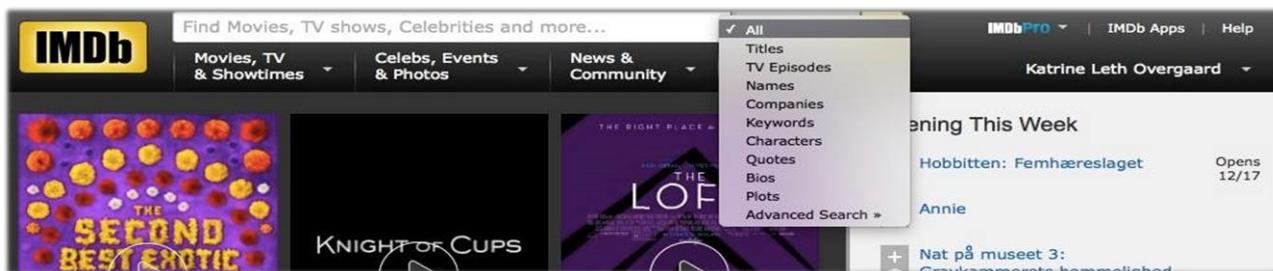
5.2.1 Avanceret søgning

Det første emne, vi har valgt at beskrive, er den avancerede søgefunktion. Dette emne indbærer alle de problemer, som testpersonerne oplevede med den avancerede søgefunktion.

Søgefunktionen er for det første svært at finde, og det kan ses, eftersom alle testpersonen, pånær en, brugte meget tid på at finde den. Grafen (Se graf 2) viser, at hældningskoefficienten har en høj stigning, når testpersonerne skal besvare opgave 6, spørgsmål a og b, som omhandler

den avancerede søgefunktion. Dette blev derfor til det største problem (P1), da alle vores testpersoner brugte lang tid på at finde funktionen. (Se bilag 38, Problemliste)

Dette skyldes bl.a. at den er skjult i drop-down filteret ved siden af IMDbs primære søgerfeltet. (Billede 13)



Billede 13: Advanced search i drop down filter

Advanced Title Search
Want to get a list of comedies from the 1970s that have a rating of 7.5 or higher? Use Advanced Title Search.

Advanced Name Search
Want a list of males in the database who are Virgos and are actors? Use Advanced Name Search.

Collaborations and Overlaps
Want a list of titles in which both Brad Pitt and George Clooney worked on both Forrest Gump and Apollo 13? Try Advanced Collaborations and Overlaps.

Billede 14. Advanced search i højre side.

Den avancerede søgerfunktion er også placeret andre steder på siden, bl.a. nederst på webstedet side, hvor den er navngivet "Search". På "søgersultatsiden" befinner den avancerede søgerfunktion sig, også ude i informationsboksene i højre side (Billede 14) Selvom funktionen er placeret adskillige steder på selve webstedet, har alle testpersoner, pånær en, haft svært ved at finde den. Testperson 7 og 8 siger efter testen:

"Den avancerede søgerknap var langt væk."

- Testperson 8

"Layoutet at det er sådan.... man forventer ikke det ser sådan ud... Underligt de har forskellige typer advanced search... man forventer bare en (søgefunktion) så kan du udfylde alle tingene og så har du et resultat".

- Testperson 7

Dette førte blandt andet også til, at testpersonerne valgte den forkerte søgerfunktion, hvilket skete for tre af de otte testpersoner (P29). Dette skyldes formentlig at der var en stor mængde tekst, tilhørende hver

søgefunktion. Testpersonerne læste ikke denne tekst igennem, men gik i stedet igang med at benytte søgefunktionerne (P26). Blev der f.eks. valgt funktionen "Collaborations and overlaps" skulle brugeren herefter vælger mellem to andre funktioner: "Common cast/crew between two titles" og "Two people working together". (Billede 15) Det blev observeret, at testpersonerne havde svært ved at vælge den rigtige funktion, hvis den tilhørende tekst ikke blev læst.

Two People Working Together

To begin, start typing one person's name in the first box and select the name from the drop-down list of possible matches. Then, advance to the second box and follow the same steps. Once you have your two names selected, click the search button to continue.

Billede 15. Teksten til avancerede
søgefunktion

Til alle søgefunktioner hører der en beskrivelse til, og det virker til, at denne beskrivelse er alt for lang, eftersom testpersonerne misforstod brugen af søgemaskinenerne. Havde de valgt at læse beskrivelsen, ville de havde fået svar på, hvilken søgemaskinen de skulle benytte.

Søgemaskinen "Collaborations and overlaps" kræver, at der indtastes to forskellige navne. Efter testpersonerne havde indtastede det første navn i søgerfeltet, fandt vi ud af, at denne har en lang responstid (P27). Dette resulterede i, at testpersonerne gik videre til det næste søgerfelt efter, at havde indtastede det første navn.

Imens testpersonen indtastede det næste navn, kom det første søgerfelt med søgerforslag.(Billede 16) Denne liste strakte sig ned over det andet søgerfelt (P44), som gjorde at der ikke kunne ses, hvad der blev skrevet. For at disse søgerforslag forsvandt, skulle der vælges en af de navne, som søgerforslagende kom frem med (P32). Dette blev observeret da testpersonerne, som en naturlig reaktion, prøvede at trykke uden for



Billede 16. Problemer med
søgeforslag

søgeforslaget, for at lukke søgeforslagene, da dette er en funktion, der findes på andre sider. For at lukke søgeforslaget uden at vælge et navn, skal der klikkes på et blåt kryds, som står ved siden af ordet "Close" (P30).

5.2.2 Startsiden

Det andet emne omhandler den startside brugere af IMDb først bliver præsenteret for. Derudover handler dette emne også om de misforståelser, der opstod med drop-down menuerne, på webstedet. I dette emne vil der være referencer til interviews foretaget efter testen, da testpersonerne var utilfredse med denne del af IMDb.

