

Logička organizacija web sjedišta – osvrt

Student: Marin Petraš

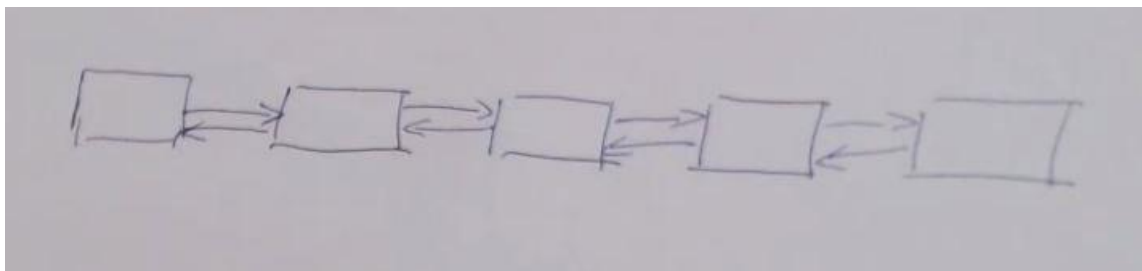
Datum: 03.06.2021

Modeli logičke organizacije web sjedišta

Kada se misli na logičke organizacije onda se zapravo misli na to kako se definiraju veze između pojedinih dokumenata unutar web sjedišta što se uopće ne treba poklapati sa njihovim fizičkim orijentiranjem. Imamo 4 osnovne logičke organizacijske forme: linearna organizacija, mrežna organizacija, stablena organizacija ili hijerarhijska, web organizacija.

Logička linearna organizacija

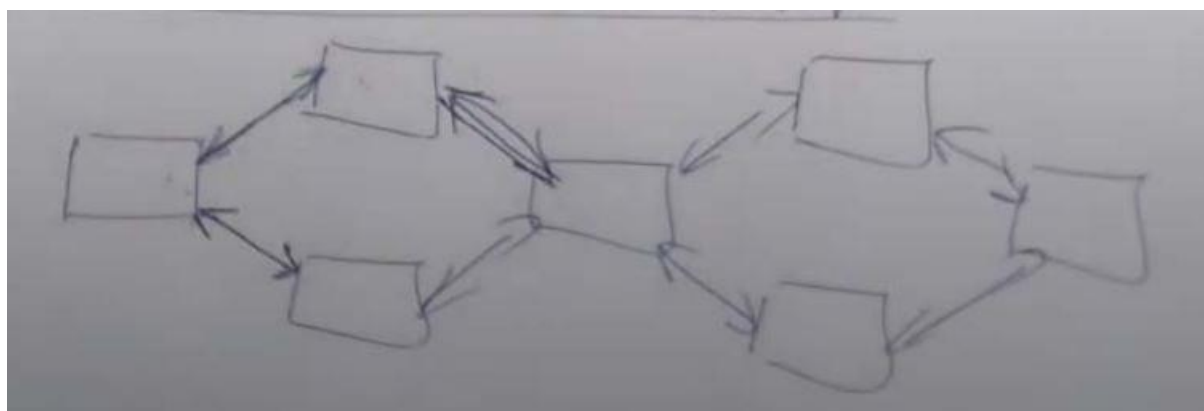
Dokumenti se unutar tog sjedišta čitaju kao neka knjiga, to je jako korisno kada se pokazuje neka procedura korak po korak (primjerice IKEA upute). Osnovna linearna organizacija: uzmimo na primjer 5 stranica, na prvoj stranici možemo doći do druge stranice, dok sa te druge možemo otići nazad na prvu odakle smo i došli ali možemo i otići dalje (unaprijed) do sljedeće (treće) stranice. PowerPoint prezentacije su također jedan odličan primjer te linearne organizacije.



