



3. MOODUL: Infoarhitektuuri loomise kontekst ja vahendid

4. teema : Kasutajakogemusega arvestamine veebis

Kaasajal peetakse kasutajakogemust (User eXperience ehk UX) ja sellega arvestamist üheks tähtsamaks tarkvara iseloomustavaks omaduseks.

Igasuguse infosüsteemi ja veebirakenduse arendamisel lähtutakse järgmistest põhitõdedest:

- kasutajatele meeldivad mugavad ja atraktiivsed kasutajaliidesed;
- kasutajatele meeldivad lihtsad ja mugavad interaktsiooniviisid;
- kasutajatel on alati vähe aega ja nad on huvitatud sellest, et võimalikult kiiresti ja mõnusalt oma infootsiülesanne täita.

Turunduses lähtutakse arusaamast, et kasutajakogemust mõjutavad neli põhikomponenti: funktsionaalsus, ilu (esteetilisus), atraktiivsus (erilisus) ja lugu (kasutajale loodav meeleolu).



Ülesanne 2:

Loe artiklit „UX Design Defined“ veebis: <http://uxdesign.com/ux-defined>; <http://uxdesign.com/ux-defined-2> ja püüa sõnastada kasutajakogemuse määratlus (definitsioon). *Kasutajakogemus on...*

Esita oma definitsioon kirjalikult Moodle`s.



1. Tutvu veebilehe valmimise protsessiga, vaadates videot:
 - 1.1. Rando Rannus kodulehe tegemisest - <http://www.youtube.com/watch?v=vb8ME7IVBP4>
 - 1.2. ja lugedes The Website Development Process
<http://pingmag.jp/2005/12/09/the-website-development-process/>



2. Loe läbi: RISO poolt koostatav raamistik riigi ning kohalike omavalitsuste asutuste veebilehtede koosvõimest. Püüa mõista, kas ja mida peetakse oluliseks kasutaja seisukohalt.

Veebide koosvõime raamistik Versioon 1.0 2012

Arvutivõrgus: https://www.mkm.ee/sites/default/files/veebide_raamistik.pdf

Kasutajakogemuse disain (J.Lazari ja J.Nielsen'i käsitletud)

Kasutuskogemuse disain on teadusharu ja tegevusvaldkond, mis uurib inimeste käitumist ning loob vastavalt inimeste käitumisele võimalikult hea kasutuslikkusega veebilehti, teenuseid või tooteid, lähtudes kasutajakesksuse põhimõtetest.

Kasutajakeskse infoesitluse nõudeid on veebikeskondade jaoks välja töötatud äärmiselt suurel arvul.

Tutvu näiteks ühe sellise raamatu sisukorraga, et saada ülevaade, kui täpselt eri tegureid tuleb silmas pidada intraneti või veebilehe ülesehitamisel:

Shneiderman, B. Research-Based Web Design & Usability Guidelines

http://www.usability.gov/guidelines/guidelines_book.pdf

Iga veebilehe (veebisaidi) disainimisel lähtutakse sihtgrupist ja organisatsiooni/asutuse enda huvidest. Seetõttu puudub standardne veebistruktuur ja disain, mis rahuldaks kõiki igas olukorras¹

Kasutajakeskse veebilehe ülesehitamisel arvestatakse sellele juurdepääsuvõimalust, kasutajasõbralikkust ning külastaja mugavust, ka seda, kes on sihtgrupiks, kas lapsed, täiskasvanud või eakad inimesed. Kasutajakeskne veebidisain peab silmas kasutajate soove, vajadusi, huvisid, võimeid, kasutajaskonna ootusi ning sihtrühma poolt kasutatavat riist- ja tarkvara. Kasutajakeskne veebisait on hea kujundusega, disain toetab funktsioone ja sisu ning sellel esitatud info on hästi struktureeritud ja kättesaadav.