Flere testpersoner giver udtryk for at IMDbs startside er uoverskuelig. Dette skyldes den enorme mængde information de blev præsenteret for. Testpersonerne mener at en del, af den information der er på startsiden er ubrugelig og irrelevant, testperson 4 og 7 siger:

"Jeg har ikke behov for at se alt det der (markerer diverse elementer på forsiden) og HD trailers og box office"

- Testperson 4

"Jeg kunne godt tænke mig, man kunne åbne startsiden og så kom der den information frem man skulle bruge... jeg synes ikke man kunne bruge det (som står på startsiden) til noget"

- Testperson 7

Disse kommentarer fra testpersonerne er en tydelig indikator på, mængden af information er for meget på startsiden.

En del af den information brugere bliver præsenteret for, på startsiden, er en række drop-down menuer, der befinner sig under søgerfeltet.

Disse drop-down menuer indeholder en masse information, men nogle af testpersonerne misforstod konceptet bag dem. Det blev observeret at flere af testpersonerne klikkede på et af de to-tre hyperlinks, som befinder sig i hver drop-down menu (P7), hvilket ledte dem til nogle undersider. Testperson 1 gentog denne fejl adskillige gange i træk, hvor hun klikkede på hyperlinket "Showtimes" i den ene menu. Herefter kom hun ind på "Showtimes" siden, som responderede med en fejmeddeelse, hvori der stod: "Sorry! We didn't find any showtimes. Try picking another date or location." (Bilag 17) som forvirrede testpersonen. "Showtimes" siden har dog en funktion, denne funktion er blot ikke tilgængelig for Danmark.

Billede 17.
Fejmeddeelsen fra
"showtimes"



5.2.3 Syntaks i søgerfeltet

Det tredje emne, vi har valgt at beskrive, er syntaksten i søgerfeltet. En af de funktioner flest testpersoner havde problemer med, var syntaksen i søgerfeltet. 87,5 % af testpersonerne lavede en eller flere fejsøgninger, som ikke gav dem den ønskede informationen (P2).

Mange af testpersoner lavede decidedrede "Google søgninger" i IMDb's søgerfelt, bl.a. ved at skrive "+" mellem to ord. (Billede 18)

Billede 18.
Fejsøgning



Ligeledes forekom problemet, da en testperson skulle finde den mest populære film i 1950, blev hele sætningen: "Most popular movie in 1950" skrevet ind i søgerfeltet. Dette er et problem, når brugerne forventer, at søgerfeltet er det samme, som de i forvejen er bekendt med, fra andre hjemmesider. Denne mangel på ekstern konsistens forvirrer brugerne, når de plejer at have en søgemaskine, som virker på en helt anden måde. Det blev erfaret under testen, at testpersonerne blev overraskete over, at dette søgerfelt havde andre indstillinger. Det faktum, at brugerne troede søgerfeltet fungerede som Googles, medførte også at deltagerne i testen ikke forstod søgeresultaterne. Dette gjorde at enkelte testpersoner fandt søgeresultaterne uoverskuelige, da de ikke forstod meningen med de overskrifter, de blev præsenteret for i søgeresultaterne, her kan bl.a. nævnes "characters", "names" og "titles"(P19).

5.2.4 Formulering, tekstopbygning og struktur

Det fjerde emne omhandler formulering, uhensigtsmæssig tekstopbygning og struktur. Dette emne omhandler netop disse tre punkter.

Et af de bedste (/værste) eksempler på formulering er, et problem, er "Most Popular by genre". (Billede 19) I opgave 4 hvor testpersonerne blev bedt om at finde genren sci-fi, skulle de i drop-down menuen "Movies, TV & Showtimes" finde "Most popular by genre," men pga. denne formulering overså mange af testpersonerne denne funktion i første omgang. Dette kom specielt til udtryk da testperson 1 sagde:

"Her har vi top 250, og most popular (by genre), og...."
- Testperson 1



Billede 19: Most popular by genre

Testpersonen læste teksten højt, men lagde ikke mærke til at genre kunne findes herunder. Dette bliver et alvorligt problem, eftersom testpersonerne bruger unødvendig tid på at løse opgaven. Nogle af testpersonerne overser også "Top 250" i samme drop-down menu og dette var et problem for nogle af dem, grundet at de igen brugte tid på at finde svaret. Dette kan være skyld i dårlig formulering på siden og at de vælger at kalde den "Top 250" og ikke "Top 100", som måske ville være mere almindeligt udtryk for en top liste.

Et af de strukturmæssige problemer frastår i den måde "keywords" er inddelt i. (Billede 20) Disse "keywords" er inddelt efter mængden af keywords, dvs. de keywords der er flest af, ligger øverst på listen og vice versa. Denne form for inddeling vores testpersoner, som skulle finde et specifikt keyword (timetravel), til at bruge unødvendig tid, fordi de var nødt til at skimte/læse alle "keywords" i stedet for at gå alfabetisk til værks og finde "t" på listen, for dernæst at lede herunder indtil de fandt "time travel". Dette irriterede bl.a. testperson 6:

"Jeg skulle finde time travel og jeg ville have den nede i bunden (i keywords) fordi at "t" ligger umiddelbart i min forstand nede i bunden i stedet for øverst."

- Testperson 6

Denne uorden står bl.a. i kontrast med "genre" siden, som er i alfabetisk orden. Denne form for mangel på konsistens er uhensigtsmæssig tidsspild og til forvirring for brugere af webstedet.