Na taj način je dizajner osigurao da korisnik primi informaciju željenim slijedom. Tehničke prednosti ovakve organizacije: može se napraviti preload ili precash tj. kada korisnik dođe na prvu stranicu može preloadati sljedeću stranicu prilikom čitanja sadržaja na prvoj stranici.

Vraćanjem sa druge stranice unazad na prvu, prva stranica će se vrlo brzo učitati zbog toga što je ona već predcashirana tj. spremljena u memoriju i nema potrebe da se ona ispočetka učitava kao neka nova stranica na kojoj već nismo bili. Također, isti postupak kao i kod prve stranice, dok čitamo sadržaj na drugoj stranici preloada se sadržaj na trećoj i tako n broj puta. Tipične navigacijske oznake koje se koriste: strelica prema nazad (ovdje bi bilo idealno kada bi se ispod same strelice napisao naslov sadržaja koji smo čitali prije nego što smo otišli na sljedeću stranicu), strelica prema naprijed (također bi i ovdje bilo idealno kako bi se napisao naslov sljedećeg sadržaja koji nam slijedi nakon što završimo sa sadašnjim sadržajem).

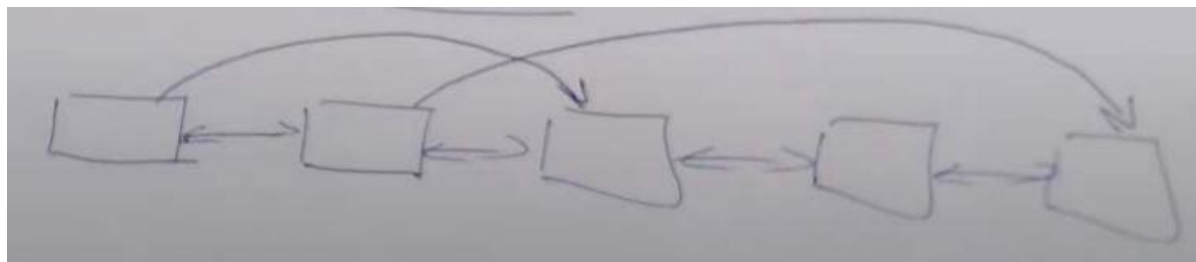
Linearna logička organizacija s alternativama



U ovoj organizaciji poštujemo linearnost ali vidimo da ima određenu alternativu. Simulacija interaktivnosti, imamo osjećaj kao da nas netko vodi kroz stranicu no zapravo imamo više ponuđenih "odgovora" koji nas vode na druge stranice ovisno koji "odgovor" kliknemo, konkretno smo spomenuli "Pitanje glasi: pušite li?" - DA ili NE; ako kliknemo "DA" stranica će nas pomoću alternativne aktivnosti odvesti na neku stranicu koja je napravljena ukoliko je korisnik pritisnuo "DA", ista stvar i sa "NE". Na takvom jednostavnom primjeru se također može voditi i jedna jednostavna statistika. Ovdje je naravno malo otežano preloadanje jer web stranica ne zna koji će odgovor korisnik odabrati, međutim današnji uređaji su dovoljno jaki