Jonathan Lazar (2001) käsitleb oma raamatus "User-Centered Web Development" veebisaidi kasutajakesksust. Veebilehe tegemise aluseks on sihtgrupi vajaduste määratlemine. Kui kasutaja vajadused on kaardistatud, määratletakse vajaduste tähtsus. Veebileht peab arvestama enamlevinud veebilehitsejate (Internet Explorer, Netscape, Mozilla, Opera) tehniliste võimalustega. Vältida tuleb keskendumist ühele brauserile.

Kasutuslikkuse tagavad:

- tähelepanu pööramine kasutuslikkusele kogu protsessi jooksul;
- kasutajate kaasamine kõigil olulistel etappidel;
- disainimine vastavalt kasutuslikkusele ja kasutajate vajadustele;
- kasutuslikkuse spetsialistide/ekspertide ja kasutajaliidese disainijate kaasamine;
- kasutuslikkuse eesmärkide määratlemine varajases staadiumis;
- veebilehe kasutuslikkuse testimine.

Veebilehti võib ümber struktureerida vastavalt töötajate/kasutajate/külastajate kasutusharjumustele. Iga lehe jaoks peab olema määratletud: pealkiri, otstarve, uuendatava info maht, kui tihti infot uuendatakse ja kes vastutab info uuendamise eest.

¹ Lazar, J. User-centered Web development. Boston :Jones & Barlett Publ., 2001

Rahvusvahelised firmad peaksid oma veebilehtedel rakendama mitmekeelsust. Nii enda kui konkurentide veebisaitide tuleks testida kasutajasõbralikkuse aspektist. Kasutajaid ei tohi sundida kasutama kõige kaasaegsemat tehnoloogiat ja tarkavara. Alati tuleb kasutajatele pakkuda mingit tagasiside võimalust

Eesti riigiasutuste avalikele veebilehtedele suunatud soovitusel kirjeldatakse head veebisaiti lakoonilise, esteetilise, adekvaatse, aktuaalse ja ergonoomilisena. Veebilehed peaksid sisaldama eelkõige hästi struktureeritud tekstimaterjali, nende info- ja andmehaldus peab olema läbimõeldud, et tagada kiire ja läbipaistev tee kasutajatele nende probleemide lahendamiseks.²



Scott, B., Neil, T. Designing Web Interfaces: Principles and Patterns for Rich Interactions. O'Reilly 2009. on üheks selliseks raamatuks, mis on tihedalt seotud infoarhitektuuri põhimõtetega, samas eeldab hea visuaalse disaini olemasolu ning keskendub peamiselt interaktsioonivõimaluste kujundamisele veebis.

Raamatu sisus esitatud põhimõtetega, mis peavad tagama kasutaja mugava suhtlemise veebiga, on võimalik kiirelt tutvuda veebis: <http://designingwebinterfaces.com/explore>

Veebisaidid omavad **sisu-** (teematekstit, kontaktandmed, reklaam, teated jne), **vormi-** (navigeerimine, lingid, navigeerimishupud, struktuur, menüüd, orienteerumine, otsing, interaktiivsus) ja **disainielemente** (stiiliühatus, värvilahendus, taust, tekst, graafilised kujutised, multimeedia). Järgnevalt on nimetatud veebisaidi elemente lähemalt tutvustatud,

² Eesti riigiasutuste avalikud veebilehed. 2010. <http://www.riik.ee/kord/wwwjuhend.html>

³ <http://designingwebinterfaces.com/>

tuginedes Jonathan Lazari, Jakob Nielsen ja Marie Tahir ning Mark Pearrow kasutajakeskse veebidisaini käsitlelustele.⁴

Sisuelemendid

Sisu peab vastama kasutajate ootustele, peab olema kaasajastatud ja grammatiliselt ja visuaalselt korrektselt esitatud. Pidev uuenemine ja kaasajastamine kutsub külastajad veebilehele tagasi. Informatsioon peab olema kergesti leitav. Selge peab olema kes on autor. Näiteks logo näitab, mis asutuse infoga tegemist on. Muutuva info esitamisel peab viimane uuendamise aeg olema kiiresti leitav. Kui on tegemist autoriõigusliku objektiga, siis viide autoriõigusele peab olema äratoodud dokumendi allääres. Seal võib olla lisaks kirjas ka see, kelle rahalisel toel on veebileht loodud ja info veebidisaineri kohta. Lehekülje alla võib lisada joonealusena veel asutuse kontaktandmed⁵

