

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

LAUREA IN INFORMATICA

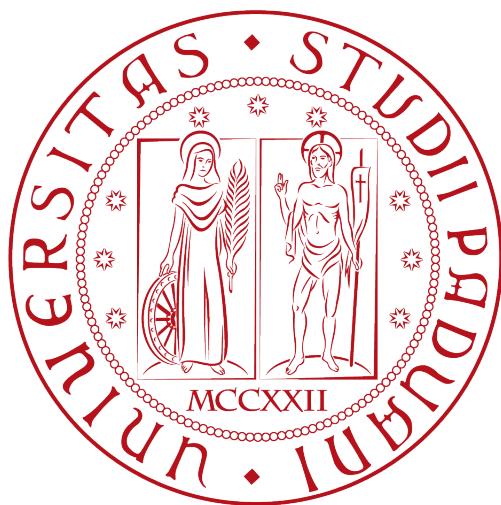
CORSO DI TECNOLOGIE WEB 2

Rapporto di usabilità del sito
<http://www.metacritic.com/>

Studente:
Davide Trevisan

Matricola:
1070686

mercoledì 29 giugno 2016



Indice

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1 | Introduzione | 1 |
| 2 | Nome del sito | 1 |
| 3 | Analisi di usabilità della homepage | 2 |
| 3.1 | A prima vista | 2 |
| 3.2 | le sei W | 3 |
| 3.2.1 | Where | 3 |
| 3.2.2 | What | 4 |
| 3.2.3 | Why | 4 |
| 3.2.4 | Who | 5 |
| 3.2.5 | When | 5 |
| 3.2.6 | How | 6 |
| 4 | Utenti loggati | 10 |
| 5 | Pagina interna | 12 |
| 6 | Pubblicità | 13 |
| 7 | Errore 404 | 15 |
| 8 | Layout mobile | 16 |
| 9 | Giudizio finale | 17 |
| 10 | Lista delle figure | 18 |

1 Introduzione

Il documento si propone di fornire una analisi di usabilità (delle pagine principali, data la mole di pagine) del sito <http://www.metacritic.com/>, un noto sito americano che si occupa di recensioni di film, serie, album musicali e videogiochi. Si propone di essere un'evoluzione di Rotten Tomatoes, proponendo una copertura di più prodotti. Il sito fornisce per ogni prodotto, se sono presenti più di quattro recensioni, una media del voto pesata, chiamata *metascore*, dividendo le recensioni tra quelle di recensori professionisti e quelle degli utenti che possono registrarsi al sito. Maggiori informazioni su come è ottenuto il *metascore* sono contenute nella pagina <http://www.metacritic.com/about-metascores>.

Soprattutto nell'ambito dei videogiochi questo sito è considerato come il sito di riferimento per quanto riguarda la valutazione, tanto che la media di metacritic è la valutazione per eccellenza nell'ambito dei videogiochi e influenza non di poco il volume di vendite di un videogioco.

Nota: La presente analisi di usabilità è stata redatta nel periodo di fine giugno 2016, quindi i contenuti del sito potrebbero essere cambiati nel tempo.

2 Nome del sito

Il nome del sito non inizia per vocale o per alcuna delle consonanti viste a lezione che comporterebbero un bonus, tuttavia fa uso del favorevole dominio *.com*. La parola *metacritic* inoltre è un neologismo risultante dalla composizione del prefisso greco meta (che significa "oltre") con parola inglese "critic", alludendo al processo di aggregazione di recensioni compiuto dal sito.

3 Analisi di usabilità della homepage

3.1 A prima vista

Procediamo innanzitutto ad analizzare la pagina principale. Di seguito viene fornito uno screen della home page così come appare senza l'uso di *ad-block*. Per arrivare alla fine servono tre scroll completi (con uno schermo dalla definizione di 1680x1050). La pagina completa è invece visibile in [home1.png](#)