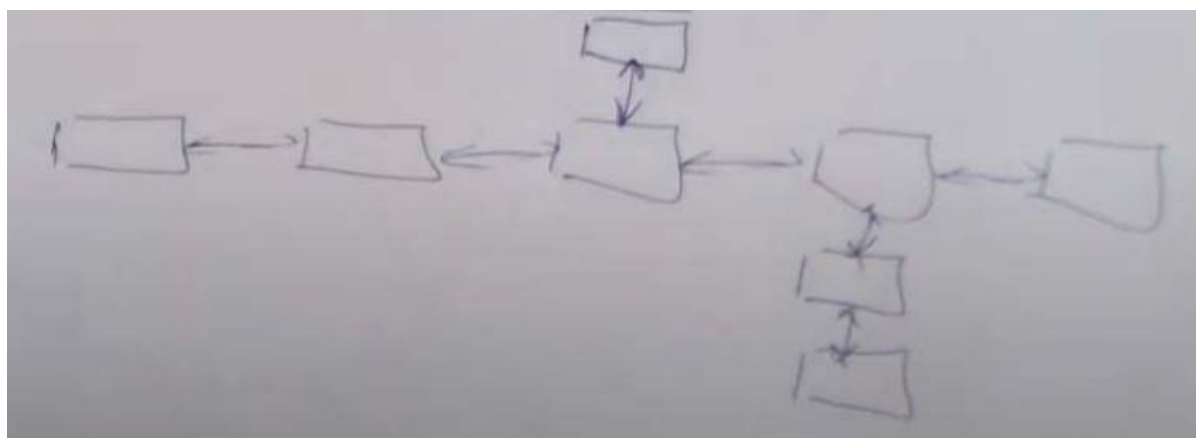
pa to nije problem. Preloading se ne smije pretjerati jer bi moglo doći do rušenja, zato je sasvim dovoljno preloadati 2, 3 stranice prije odgovora.

Linearna logička organizacija s opcijama



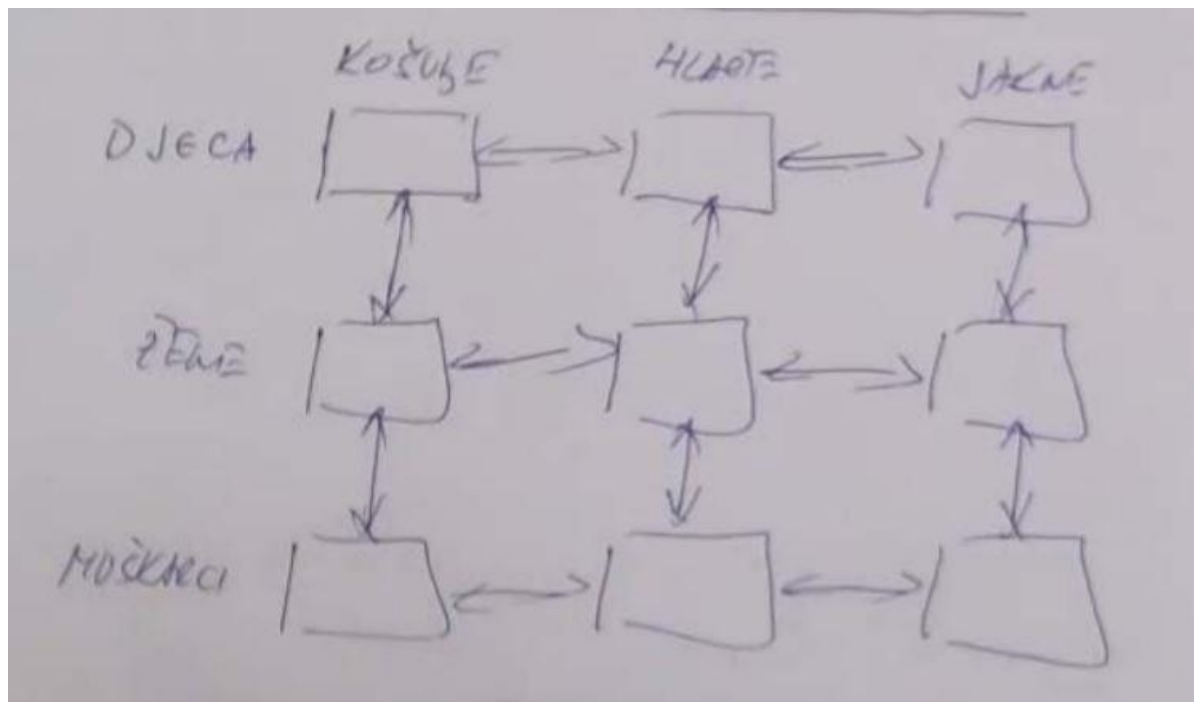
Ona se često naziva i "linija sa skokom unaprijed". Ovdje se želi omogućiti preskakanje stranica prilikom pregledavanja, to radimo kontrolirano. To se često može raditi kada se prikazuju trailerovi filmova, skip opcija.