Veebisaiti ei tohi koormata tänuavaldustega brauseri kompanii või veebidisaini tegijate aadressil. Samuti pole vaja veebisaiti koormata veebidisaini auhindade eksponeerimisega. Kiiresti muutuvate numbrite esitamisel peab numbrile olema alati lisatud muutumise protsent. Tühikut või koma tuleks kasutada tuhandete eraldamisel, näiteks 20 000. Kui numbrid asuvad ülestikku tuleb need joondada komakoha järgi.⁶

Korduma kippuvad küsimused (KKK) peaksid ka olema sisuelemendina esindatud.

Sisuelemendid erinevad valdkonniti ning peavad vastama antud sihtgrupi vajadustele. Sisuelementidena võib käsitleda uudiseid ja pressiteateid, reklaami, kuupäeva, kellaaega, kontaktandmeid, tänuavaldusi ja teisi sihtgruppi huvitavaid infoelemente.

Uudised ja pressiteated

Pressiteadete puhul peavad olema lingid uudiste pealkirjadega. Uudise pealkirjad peavad olema võimalikult informatiivsed, juures võiks olla väike sisukokkuvõte uudisest ning uudise kuupäev. Uudised võib jagada ka näiteks selle nädala ja eelmise nädala uudised, see tähendab - ajaskaala järgi. Asutusele väga tähtsad uudised võivad olla toodud esimesel positsioonil ja suuremalt.

⁴ Lazar, J. User-centered Web development. Boston : Jones and Bartlett Publishers, 2001.

Linntam, A . Interneti kodulehekülje tegemine. Tallinn : Külim, 2001.

Nielsen, J., Tahir, M. Homepage usability : 50 websites deconstructed. Indianapolis, IN : New Riders, 2002.

4. Pearrow, M . Web site usability handbook. Hingham, MA : Charles River Media, 2000.

⁵ Lazar, J. User-centered Web development. Boston : Jones & Barlett Publ., 2001

⁶ Nielsen, J., Tahir, M. Homepage usability : 50 websites deconstructed. Indianapolis : New Riders, 2002

Reklaam

Tuleb hoiduda reklaamide asetamisest informatiivselt tähtsate elementide vahetusse lähedusse. Kui lehe välised reklaamid on vajalikud, siis tuleb püüda hoida neid võimalikult diskreetselt. Tuleb proovida vältida sisuelementide muutmist reklaamide sarnaseks. See tähendab seda, et sisuelemente ei tohi disainida reklaamielementide põhimõtete järgi.

Jakob Nielsen'i reklaami "ärritustegurid"⁷

- ✓ Pop-upid (lehe ette ilmuvad) 95%
- ✓ Aeglaselt laetav sisu 94%
- ✓ Trikikad (veateated, alerdid jms) 94%
- ✓ Sulgemisnupu puudumine (videod jms) 93%
- ✓ Selle sisuosa, mida sa vaadata tahad, ära katmine 93%
- ✓ Ei öelda, mida reklaamitakse 92%
- ✓ Liigutab sisu 92%
- ✓ Võtab enda alla enamiku lehest 90%
- ✓ Plingib agressiivselt 87%
- ✓ Lendleb mööda ekraani ringi 79%
- ✓ Mängib automaatselt heli 79%

Kuupäev ja kellaaeg

Ajast oleneva informatsiooni juures peaksid olema kuupäevad ja aja määratlus, näiteks uudiste puhul on vajalik kuupäev, kuid foorumite puhul kellaaeg selle kohta, millal sõnum postitati. Ka muu uuendatud sisu puhul peab olema ära toodud kuupäev. Ajatsooni märke tuleb lisada, kui veebilehe kasutajaskond on laiahaardeline. Aja määratlemisel tuleb kasutada väljakujunenud vorme nagu näiteks inglise keele kasutamise korral p.m. Kuu nimetuse puhul tuleb kasutada tähekombinatsiooni, lühendit või sõna, näiteks 1.jaanuar, mitte 01.01.