Et lignende problem findes under "Release Date" siden for film, hvor testpersonerne skulle finde en dansk udgivelsesdato for en film, for at svare på om den udkom i Danmark eller ej. Denne liste var sorteret efter udgivelsesdato som første prioritet, og alfabetisk som sekundær.



Billede 20: Keywords

Det blev et problem, grundet testpersonerne skulle skimte/læse alle lande igennem, og nogle testpersoner gjorde det flere gange, da de troede de havde overset "Denmark" på listen.

5.2.5 Sprog og terminologi

Det femte emne på listen, over hvad der fungerer mindre godt på siden, er sproget og terminologien. Dette emne tager udgangspunkt i den kvalitative data, og problemlisten der blev udarbejdet. Dette emne handler om de begrænsninger det har for visse brugere, at siden er på engelsk, og ligeledes den terminologi der optræder på webstedet ikke er forståeligt for alle.

Generelt er sproget på IMDb engelsk, og dette var et problem for et par af vores testpersoner (P16). Grundet det engelske sprog, kunne de have svært ved at finde de rigtige ord, som de gerne ville søge på, og spurgte derfor nogle gange testlederen om hjælp til oversættelse. Testperson 3 kommer med følgende kommentar:

"Jeg ville gerne søge på tidsrejse, men jeg ved ikke hvad det hedder på engelsk".

- Testperson 3

Her kommer testpersonen rent faktisk til at sidde fast i sin søgen grundet det engelske sprog, dog ikke så meget at hun ikke kan komme videre. Problemet kan dog opstå overalt på siden, da den som sagt er på engelsk de fleste steder (titler undtaget). Det skal dog nævnes, at det kun er testpersoner, som ikke har nært så stor erfaring med det engelske sprog, som støder på dette problem. Dette fremgår også i tabel 3 , hvor det ses, at både testperson 1 og 3 kun er "let øvede".

Det er dog ikke kun det engelske sprog, som skaber en sprogbarriere, der kan også være problemer med den terminologi, som bliver gjort brug af

på hjemmesiden (P16). På siden, hvor de skulle finde den seneste film, en instruktør havde udgivet, var der flere forskellige kategorier, og to af disse kategorier var "Writer" og "Director".(Billede 21)

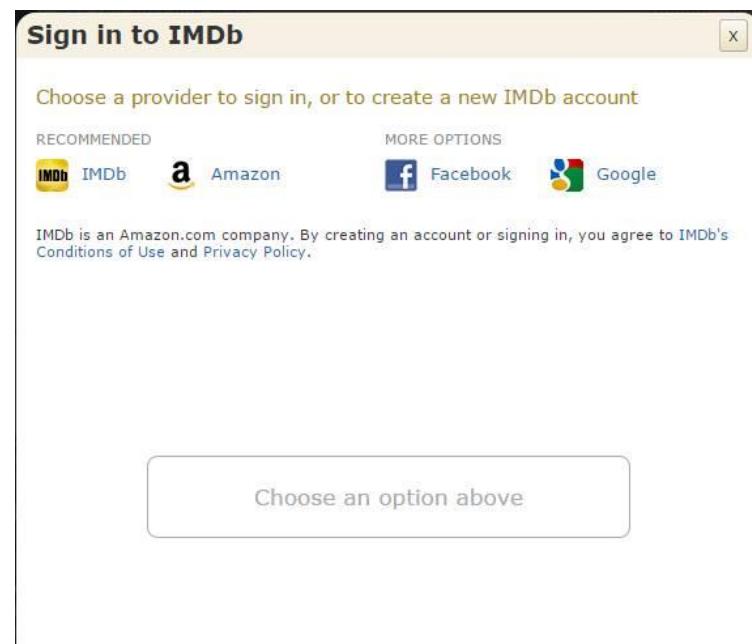
Director (12 credits)	Show ▼
Producer (6 credits)	Show ▼
Writer (5 credits)	Hide ▲
Batman v Superman: Dawn of Justice (story) (<i>post-production</i>)	2016
300: Rise of an Empire (screenplay)	2014

Billede 21. Director og writer

Det kan tænkes, at disse testpersoner kunne have svært ved at skelne mellem udtryk som disse, da der også var nogle af dem, som ikke havde meget erfaring med film og/eller IMDb (Tabel 3).

Det var også tydeligt, at nogle af personerne havde problemer (P4, P11) på netop denne del af IMDb, da de brugte lang tid på at finde svaret på den opgave, der relaterede sig hertil. Problemet med forståelse af IMDbs terminologi, giver også udspring til andre problemer, da der f.eks. bliver brugt, en funktion flere steder på siden som hedder "Watchlist".

De brugere som ikke har et login til siden (alle vores testpersoner), har kun dårlig mulighed for at vide, hvad denne funktion bruges til. Dette har også ført til, at brugerne ville prøve at trykke på denne funktion, forskellige steder på sitet, i håb om at finde det svar, som de ledte efter (P17). Når de gjorde dette, poppede en boks frem (Billede 22), som fyldte hele den side de kiggede på, hvor de blev bedt om at



Billede 22. IMDb login vindue

logge ind på sitet. Testpersonerne som oplevede dette gav sig ikke tid til at læse, hvad der stod i denne boks og klikkede forholdsvis hurtigt væk fra den. Dog forekom problemet flere gange, for de to personer som oplevede dette, hvilket resulterede i frustration.

Vi samlede resultaterne fra vores usability evaluering under tre emner, der fungerede godt på siden, og fem emner, der fungerede mindre godt. Under emnerne, som fungerede godt, var der: "Information på IMDb", "Kommende film" og "IMDb som inspirationskilde".

De fem mindre godt fungerende emner, har vi sammensat, ud fra vores problemliste (Se bilag 38, Problemliste) og inkluderer: "Avanceret søgning", "Startsiden", "Syntaks i søgerfelt", "Formulering, tekstopbygning og struktur", samt "Sprog og terminologi".