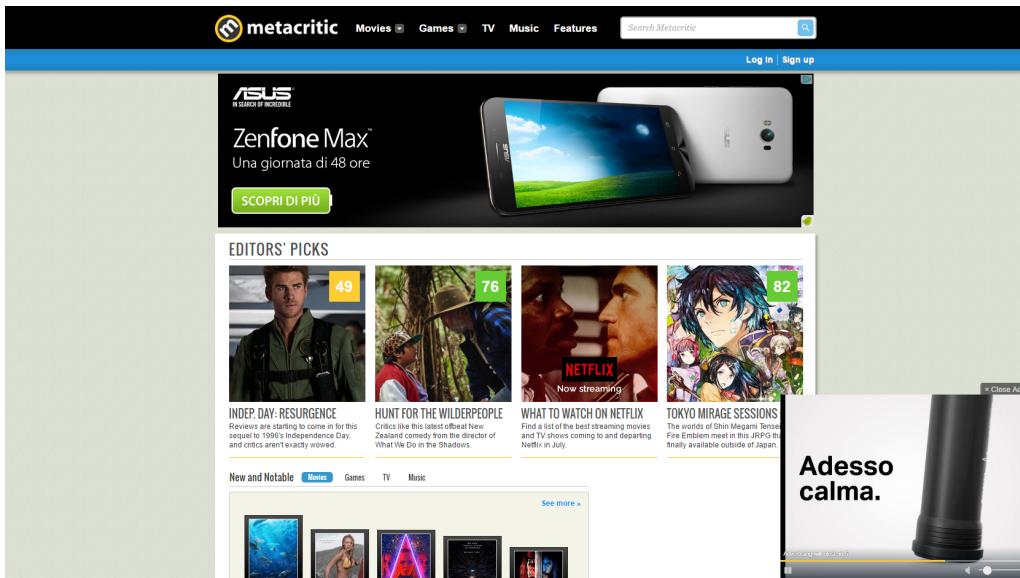


Figura 1: Home, vedi file [home.png](#)

Come si può notare il fattore di forma particolare dello schermo contribuisce a lasciare poco spazio alla visualizzazione di contenuto interessante, rendendo obbligatorio lo scrolling. Cosa molto negativa è inoltre il fatto che la lista dei nuovi prodotti con recensione è completamente invisibile. La presentazione è comunque abbastanza minimale e gradevole alla vista, in quanto non si è caduti in un design eccessivamente pesante. La situazione migliora nelle homepage delle varie categorie, ad esempio games. La pagina intera è visibile in [home21.png](#):



Figura 2: pagina principale games, vedi file [home2.png](#)

3.2 le sei W

Si procederà in seguito all'analisi della homepage prendendo come spunto le sei W viste a lezione, ed approfondendo man mano gli elementi che si incontrano:

3.2.1 Where

Dove sono?

Si nota che è la pagina principale dal fatto che nessuna voce del menu in alto è selezionata. Infatti se fossimo ad esempio nella sezione movies la barra diverrebbe del tipo:



Figura 3: vedi file [menu_non_selezionato.png](#)

se vi si passa sopra si apre invece un menu a tendina:

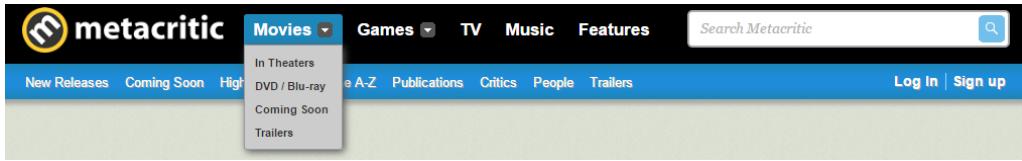


Figura 4: Il menu, vedi file [menu.png](#)

Si noti che nelle pagine specifiche per prodotto compare un secondo menu che porta a pagine con ulteriori funzionalità, che non sono altro che ricerche con i parametri segnati nel link. Nota negativa è il fatto che, probabilmente per la struttura particolare del sito, non ci sono breadcrumb a parte il menu, che è comunque insufficiente. I menu inoltre non sono fault tolerant, ma essendo solo di un livello, ciò non comporta un grande disagio. Altra nota di demerito per i link, che non cambiano colore a seconda del fatto che siano stati visitati o meno.

3.2.2 What

Che cosa trovo in questo sito?

Il fatto che si vedano dei numeri a fianco di ogni prodotto fa capire subito che si tratta di un sito che si occupa di valutazioni. Da notare che il sito così fa sia capire subito di cosa si occupi sia evita agli utenti fidelizzati un click per scoprire la valutazione del prodotto a cui sono interessati. Inoltre l'uso dei colori per i voti aumenta l'usabilità e la piacevolezza di navigazione. Resta comunque poco chiaro che la valutazione data è il *metascore*.