Vormielemendid

Vormielementideks on navigeerimine, lingid, veebilehe struktuur, menüüd, navigeerimisnupud, orienteerumine, otsing, interaktiivsus.

Navigeerimine

Veebilehel liikumine peab olema tehtud võimalikult lihtsaks. Lihtne peab olema edasi-tagasi liikumine. Oluline info peab olema nähtav ilma kerimiseta. Vältida tuleks horisontaalset kerimist. Tavaliselt eeldavad kasutajad vertikaalset kerimist. Kõik sisuliselt tähtsad elemendid peavad olema lehele paigutatud nii, et nad on vaadeldavad ilma kerimiseta. Leheküljel ei tohiks olla viidet

⁷ Kasutaja vajaduste hindamine. http://www.trinidad.ee/ftp/WUD_Epp-Kristiina.pdf

iseendale. Vältida tuleks lehekülgi, mis on tupikud, kust ei ole võimalik liikuda tagasi kõrgemale tasandile.

Kui veebisaidil on võimalik midagi osta, siis peab kasutajal olema pidev ülevaade sellest, kui palju ta ostnud on, näiteks eraldi ribal ekraani all.⁸

Hoiduda tuleb uute akende avamisest, see tähendab, et menüüs liikudes ei avane uut akent, väljaarvatud juhul kui viide viib veebilehest endast väljapoole[4].

Universaalne Ressursilokaator (URL) e. veebiaadress peaks olema lihtne (www.asutusenimi.com). Kui firma on seotud mingi riigiga, siis peab kasutama riigitunnust laiendina. Eesti laiend on .ee. Kui on võimalik, siis tuleks registreerida kõik lähedased domeeninimed. Sest juhul kui inimene sisestab aadressi ebakorrektelt, siis jõuab ta ikka soovitud aadressini ümbersuunamise kaudu, sel juhul suunavad ka otsingumootorid ümber. Samuti aitab see vältida piraatlust sarnaste nimede kasutamisel. Kui on mitu erinevat registreeritud kaubamärki, siis viivad kõik vastava kaubamärgi haldaja veebilehele.

Hüpikaken (*Pop-up Window*) ja esileht (*Staging Page*)

Hüpikaknaid ei soovitata kasutada avaleheküljel, sest võib tekkida segadus sellega, kumb neist on avalehekülg.

Eellehed (*Splash windows, splash pages*) on näiteks lehed, kust on võimalik valida ainult keel või html või flash või saab sealt valida, mis riigis asuva firma filiaali veebilehele on soov edasi liikuda. Eellehti ei soovitata üldiselt kasutada. Eellehti võiks kasutada vaid juhul, kui sisu ei ole kõigile sobilik⁹.

Suunav veebileht (*rooting page*) tähendab, et veebileht on kolinud või kui kasutatakse mitut nimedomeeni, mis suunavad veebiaadressile, kus veebisait füüsiliselt asub, näiteks firma IBM veebisait asub aadressil www.ibm.com ja on lisaks oma nimele registreerinud ka nimedomeeni ibm.uk. Suunavaid veebilehti võib kasutada ainult siis, kui analoogseid lehekülgi on mitmes erinevas keeles, näiteks vene keeles, eesti keeles, inglise keeles.

Tiitellehte veebisaidil tuleks kasutada ainult siis, kui on vajalik kasutaja registreerimine, sisselogimine, identifitseerimine.

Veebilehe akna pealkirjad (*Window titles*) on sellised pealkirjad, mida brauserid kasutavad lehekülje järjehoidja nimena. Akna pealkiri peaks sisaldama asutuse nime. Kasutada ei tohiks domeeninime ega sõna "veebilehet (veebisait)". Alalehekülgede pealkirjadele võib lisada lühikesi iseloomustavaid sõnu. Akende pealkiri ei tohi ületada 7 sõna ja 64 tähemärki.¹⁰

Lingid

Lingid peavad olema üheselt mõistetavad. Soovitatakse kasutada tekstilinke mitte pilte, animatsioone. Ühe lehe piires ei tohi kasutada mitut linki, mis viivad ühele ja samale asjale. Linkide

⁸ Nielsen, J., Tahir, M. Homepage usability : 50 websites deconstructed. Indianapolis : New Riders, 2002

⁹ Ibid.