5.3 Sammenfatning

Selvom vores usability evaluering hovedsageligt har haft til formål, at finde problemer ved webstedet, så er det også blevet os klart, at der er ting på siden, der fungerer meget godt. Når testpersonerne endelig fandt frem til den information de skulle bruge, for at besvare de opgaver som var blevet stillet, havde hovedparten af testpersonerne, let ved at overskue dem. Filmsiderne på IMDb, som indeholder information omkring film, serier med mere, virkede til at være logisk opbygget for testpersonerne, eftersom de havde let ved at finde ting, såsom instruktører, skuespillere og andre medvirkende. Derudover havde de heller ikke problemer med at finde trailer til film, da ingen af testpersonerne brugte lang tid på dette (Se bilag 28).

På andre undersider, og især startsiden, var der en række andre ting, som gjorde det problematisk. En af disse ting var, mængden af information eftersom at, IMDb indeholder meget forskellig information på startsiden vedrørende film, serier, skuespillere, udgivelsesdatoer osv. Dette

kunne nogle gange virke negativt på testpersonerne og skabe mere forvirring end det gavnede. Dette gav enkelte testpersoner udtryk ud fra frustrationer, samt tiden det tog dem for, at besvare opgaverne.

Udover at der generelt var meget information omkring film, så var det også nemt at finde ud af, hvornår en specifik film udkom. Denne information var placeret flere steder på siden, og alle de forskellige placeringer, blev brugt af testpersonerne. Dette kan dog også på samme tid, være en af de ting, som er med til at gøre siden uoverskuelig grundet for meget information, da denne information er dobbelttydig.

Generelt set, har størstedelen af problemerne ved IMDb været med søgefeltet, på den ene eller den anden måde. Mange af testpersonerne forstod ikke måden, som søgefeltet fungerede på, og det førte til en del andre problemer. Disse problemer var med til at sænke deltagerne drastisk og i nogle tilfælde stoppe dem helt. Desuden havde de svært ved at finde frem til "Advanced Search", og i opgaven hvor de skulle bruge denne, tænkte de færreste over, at en sådan funktion rent faktisk eksisterede. Nogle testpersoner gik helt istå og ville opgive, hvis det ikke var for testlederen.

Selvom IMDb indeholder meget god og brugbar information, så er denne ikke altid opbygget på en måde, hvor det er mest logisk. Der er for eksempel flere steder, hvor testpersonerne skulle lede efter noget specifikt på en længere liste, hvor dette ikke stod i alfabetisk rækkefølge. Istedet har man f.eks. valgt at lave rækkefølgen, efter antal eller relevans.

Da IMDb ikke direkte henvender sig til Danmark, men til engelsktalende brugere, så er siden også kun på engelsk. Dette skabte nogle problemer, men det var kun for de testpersoner (Tabel 3), som ikke havde større erfaring med engelsk, så dette kommer ikke som en stor overraskelse. IMDbs websted gør dog også brug af termer og udtryk, som

vores testpersoner, kunne have svært ved at forstå. Det var ikke alle vores testpersoner, som havde lige stor erfaring med IMDb og film generelt.
(Tabel 3)

6. Designforståelse

Omdrejningspunktet for kapitel 6 vil være den designforståelse, vi har opnået i løbet af dette projekt. Her vil vi tage udgangspunkt i de resultater, vi har fået ud af vores usability evaluering, vores arbejde med rapporten, samt relevant litteratur.

6.1 Webstedet

Vi vil i dette kapitel se på, hvilken betydning IMDb har haft, for vores opnåede designforståelse, og hvorvidt dette websted var passende for en usability evaluering.

6.1.1 Designforståelse af websted

En af de komplikationer der findes med IMDb er, at det er et opslagsværk, som samtidig har elementer fra "surfing" med inspiration og nyheder som fokus. Dette gør, at IMDb er en hybrid mellem et opslagsværk og på samme tid indeholder det elementer fra et nyhedssite. Med dette menes der, at et opslagsværk er tiltænkt til informationssøgning, og et nyhedssite er tiltænkt surfing. Surfing betyder, at der bruges tid på at gå på opdagelse på et websted uden noget specifikt formål. IMDb kan naturligvis også bruges til surfing, men dette er ikke, det fokus vi har valgt i vores opgave.

Grundet dette gør IMDb det svært for os at opnå en designforståelse for, hvordan et websted, der hovedsageligt er tiltænkt til surfing eller informationssøgning fungerer, og hvilke problemer de hver især kan have.

At dele brugerne op i to kategorier kommer fra bogen Website Usability (Spool, 1999), som beskrevet tidligere i kapitel to. I bogen bliver der beskrevet, at der kan opstå komplikationer, når der designes et websted, med fokus på begge kategorier. I det menes der, at han i sine tests så, at de to kategorier havde forskellige krav for de elementer og indhold der skulle være på websitet.

Det kan diskuteres om påstanden om brugere af websteder kan kategoriseres i to grupper er korrekt. Der kan argumenteres for, at uanset hvilket websted en bruger går ind på, har den til formål at formidle information til brugeren, men denne kan også findes via surfing. I dette perspektiv kan man godt argumentere for, at alle websteder bruges både til informationssøgning og surfing. Brugeren kan, eksempelvis surfe på IMDb og finde inspiration til at se en film, ligeledes kan brugeren søge efter specifik information på siden, hvilket vores test afspejler.