Linearna logička organizacija s izletima



Tu je dozvoljena kontrolirana diverzija linearne organizacije, ne smijemo pretjerati granama. Primjerice "help" ili objašnjenje nekog pojma na određenoj stranici, videozapis, tekst ili nešto slično. Idealno bi bilo kada bi te "pomoćne" stranice bile lakše i preloadane kada dođemo na "glavnu" stranicu na kojoj se te grane nalaze.

Mrežna logička organizacija

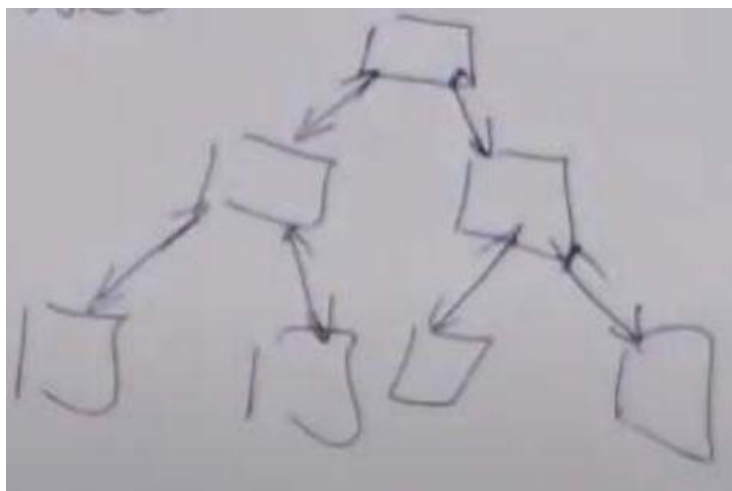


Jedna od glavnih organizacija koji koriste web shopovi. Ima karakteristiku da prezentira horizontalne i vertikalne odnose između različitih objekata prezentacija.

Stablena (hijerarhijska) logička organizacija

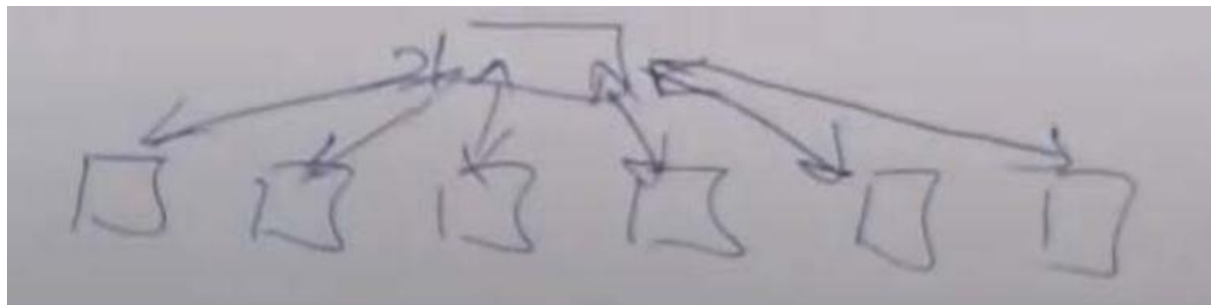
Jedna od najčešćih organizacija na webu, može se lako modificirati; administrirati, neke informacije se u nekom određenom trenutku mogu sakriti ili eksponirati.