3.2.3 Why

Perchè dovrei restare su questo sito?

Innanzitutto non esistono molti siti che si occupano di organizzare e raggruppare recensioni, soprattutto di recensori professionisti. In aggiunta il *metascore* è una creazione del sito, che per le recensioni professionali è costituito da una media pesata delle recensioni, con un peso per ogni recensione dato dagli amministratori del sito. Inoltre il team che si occupa di metacritic si occupa anche di trasporre le valutazioni con voti letterali o addirittura

senza voto in un voto in base 100, semplificando l'interpretazione delle recensioni. In aggiunta è di aiuto per considerare la scelta di acquistare un prodotto consultando le recensioni sia di professionisti sia di utenti comuni, oppure per scegliere un prodotto da acquistare, cercando tra quelli con le recensioni più positive.

3.2.4 Who

chi c'è dietro al sito?

Il logo è presente correttamente in alto a sinistra, i proprietari del sito sono mostrati nel footer della pagina assieme a dei link per ulteriori informazioni. È presente sia una pagina "about us" sia una pagina di FAQ per chiarire altri dubbi riguardo il funzionamento del sito. Da segnalare la mancanza di uno slogan ben visibile, sebbene lo slogan sia *We Deal With Criticism*, riportato in fondo pagina e tra l'altro è un marchio registrato.

3.2.5 When

Cosa c'è di nuovo?

Le novità del sito sono visibili in home. I gestori del sito si occupano di mostrare nella prima pagina i nuovi prodotti con *metascore* basandosi sulla loro rilevanza. vi è inoltre all'inizio del corpo della pagina una sezione chiamata "editors' picks" che contiene quelle ritenute in assoluto più rilevanti. Da notare che al di sotto è presente la sezione "new and notable" che mostra i nuovi prodotti degni di nota. Purtroppo si è scelto di utilizzare uno slideshow, che pur essendo gradevole da vedere, risulta poco pratico da utilizzare, In quanto cambia con una frequenza inaccettabile e probabilmente è pensato più per scopi estetici che di usabilità. Infatti è più utile allo scopo la sezione successiva che mostra la lista statica dei nuovi prodotti suddivisi per categoria. Questa parte è purtroppo raggiungibile solamente tramite scroll. Un click su un elemento della lista porta alla corrispondente pagina, mentre un click su "All new " avvia una ricerca a campi vuoti sulla categoria selezionata in ordine di data. Altro pregio di questa sezione è il fatto che passando sopra ad uno dei link con il mouse compare una piccolo riquadro che mostra ulteriori informazioni sul prodotto.

3.2.6 How

Come raggiungo ciò che è di mio interesse?

Si è già visto come la barra del menu adempia anche al ruolo di breadcrumb surrogato. Consapevoli dell'importanza della ricerca, i gestori del sito hanno implementato una eccellente ricerca, ben visibile in alto a destra, in tempo reale e che riporta sia l'icona della lente di ingrandimento sia con il placeholder "Search Metacritic". La ricerca, come si può vedere, è in tempo reale e pure fault tolerant, in quanto permane anche se si sposta il cursore dalla lista dei risultati:



Figura 5: Ricerca, vedi file ricerca.png

se si clicca sulla casella "se all results for" si viene indirizzati alla seguente pagina:

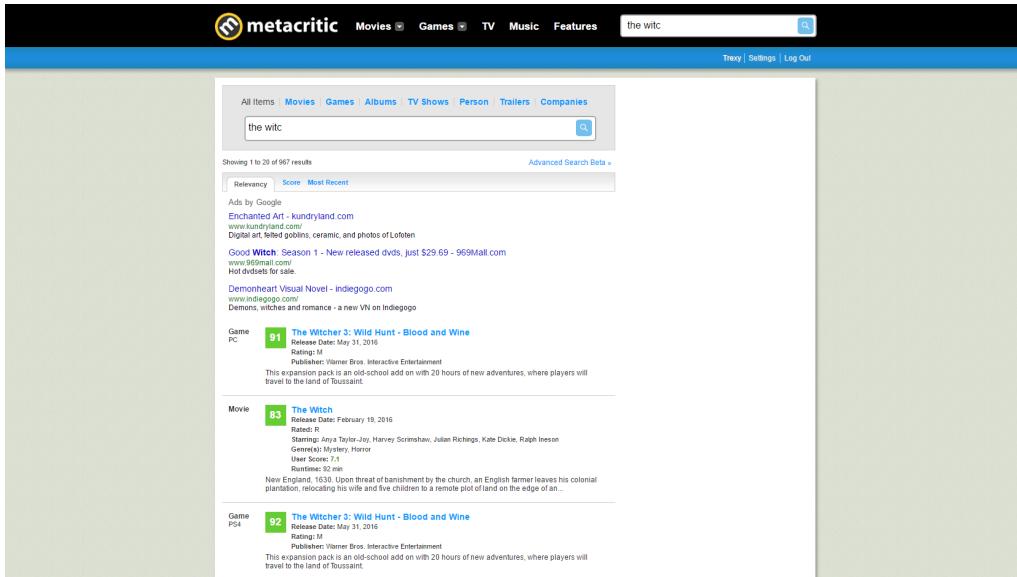


Figura 6: Ricerca, vedi file ricerca2.png

La pagina a cui si viene indirizzati offre altre funzionalità quali la ricerca vincolata ad una sola tipologia e l'ordinamento per data, rilevanza e punteggio, solo in ordine decrescente(basta scorrere al contrario i risultati per la lista inversa). Passare sopra con il mouse ad uno dei risultati mostra un piccolo riquadro con ulteriori informazioni. Da qui è inoltre disponibile un ulteriore raffinamento della ricerca tramite la funzionalità di ricerca avanzata, che offre ancora più vincoli da poter determinare:

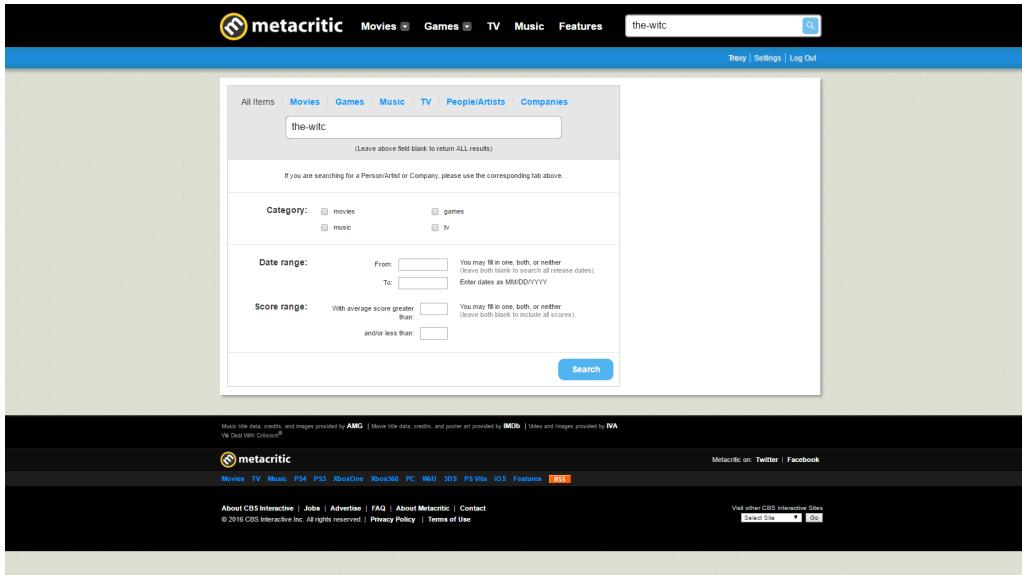


Figura 7: Ricerca avanzata, vedi file ricerca3.png

Il comparto ricerca è quindi eccellente, come ci si dovrebbe aspettare dalla tipologia di sito.

4 Utenti loggati

L'esperienza di un utente loggato non cambia molto rispetto a quella di un utente normale, se non per la possibilità di scrivere recensioni e valutare se le recensioni altrui sono state utili per noi o meno. infatti le pagine per un utente sono minimali e principalmente servono a tener traccia delle proprie recensioni e cambiare la propria foto profilo. La scrittura della recensione si va ad integrare con la pagina che visualizza le recensioni degli utenti ed è semplice ed intuitiva:

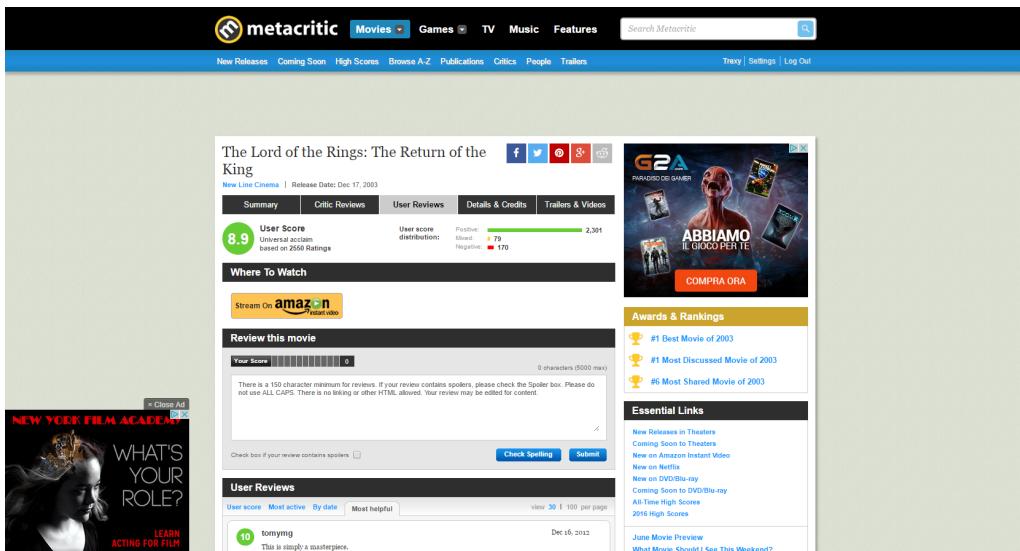


Figura 8: Scrittura recensione, vedi file [recensione.png](#)

Inoltre, per ogni utente è possibile vedere la media dei voti che ha dato, il massimo, il minimo e una lista ordinabile delle recensioni. La pagina di un recensore professionista invece è così composta:

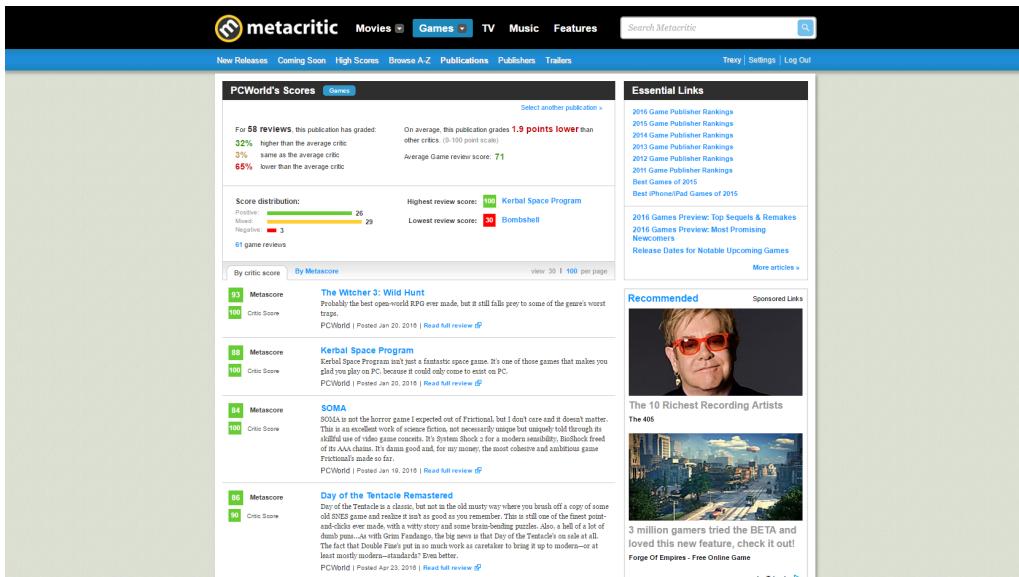


Figura 9: Recensore professionista, vedi file prof.png

Come si vede è molto snella, utile e navigabile.