IMDb har elementer, som rækker ud til informationssøgende brugere, samt elementer, der rækker ud til surfende brugere. Blandingen af elementer, der søger to forskellige grupper kan skabe forvirring på siden. Det er dog svært at sige, hvilke elementer der helt præcis rækker ud til den ene eller den anden form for bruger da vores usability test, som nævnt tidligere, henvender sig overvejende til informationssøgende brugere. For at kunne specificere disse elementer nærmere, ville vi være nødt at foretage en ny usability test, som henvender sig til surfende brugere. Herefter kunne vi sætte resultaterne fra den nye test, op mod resultaterne fra vores allerede udførte test. Ud fra denne sammenligning ville vi kunne se, om siden eventuelt fungerede bedre for den ene eller den anden type bruger.

Det er vigtigt for et design af en webside, at strukturen er så simpel som mulig, og at siden er konsistent. Det skal derfor stå klart for brugeren, hvilke elementer den bestemte hjemmeside består af. Unødvendige elementer kan være med til at vildlede og forvirre brugeren, fordi det ikke bidrager til at designet opnår sit mål hverken funktionelt eller æstetisk (Wisler-Poulsen, 2012). At fjerne eller undgå elementer skal ikke betyde at designet ikke må være æstetisk, da det er en afgørende faktor når det kommer til brugbarheden af en hjemmeside.

6.1.2 Fejlmarginer ved usability test.

Vores opnåede designforståelse er baseret på vores resultater fra usability evalueringen. Det er derfor relevant at komme ind på, hvordan denne test kan have påvirket vores overordnede syn på det testede websted.

Til udarbejdelsen af en usability test skal man, som det første udforme et sæt spørgsmål, som får brugeren til at benytte de steder på webstedet, man ønsker at teste. De personer der laver spørgsmålene, skal have et stort kendskab til siden.

Komplikationen ved dette kan være, at de udformede spørgsmål kan være lette fra testgruppens perspektiv, men testpersonerne kan finde spørgsmålene langt sværere end forventet.

En anden fejlmargin, ved denne test er om testpersonerne stilles inden for et realistisk scenarie. Vil testpersonerne bruge webstedet til det opstillede scenarie? hvor lang tid vil de bruge på spørgsmålet hvis de skulle løse det selv? og hvordan påvirker miljøet under usability testen testpersonen? Alt dette kan forårsage problemer, som måske ikke er realistiske for en bruger uden for testen.

Vi kan på baggrund af vores resultater fra usability evalueringen, og det ovenstående, diskutere hvorvidt IMDb har været passende for en usability test. IMDbs websted har givet os en god forståelse for hvordan en hjemmeside, som er sammensat af flere elementer, fungerer og de komplikationer der opstår, når man skaber en side som IMDb.