¹⁰ Pearrow, M. Web site usability handbook. Hingham, MA : Charles River Media, 2000.

pealkirjad peavad olema üheselt mõistetavad [1,3,4]. Linkide pealkirjana ei tohiks kasutada väljamõeldud sõnu (tavakasutuses puuduvaid sõnu). Lingi sõnad olgu eristuvad (mitte kasutada korduvaid sõnu, näiteks Eesti Draamateatri töötajad ja Eesti Draamateatri mängukava). Lingi pealkirjaks ei tohiks kasutada "Kliki siin", sest siis ei ole lingi sisu adekvaatselt avatud. Linkide nimestikus ei tohiks kasutada pealkirja "Veel linke", parem on muuta linkide hierarhilist struktuuri alalinkidega (st paigutada osad lingid teise lingi alla). Kui linki on külastatud, siis on oluline, et muutuks lingi värv. Ei ole soovitatav kasutada ka lingi pealkirja "Lingid" vaid tuleb seletada, mida vastava lingi alt leiab.

Kui lingile avaneb midagi muud kui lihtsalt uus lehekülg (näiteks hakkab muusika mängima), siis peab kindlasti olema see lahti nimetatud. Näiteks muusika või videomärk peab siis vastava lingi juures olema [3]. Väga halb on see, kui veebilehel on mittetöötavaid linke [10]. Menüüdes peaksid kõrvuti asetsema olemuselt sarnased lingid.

Otselinke (Task Shortcuts) kasutada mingite ülesannete või tehingute, sammude sooritamisele, näiteks e-poes ostu sooritamiseks. Kasutajatele tuleb võimaldada otsest ligipääsu veebisaidi funktsioonidele, need peavad olema kahe kliki kaugusel, esilehel need olla ei tohiks. Näiteks, et siit saan osta pileteid etendusele. Need nupud peavad olema konkreetset ja üheselt mõistetavad. Kasutada ei tohi neid nuppe, mis muudavad brauseri seadeid. Näiteks, et vajuta siia ja siis muutub antud veebileht sinu avaleheküljeks

Veebisaidi struktuur

Veebisaidi struktuur - omavahel linkidega ühendatud veebilehekülgede kogum peab olema optimaalne, Sügavuse (3 tasandit) ja laiuse (menüüde valikute arv 7 ± 2) suhe tuleb tasakaalustada. Põhisihtgrupi veebikasutajale peab olema oluline info 3 kliki kaugusel. Kõige paremini on kasutatav hierarhiline struktuur. Hierarhilise navigatsiooniriba kuvamine on raskendatud, kui ühele ja samale leheküljele on võimalik jõuda mitmeid erinevaid teid pidi.¹¹

Menüüd

Peamenüü peab soovituslikult olema ükskõik kas vertikaalselt või horisontaalselt, kuid reklaamist ja pilkupüüdvast graafikast kõrgemal ja serva pool. Peamenüüd peaksid asetsema üleval või vasakus ääres. Kõige ideaalsem on kui menüüriba asetseb lehekülje ülal ja vasakul pool. Põhjendus on selles, et kuvarite füüsiline suurus on erinev ja kui peamenüü asub all, siis peab peamenüü nägemiseks kasutama kerimisribasid. Mitme peamenüü kasutamine on õigustatud kui nad on organiseeritud erineva grupeerimis põhimõtte järgi, näiteks üks on sihtgrupi ja teine lehekülje teemapõhiselt¹².