5 Pagina interna

Si fornisce una pagina di esempio, <http://www.metacritic.com/game/pc/the-witcher-3-wild-hunt>(con adblock attivo), visibile nella sua visione intera in [interna1.png](#)(senza adblock):

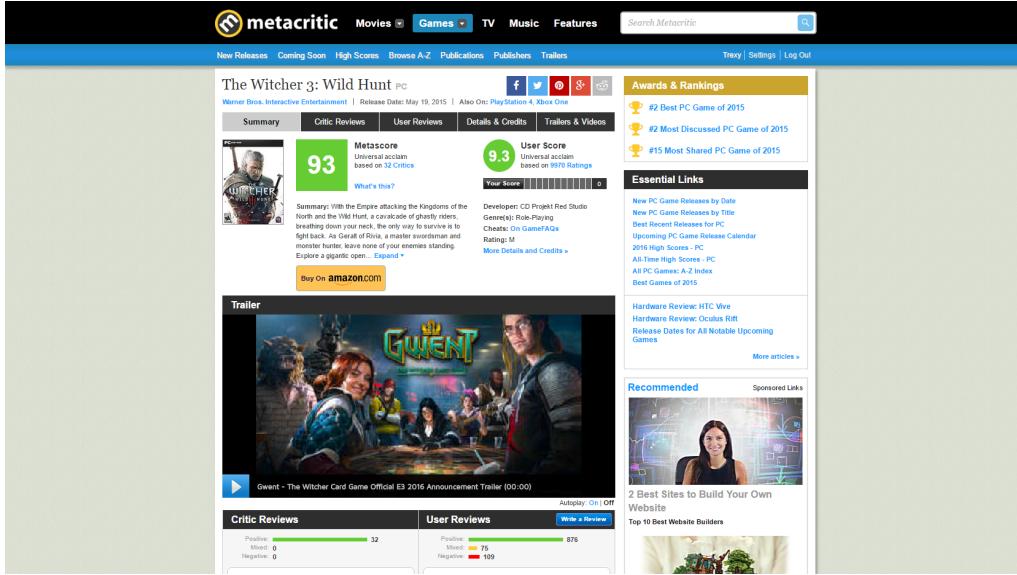


Figura 10: Pagina interna, vedi file [interna.png](#)

Si nota (soprattutto dall'immagine della pagina intera) come si cerchi di proporre meno testo possibile, lasciando agli utenti la possibilità di vedere la recensione completa con un ulteriore click e di mettere in bella vista gli elementi più importanti, quali le valutazioni. Come si può vedere permangono immutati tutti gli assi a parte il where, che è qui ridotto ad una lista sulla colonna di destra degli elementi più recenti.

6 Pubblicità

Le pubblicità, sia nelle pagine interne che in quelle principali, sono situate in tutte le posizioni possibili: in alto prima del contenuto, alla fine, a sinistra, a destra e anche mimetizzata nel contenuto. Le pubblicità a volte risultano tagliate o il box che le contiene è sovradimensionato oppure addirittura non compaiono sprecando spazio e facendo calare drasticamente la piacevolezza di navigazione. Un esempio è il seguente:

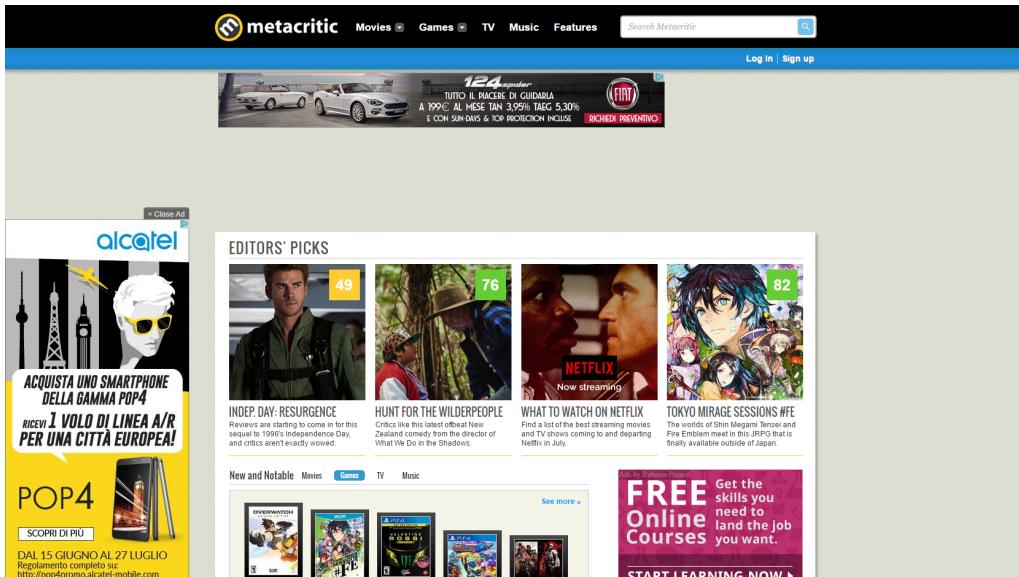


Figura 11: vedi file ads.png

Nelle pagine interne, come si poteva vedere nella [precedente immagine](#), è presente un pulsante in cui è possibile guardare in streaming o comprare il prodotto sul noto sito di e-commerce *Amazon*. Questo pulsante, se da una parte è utile per l'utente e comporta guadagno per il sito data la collaborazione biunivoca tra le due parti (*Amazon* riporta il metascore con tanto di link a metacritic dove possibile), dall'altro comporta un gambling click, in quanto si è inspiegabilmente scelto di non riportare il prezzo, come invece è fatto da molti altri siti che integrano la funzionalità del pulsante "buy on Amazon". Le pubblicità del sito fanno uso di *Google AdSense* per personalizzare le pubblicità che si presentano all'utente, aumentando di molto la

piacevolezza di queste. La gradevolezza della navigazione aumenta utilizzando un *adblocker*, che comunque non blocca tutte le pubblicità, segno che i gestori del sito hanno lavorato per contrastarlo.

7 Errore 404

di seguito è riportata l'immagine di cosa comporta generare un errore 404:

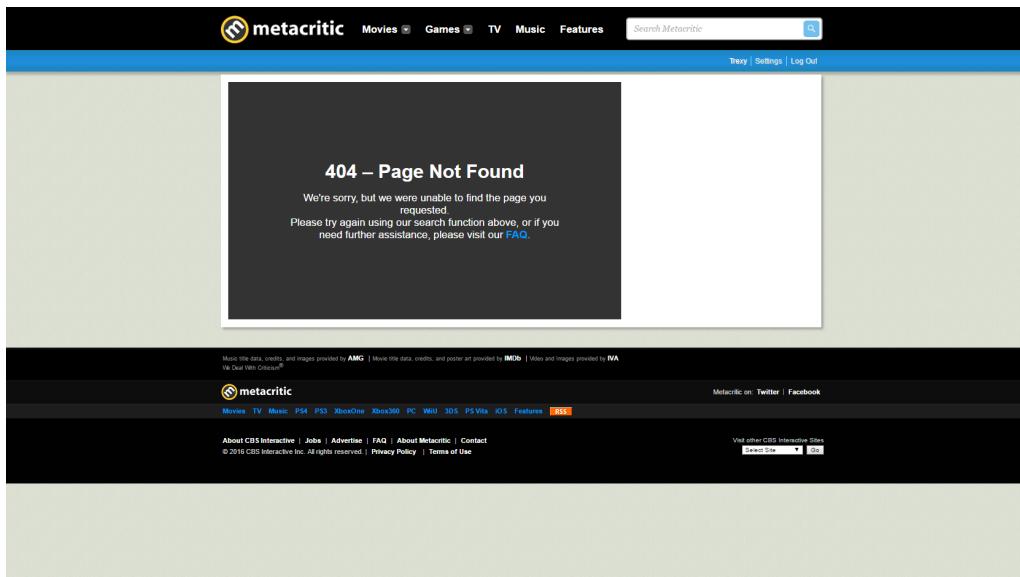


Figura 12: errore 404, vedi file [404.png](#)

come si vede, il messaggio è serio e significativo, e incita a leggere le FAQ o ad utilizzare la funzionalità di ricerca.

8 Layout mobile

Per completezza, si riporta anche uno screenshot del layout mobile. Il menu compare alla pressione del tasto in alto a sinistra e la ricerca con la pressione dell'icona della lente di ingrandimento. La barra di ricerca è larga quanto lo schermo e compare sotto al menu. Non ci sono constatazioni particolari da aggiungere rispetto a quanto detto. Risulta più piacevole da navigare rispetto a quella desktop, in quanto ad esempio vengono tolti gli inutili orpelli quali lo slideshow.