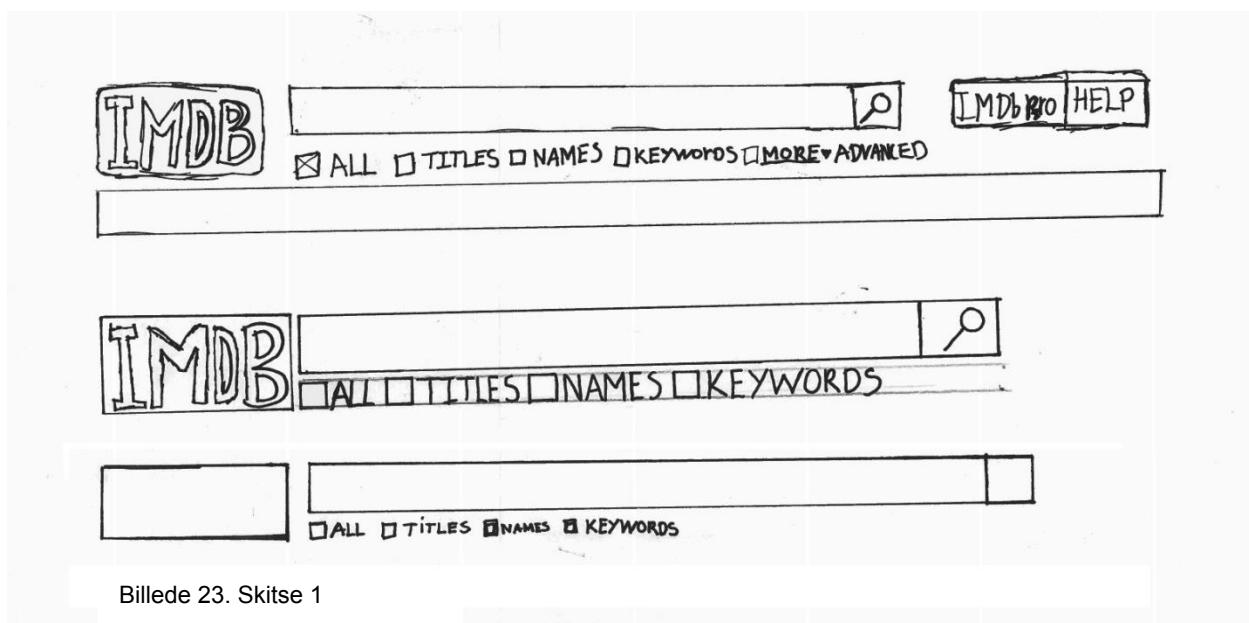
6.2 Design skitser

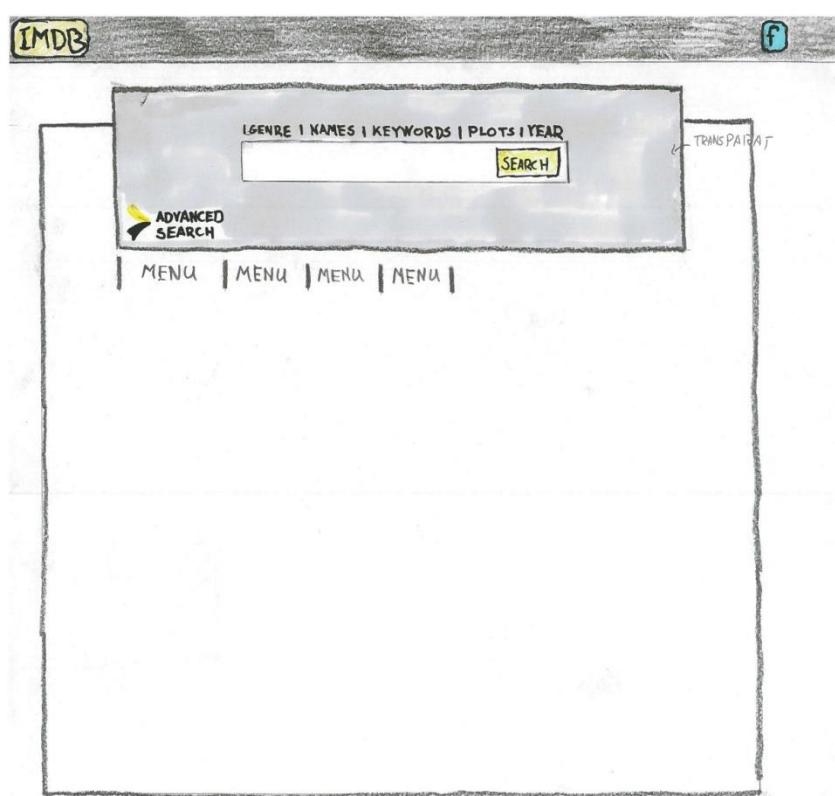
Dette kapitel omhandler design alternativer til IMDbs nuværende websted. Udfra de problematikker vi identificerede i usability testen, har vi valgt at fokusere på at lave et designforslag af startsiden. Der vil specielt være fokus på at lave et designforslag af hovedmenuen og søgerfeltet, samt forsøge at strukturere indholdet på startsiden anderledes.

Testpersonerne havde i usability testen nemt ved at søge på simple ting, som titler og personer. Da de skulle lave en mere avanceret eller specifik søgning, havde de svært ved at forstå den syntaks, og de ekstra funktioner som søgerfeltet har. Derfor har vi endvidere fokuseret på dette i nogle af vores skitser.

Skitse 1

Vi så generelt nogle problematikker omkring brugen af drop-down menuen ved siden af søgerfeltet. Derfor brainstormede vi over hvilke designmuligheder, og alternativer der kunne være til dette. Vi kom frem til at brugerne ville have nemmere ved at afgrænse deres søgning, hvis disse muligheder blev opsat under søgerfeltet, da der ville være en større sandsynlighed for de ville se den avancerede søgning.





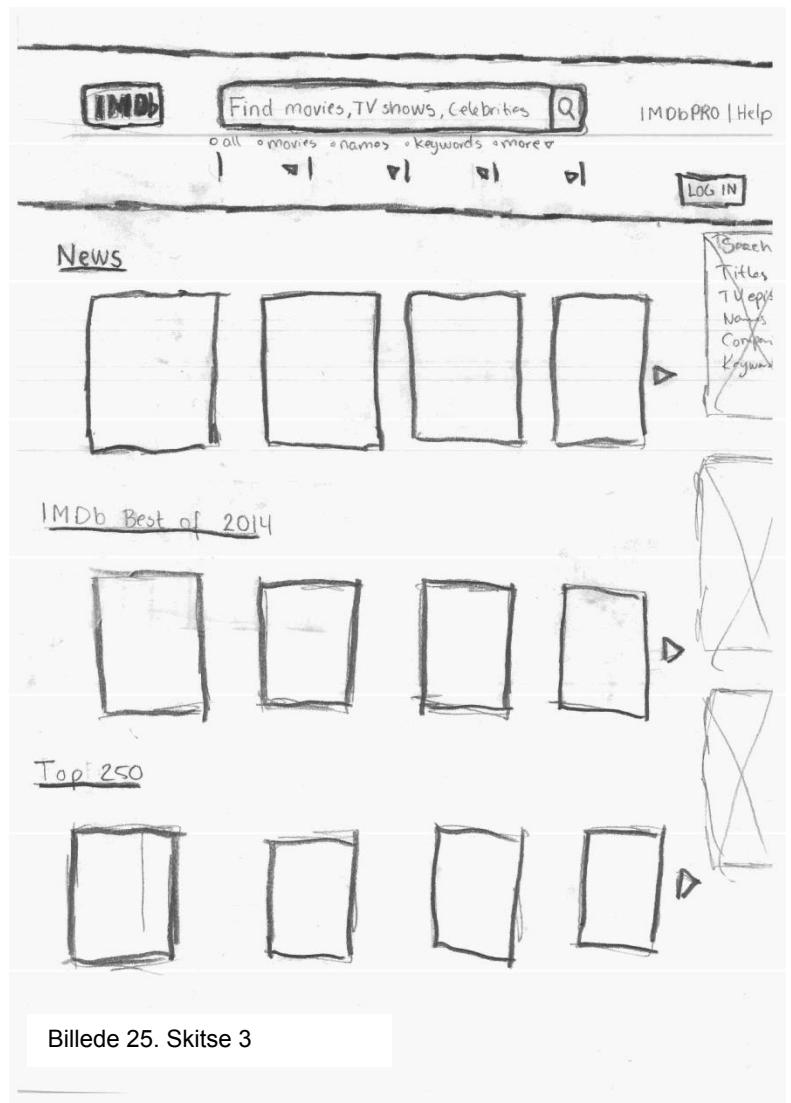
Billede 24. Skitse 2

Skitse 2

I denne skitse fokuserede vi på problematikken omkring at finde den avancerede søgefunktion i drop-down funktionen i søgerfeltet. Gruppen erfarede fra usability testen, at denne funktion var problematisk for testpersonerne, tildeles at finde, men også at bruge. Derfor valgte vi at fjerne drop-down funktionen i søgerfeltet på denne skitse, og placere den avancerede søgefunktion, illustreret med et ikon nederst i venstre hjørne, på den transparente kasse. Endvidere blev de forskellige muligheder der eksisterede i drop-down funktion placeret lige over søgerfeltet, så det blev mere tydeligt hvad, og hvor der søges på IMDb. Denne skitse gav nogle udfordringer i forhold til at synliggøre IMDb logoet, da det sås ved flere af testbrugerne, at de brugte logoet aktivt flere gange til at komme tilbage til startsiden.