Kuid samas on mitme peamenüü kasutamine eksitav. Kui aga sellist varianti kasutada, siis üks menüüdest, tavaliselt horisontaalselt asetsev, peaks jääma kogu veebisaidi puhul muutumatuks [4]. Menüüde valikute arv on psühholoogiliste uurimuste järgi kõige ideaalsem 7 ± 2 , see vastab kõige

¹¹ Lazar, J. User-centered Web development. Boston :Jones & Barlett Publ., 2001

¹² Ibid

paremini inimese kognitiivsetele võimetele. Inimene suudab teha sellise valikute hulga vahel kõige paremini valikuid. Rohkemate menüü valikute korral, tuleks kaaluda menüüde grupeerimist ja viia osa valikuid ühise nimetaja alla alamtasanditele. Samas on võimalik kasutada ka avanevaid alammenüüsid. Hoiduda tuleb menüü valikutest, mille puhul järgmisel valiku tasandil on ainult üks valik [1]. Rippmenüüsid tuleb kasutada juhul, kui on tegemist piiratud valikuga vastustega.¹³

Navigeerimisnupud

Navigeerimisnupud peavad olema kasutatavad linkidena, eristudes taustast. Soovitav on kasutada ka eelmisele veebilehele tagasilikumise nuppe. Navigeerimisnupud peaksid olema ikoonide või tekstina. Ikoonid on tekstist paremad, kui need on üheselt mõistetavad. Võib kasutada ka mõlemat varianti korraga nii, et ikooni all on tekst [4].

Orienteerumine

Leht peab olema identifitseeritav. Kõige lihtsam identifitseerimisviis on kasutada selleks logo. Iga leheküljel võiks omada ilusat, üheselt mõistetavat pealkirja. Jälgida tuleb, et lehekülje pealkiri oleks lehekülje sisuga seotud.

Võimalusel tuleb pakkuda kasutajale orienteerumiseks informatsiooni tema praegusest asukohast. Selleks on 2 võimalust:

1. Kas URLi põhiselt, kus aadressireal on äratoodud kataloogipuu, mis näitab kus asud. Näiteks nii Draamateater/mängukavad/juuni;
2. Samasuguse kataloogipuu asetamine lehekülje pealkirja alla. Linkidest koosnev. Näiteks nii Draamateater → mängukavad → juuni.

Otsing

Otsimootori olemasolu oleks väga kasulik. Otsing on väga tähtis element ja see peaks olema kõikidel veebilehtedel. Otsing peaks olema avalehel, mitte lingina, mis viib otsingusüsteemi. Otsimootor olgu kõikidel lehekülgedel, mitte ainult avalehel. Veebisaidil ei tohiks olla teiste Interneti otsimootorite kaste, mis otsivad kogu veebist, soovitatav oleks kasutada oma veebisaidi otsimootorit. Las iga inimene ise otsustab millist otsimootorit ta kasutab infootsinguks.

Sisestuskasti peaks olema minimaalselt võimalik sisestada 25 tähemärki. Kõige ideaalsem oleks 30 tähemärki.

Otsingut ei ole vaja eraldi pealkirjastada, piisab paremal pool sisestuskasti asetsevast nupust "Mine" või "Otsi". Kui on vaja sooritada laiendatud otsingut, siis olgu see toodud järgmisel lehel. Esimesel lehel olgu ainult lihtotsingu võimalus ja seal juures link laiendatud otsingule. Otsingule ei tohiks panna ise piiranguid. Kasutaja eeldab, et lihtotsingu puhul otsitakse kogu veebisait läbi. Otsitulemuste puhul on soovitatav kuvada ka otsitud lehekülgede asukoht hierarhilises puus. Jälgida tuleks kasutajate poolt otsinguks kasutatavaid sõnu ja selle järgi teha ümberkorraldusi.¹⁴

¹³ Nielsen, J., Tahir, M. Homepage usability : 50 websites deconstructed. Indianapolis : New Riders, 2002

¹⁴ Nielsen, J., Tahir, M. Homepage usability : 50 websites deconstructed. Indianapolis : New Riders, 2002

Juurdepääs

Interaktiivsus

Seadistamine (*Customization*) on sisu disain ja loomine, mis vastab veebikasutaja spetsiaalsetele vajadustele. Spetsiaalselt kliendile suunatud sisu ei ole dünaamiline nagu personaliseeritud sisu, see on loodud ühe autori poolt kindla nõudmise jaoks ja on staatiline kuni seda muudetakse.