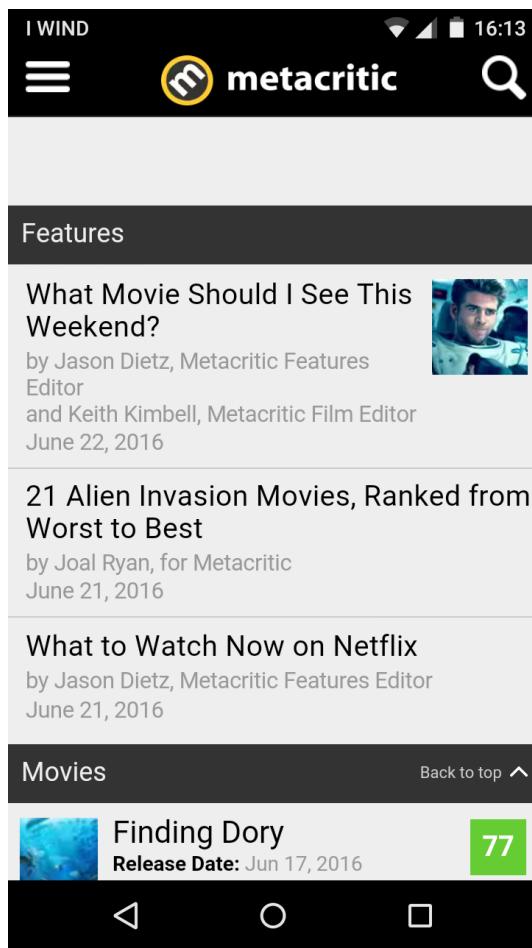


Figura 13: Layout mobile, vedi file [mobile.png](#)

9 Giudizio finale

In conclusione, tenendo conto che la funzionalità di ricerca è eccellente e del fatto che il sito è pensato soprattutto per una categoria di utenti che sa quello che vuole e non si sofferma alla home e va dritta al dunque, si ritiene di non dover penalizzare oltre il dovuto le mancanze della home e delle carenze di navigazione. Rimangono molto pesanti però le pubblicità, che a tratti sovrastano il testo e impattano l'usabilità. Ritengo di poter assegnare al sito un voto pari a

7/10

10 Lista delle figure

È in seguito riportata la lista delle figure che sono state utilizzate in questo rapporto.

- **home.png** e **home1.png**: sono la home page, <http://www.metacritic.com/>
- **home2.png** e **home21.png**: sono la pagina principale della sottosezione games, <http://www.metacritic.com/game>
- **ricerca2.png**: ricerca, vedi pagina <http://www.metacritic.com/search/all/the%20witzc/results>
- **ricerca3.png**: ricerca avanzata, vedi pagina <http://www.metacritic.com/advanced-search/all/the+witz>
- **recensione.png**: vedi pagina <http://www.metacritic.com/movie/the-lord-of-the-rings-the-return-of-the-king/user-reviews> da loggato
- **prof.png**: vedi pagina <http://www.metacritic.com/publication/pcworld?filter=games>
- **interna.png**: pagina interna, vedi <http://www.metacritic.com/game/pc/the-witcher-3-wild-hunt>
- **ads.png**: è la home page, ma il risultato non è replicabile con un link.
- **404.png**: errore 404, basta far lanciare un errore 404. Non si forniscono link in quanto l'indirizzo utilizzato potrebbe corrispondere a una risorsa in futuro.
- **mobile.png**: è la home page vista da mobile.

Le altre immagini utilizzate sono ritagli delle pagine già citate.

Elenco delle figure

| | | |
|----|--|----|
| 1 | Home, vedi file home.png | 2 |
| 2 | pagina principale games, vedi file home2.png | 3 |
| 3 | vedi file menu_non_selezionato.png | 3 |
| 4 | Il menu, vedi file menu.png | 4 |
| 5 | Ricerca, vedi file ricerca.png | 7 |
| 6 | Ricerca, vedi file ricerca2.png | 8 |
| 7 | Ricerca avanzata, vedi file ricerca3.png | 9 |
| 8 | Scrittura recensione, vedi file recensione.png | 10 |
| 9 | Recensore professionista, vedi file prof.png | 11 |
| 10 | Pagina interna, vedi file interna.png | 12 |
| 11 | vedi file ads.png | 13 |
| 12 | errore 404, vedi file 404.png | 15 |
| 13 | Layout mobile, vedi file mobile.png | 16 |