Skitse 3

På denne skitse havde vi fokus på at strukturere startsidens indhold på en anden måde. Idéen er at rydde op i de fleste af nyhederne fra startsiden, og i stedet flytte IMDbs mange titellister ud på siden, for at give brugeren nemmere adgang til dem. Ved at gøre dette vil der blive skabt en startside, som har et større fokus på film, lister og trailers, frem for nyheder om film og filmstjerner. Dette ville øge inspirationsværdien af hjemmesiden, og samtidig skabe en mere spændende startside med et øget fokus på film. Grundet startsidens begrænsning af tekst indhold, vil denne opsætning begrænse mængden af nyheder, der kan vises. En ekstern side til nyheder vil derfor være det bedste valg for. Ydermere adresserer idéen også de problemer der blev fundet til søgerfeltet. Denne idé fjerner menuen i søgerfeltet, hvorfra man kan specifcere sin søgning. Og flytter den under søgerfeltet, dette gør disse afgrænsninger



7. Konklusion

Herunder er vores besvarelse af problemformulering, og dernæst et afsnit om vores fremtidige arbejde.

7.1 Besvarelse af problemformulering

I vores P1 projekt har vi arbejdet med designforståelse af hjemmesider, og til dette formål har vi valgt IMDb. For at opnå en bedre designforståelse valgte vi bl.a. at arbejde med en brugerbaseret usability evaluering. Udover dette inkluderede vi diverse teorier i vores arbejde med hjemmesiden, som havde relevans enten i forhold til forståelse af webdesign, eller udførelse af usability evaluering som helhed. Udfra teorier og usability evaluering har vi i vores arbejde fundet en række problemer, og udformet en problemliste. Denne liste, samt logning af video data, har givet os en dybdegående forståelse af problemer på IMDb. Vores samlede viden fra teori og praksis, har gjort at vi har opnået en forståelse af design, og dets virkninger på et websted.

Herunder har vi besvaret vores underspørørgsmål, til vores problemformulering, som lyder:

"Hvordan kan man opnå en forståelse af design, gennem analysering og evaluering af et websted"

7.1.1 Hvordan kan et design af et website, blive bedømt ud fra en brugers oplevelse?

Et design af et websted kan udfra en brugers oplevelse blive bedømt vha. en brugerbaseret usability evaluering .Det var vigtigt for os at teste brugervenligheden af en hjemmeside, derfor brugte vi en metode med brugeren i centrum. Denne form for evaluering, gjorde det muligt for os,

at se brugerens reaktion som respons til at interagere med webstedet. Hvis vi derimod havde valgt en mere heuristisk tilgang, ville vi have fjernet brugeren som element, og derved vores mulighed for at observere brugerens oplevelse. Til testen valgte vi otte deltagere, der skulle interagere med websitet, mens selve testforløbet blev optaget på video. Udførelsen af usability testen var første trin i processen til at bedømme webstedets design, det andet trin var at analysere de usability problemer der opstod undervejs for testens deltagere. Udfra dette lærte vi, at det var muligt at se hvordan brugernes reaktioner, og frustrations niveau ofte hang sammen med steder, hvor andre testpersoner også havde besvær med webstedet. Dette brugte vi til at finde de usability problemer der var på siden, og udfra disse data, konstruere en problemliste. Problemerne blev fundet udfra diverse kriterier hvor tid, frustrations niveau og fejl hos brugeren var de styrende faktorer.

Brugernes oplevelse med webstedet, bedømt gennem usability evalueringen, lå i sidste ende til grund for en række punkter med gode og dårlige emner. Ud fra dette kan vi konkludere, hvilke elementer/funktioner der fungerede godt for brugeren på webstedet.

7.1.2 Hvilken litteratur kan benyttes, som retningslinjer, for at vi kan danne os en bedre forståelse af design?

Vi har gjort brug af Jared Spool, "Web Site Usability: A Designer's Guide"(1999), fordi bogen blandt andet beskriver forskellen på om en bruger surfer på en hjemmeside, eller rent faktisk er informationssøgende. Forskellen på disse to kan nemlig have indflydelse på, hvordan designet kommer til at fungere, da det er forskellige ting der fanger brugerens interesse. Dette fører også til, at Spool (1999) skaber en diskussion om, hvorvidt det visuelle design er vigtigt, hvis man designer en hjemmeside til

den informationssøgende. Desuden laver Spool (1999) den antagelse, at det rent faktisk kan skade den ene type bruger, hvis man designer til den anden. I forhold til vores usability test, som fokuserede på den informationssøgende bruger, har Spool (1999) givet os en større viden og forståelse af, hvad det skal sige at designe til denne type bruger.

For at give os en bedre forståelse af brugerens adfærd, valgte vi at inddrage nogle af Steve Krugs principper. Krugs (2006) principper er med for at forklare, hvordan brugeren oplever en hjemmeside når de benytter den. Blandt andet har vi fundet ud af, at brugeren sjældent læser noget direkte, da de har tendens til at skimme hjemmesider. Her kan der opstå problemer, hvis brugeren for eksempel ikke læser instrukserne til en given funktion på hjemmesiden. Det betyder også, at der bør tages højde for dette, når man designer en hjemmeside, da dette var et problem flere steder på IMDb ifølge vores usability evaluring.