Seda soovitatakse kasutada juhul, kui see on otstarbekas. Näiteks kuvada neid uudiseid või pakkumisi, mis on seotud konkreetse kasutajaga/kliendiga. Või kui on teada kasutaja harjumused antud veebilehe kasutamisel, siis sellisel juhul saab saiti muuta vastavalt kasutaja harjumustele. Soovitatav ei ole aga kliendil disaini muuta.

Kohandatavus saab vähendada inimlike eksituste arvu, arvestades kasutajate värvi-, kirjasuuruse või kontekstieelistusi infotehnoloogia kasutamisel.¹⁵

Hädaolukorrad ja suhtlus tehniliste probleemide korral

Kui mingil põhjusel osa veebilehest ei tööta, siis tuleb kasutajaid koheselt teavitada, näiteks "proovige hiljem uuesti" või anda infot kuupäevaliselt või esitada kontaktandmed. Suuremate firmade puhul on soovitatav omada alternatiivset, dubleeritud veebilehte, et oleks võimalik kasutajad vajadusel ümber suunata.

Leheküljega seotud inimgruppide loomine.

Selliseid gruppe saab luua läbi jututubade ja foorumite. Inimgrupi loomisel peaks olema loodud link selleks tarbeks, mille all on äratoodud arutelufoorumi teemad.

Külalisteraamatut ei ole soovitatav kasutada äriveebilehtedel.

Veebilehe uuesti laadimine ja värskendamine

Automaatset lehe värskendamist ja uuesti laadimist kasutada ei soovitata, uuendamise otsus jäägu organisatsiooni juhtkonna teha, millal ta uuesti soovib laadida. Uuenduste puhul tuleks säilitada võimalikult sama kujundus.

Kliendiinfo kogumine

Ei ole soovitatav klientidele pakkuda lihtsalt registreeritud kasutajaks saamist, sest enne registreerimist peaks selgitama registreeritud kasutajate eeliseid. Kui küsida kasutajate nõusolekut nende elektronpostiaadressile reklaamide saatmiseks, siis alati tuleb küsida lisainformatsiooni soovitud reklaamide valdkondade kohta. [9]

Disainielemendid

Disainielementideks on stiiliühatus, värvid, tekst, graafilised kujutised ja animatsioonid.

¹⁵ Meyen, E., Poggio, J. C., Semon, S., Seok, S. & Tillberg-Webb, H. 2008. *Evaluation criteria for the educational web-information system*. - Quarterly Review of Distance Education. Summer 2008, Vol. 9, Issue 2, p189-200.

Stiiliühtsus

Veebilehel peab olema stiililine ühtsus. Näiteks kui ühel lehel esinevad freimid, milles kuvatav info on pärit teiselt leheküljelt, siis peab ka freimis kuvatav info olema stiililiselt ühtne . Kasutada tuleb muutuvat küljendust, mis muutub vastavalt vaadeldava ekraani resolutsioonile ¹⁶.

Värvid

Värvidel on erinevad kultuurilised tähendused, näiteks must võib tähendada läänemaailmas surma. Jaapanis, Indias tähistab surma valge värv. Sinine värv tähendab üldiselt külma. Punase tähendused on kuum, stopp, hoiatus. Rohelise tähendused on aga lubatud, ahnus, loodus.