Usko stablo; binarno stablo



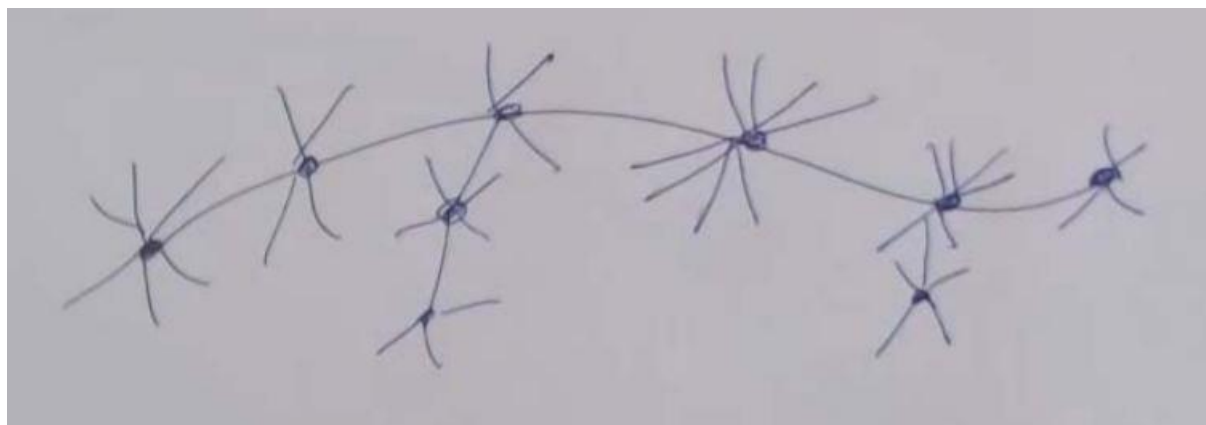
Jedna od mana je ta što traži puno klikanja da se dođe do jedne određene informacije. Pravilo troklika; posjetioac našeg web sadržaja je u 3 klika došao do neke informacije koju je želio dobiti, ne treba to biti krajnja informacija, to može biti mjesto u kojem se on i dalje osjeća ugodno. Usko stablo zapravo preferira dubinu u odnosu na širinu, dubina je važnija od širine.

Široko stablo



Ovdje se preferira širina u odnosu na dubinu, širina je važnija od dubine te ima puno izbora i jako malo klikanja do važne informacije. Korisnik se lako gubi pa treba izbalansirati širinu u odnosu na dubinu. Primjerice: autosalon koji nudi različite dijelove za automobile. Abecedarij je također dobar primjer.

Miksana forma (miksana hijerarhija)



Tipična slika web portala, linija je indeksna stranica (početna stranica), dok su točkice linkovi na pojedine teme, a svaka podtema se organizira na svoj način. Često se naziva i "hub spoke" - "osovina žbica". Ovdje je lagano dodati novi dokument i nove organizacije (novu osovinu) ili možemo redizajnirati već postojeći dokument.

Kategorizacija web sjedišta po broju ulaza

1. Propusna, polupropusna

Određenom logičkom orijentacijom i linkanjem bismo došli do neke stranice od koje sutra možemo nastaviti i dozvoljeno je da direktno dođemo do nje. Neka web sjedišta to ne dozvoljavaju i jednostavno to ne možemo napraviti. Jednostavno moramo proći neku branu drugih stranica kako bismo došli do te od koje smo izašli sa web stranice. Prednosti: prepustili smo korisniku potpunu kontrolu, korisnik može ući na veliki broj URL-a direktno i staviti bookmark. Mane: smanjuje mogućnost promjene dubokih stranica.

2. Čvrsta organizacija, solidna

Ovdje se dozvoljava samo jedan ulaz na stranicu, naravno ostale stranice unutra su logički povezane ali je ulaz dozvoljen sa samo jedne specifične stranice koju smo odredili (registracija npr). Prednosti: laka modifikacija i održavanje web sjedišta, prisiljava korisnika da uđe kroz

poznate točke, a to je dobro za reklame. Mane: korisniku se oduzima kontrola, smanjuje mogućnost pretrage vanjskim pretraživačima.