For at være i stand til at udføre en usability evaluering i praksis, har vi lært forskellige metoder udfra forelæsninger fra Jesper Kjeldskov (2014). Desuden har vi gjort brug af Jakob Nielsen, da hans bog "*Usability Engineering*" (1993) også beskriver usability evaluering. Det har gjort, at vi kunne udføre en usability test, som gav os mulighed for at se en bruger interagere direkte med et givent system. Dette hjælper os til at forstå hvorfor IMDb er designet, som den er. Desuden har Nielsens (1993) ti heuristikker også været med til, at give os en basal forståelse for, hvad man skal kigge efter, når man designer for brugeren.

7.1.3 Hvordan påvirker de usability problemer, der kan opstå på et websted, brugeren og hvordan kan de bearbejdes, således at en løsning bliver fundet?

Usability problemer påvirker brugeren i form af øget tidsforbrug, frustration og i sidste ende brugerfejl. Disse påvirkninger hænger sammen, idet brugeren laver fejl på en given side, hvilket medfører øget tidsforbrug, som resulterer i en frustreret bruger. Dette kan påvirke brugeren i sådan en grad, at han stopper med at bruge websitet.

Problemerne kan bearbejdes ved først at identificere og derefter analysere dem. Analyseringen foregår ved at sortere problemene efter alvorlighedsgrad og hyppighed. Når dette er gjort, kan de mest fremtrædende problemer inddeltes efter emner, hvor man uddyber disse problemstillinger. Herefter er løsningsforslag mulige, da man her har overblik over problemerne. I dette projekt kommer dette til udtryk ved hjælp af designskitser og -forslag

7.2 Fremtidig arbejde

Vores usability test har som nævnt tidligere været præget af, at teste informationssøgning på IMDb. Derfor kunne det for os være interessant, i et nyt projekt, at udarbejde en evaluering, som havde til formål at teste et websted, som henvender sig til den surfende bruger. Grunden til dette kunne være interessant er, at der fokuseres på andre dele af et websted, når man surfer, end når man søger information. Dette vil give os et større indblik i, hvad det helt specifikt vil sige at designe til den ene eller den anden.

Istedet for at lave en brugerbasert usability evaluering, kunne det også være spændende, at foretage en heuristisk evaluering. Det bunder ud i, at den brugerbaserede usability evaluering ligger fokus på de negative aspekter i en hjemmeside, med den fordel at den opfanger flere problemer. En heuristisk evaluering (ekspertbaseret) er hurtigere og lettere at anvende, idet den ikke kræver testpersoner, og kan udføres af en eller flere eksperter. Desuden giver den også bedre mulighed for at erfare nogle af de positive aspekter, da man selv gennemgår hjemmesiden systematisk. I vores projekt har vi selv haft svært ved at pointere de gode ting ved IMDb, da vores test hele vejen igennem har fokuseret på at finde problemer og emner der ikke fungerede godt.

I forløbet med usability testen er det blevet klart for os, at vi kunne have udnyttet vores tid og testpersoner bedre. Dette kommer specielt til udtryk i vores debriefing, hvor vores spørgsmål ikke har været fyldestgørende. Dette har resulteret i, at vi ikke kunne bruge udtalelserne fra testpersonerne til en dybere analyse. I et fremtidigt arbejde med usability evaluering, har vi taget til efterretning at debriefing og de dertilhørende spørgsmål, er en vigtig del af en brugerbasert usability evaluering.

Kildeliste

Bøger:

- Krug, S. (2006). Don't make me think! Berkeley, Calif: New Riders Pub.
- Nielsen, J. (1993). Usability engineering. Boston: Academic Press.
- Nielsen, J. (2001). Godt webdesign. Indianapolis, Ind.: New Riders Publishing.
- Rubin, J. and Chisnell, D. (2008). Handbook of usability testing. Indianapolis, IN: Wiley Pub.
- Spool, J. (1999). Web site usability. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers.
- Wisler-Poulsen, I. (2012). 20 designprincipper. Kbh.: Grafisk Litteratur.

Websider:

IMDb. In Wikipedia. Retrieved 23 Oct. 2014, from
http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Movie_Database

IMDb, (2014). A Brief History of the IMDb. [online] Available at:
<http://www.imdb.com/features/15thanniversary/history> [Accessed 23 Oct. 2014].

IMDb, (2014). IMDb History. [online] Available at:
http://www.imdb.com/help/show_leaf?history [Accessed 23 Oct. 2014].

IMDb, (2014). Press Room. [online] Available at:
<http://www.imdb.com/pressroom/about/> [Accessed 23 Oct. 2014].

Alexa.com. IMDb.com [online] Available at:
www.alexa.com/siteinfo/imdb.com , Accessed 24 Oct. 2014

Hmtweb.com. Bounce rate and exit rate Available at:
www.hmtweb.com/blog/2007/08/bounce-rate-and-exit-rate-what-is.html, [Accessed 24 Oct. 2014]

Alexa.com, (2014). imbd.com Site Overview. [online] Available at:
<http://www.alexa.com/siteinfo/imdb.com> [Accessed 24 Oct. 2014].

Gabe, G. (2007). The Internet Marketing Driver: Bounce Rate and Exit Rate, What is the Difference and Why You Should Care. [online] Hmtweb.com. Available at: <http://www.hmtweb.com/blog/2007/08/bounce-rate-and-exit-rate-what-is.html> [Accessed 24 Oct. 2014].

Forelæsninger: Kjeldskov, J. (2014). Usability.