Taustavärv peab veebilehel olema ühtlane ja mitte esiletorkav. Tausta ja teksti vahel peab olema kindlasti kontrast. Ei soovitata kasutada ühe teksti raames erinevaid värve ja mitte kasutada väga kirevaid värve. Tabelite puhul ei ole soovitatav kasutada üle 4 värvi eristamiseks erinevat tüüpi andmeid.¹⁷

Tekst

Teksti küljenduse stiil peab olema ühtne Teksti fondi suurus ei tohiks olla fikseeritud vaid peaks olema muutuva suurusega vastavalt brauseri aknale. Tuleks hoiduda harvaesinevate fontide kasutamisest. Suurte tähtede kasutamine võrdub aga "karjumisega" . Tuleb hoiduda teksti üledisainimisest (fondi valik, värv). Kasutada tuleks üldlevinud fonte, see teeb veebilehe printerisõbralikuks. Piirata tuleb tähtsust rõhutavate tehnikate kasutamist (näiteks suurem tekst või rasvane kiri), seda võib kasutada ainult sisuliselt oluliste elementide puhul [4]. Samal tasandil olevad pealkirjad peavad olema ühesuguse küljendusega (sama stiil, sama suurus ja joondus). Teksti pikkus sõltub edastatava informatsiooni olemusest. Mõnikord on pikad tekstid õigustatud, kuid üldiselt peaksid tekstid jääma 2-3 lehe raamesse. Mahukate dokumentide korral tuleks kasutada pdf-formaati.¹⁸

Graafilised kujutised ja animatsioonid

Ikoonide kasutamisel peavad olema need üheselt mõistetavad, näiteks muusika kuulamiseks "noot". Piltide suurust tuleb optimeerida ja vältida liiga suuri pilte. Arvestades erinevate kasutajate internetiühenduste kiirustega on soovitatav avaleheküljel mitte kasutada andmemahukaid elemente nagu heli, video või suured pildid. Selliste elementide kasutamise otsus tuleks jätta kasutaja teha. Avalehekülje suurus peaks olema 10-50 KB ¹⁹

Graafika peab olema sisuga seotud. Kui graafika ei ole otseselt seotud tekstiga või on kaheselt mõistetav, siis tuleb panna juurde selgitav tekst . Kindlasti tuleb kasutada piltide pealkirju, sest juhul kui brauser ei toeta piltide kuvamist, siis on selle asemel ära toodud piltide pealkirjad . Diagrammide ja fotode suurusi tuleb muuta nii, et need oleksid

¹⁶ Nielsen, J., Tahir, M. Homepage usability : 50 websites deconstructed. Indianapolis : New Riders, 2002

¹⁷ Pearrow, M. Web site usability handbook. Hingham, MA : Charles River Media, 2000.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Lazar, J. User-centered Web development. Boston : Jones & Barlett Publ., 2001

proportsioonis teksti ja kujunduselementidega. Hoiduda tuleb vesimärkidest ja graafikast teksti all, vastasel juhul hakkavad need teksti segama²⁰.

Lisandprogrammide (Plug-ins), näiteks video vaatamiseks või pdf-formaadis teksti lugemiseks on soovitatav kasutada enamlevinud ja vabavaralist tarkvara. Juurde tuleb lisada viide kust vastavat tarkvara allalaadida saab. Mahukate failide puhul (video, muusika, pdf) tuleks faili juurde kirjutada faili maht. Animatsioonide kasutamisel tuleb olla eriti ettevaatlik, sest allalaaditud animatsioonid võivad hajutada tähelepanu ja ei ole sellepärast võrreldavad videoklippidega, mille kasutamine on kasutaja kontrolli all [1]. Kunagi ei tohi animeerida selliseid elemente nagu “logo” ja “pealkiri”, sest need peaksid olema korraga vaadatavad. Samuti tuleb arvestada sellega, et on inimesi, kes ei taha animatsioone. Kui brauseri poolt on animatsioonid keelatud, siis peavad olema need asendatud, et ei jääks infoaukused. Hoiduda tuleb teiste firmade logode esitamisest, väljaarvatud juhul, kui tekst on seotud sellega või logo on link, mis viib vastavale leheküljele.²¹



Ülesanne 3 :

Analüüsi kas **oma organisatsiooni või Teater Vanemuine veebilehte** -<http://www.vanemuine.ee/> ja iseloomusta seda ülaltoodud kasutajakogemuse tunnuste alusel.

Esita essee koos teiste ülesannetega Moodle's.

²⁰ Nielsen, J., Tahir, M. Homepage usability : 50 websites deconstructed. Indianapolis : New Riders, 2002

²¹ Ibid.