UXUI

Christian Sandqvist

Analys av Daily Mail hemsidans användbarhet.

https://www.dailymail.co.uk/home/index.html

Daily Mail är en sensationalistisk tabloid nyhetssida. Det finns ett antal problem med sidan som ofta irriterar mig.

1. Auto-play video och reklam. Vilken som helst sida som använder videon borde tänka efter om de ville att människor ska bli tvugna att se på video. Om man inte har snabb nätuppkoppling kan dessa videon försämra resten av sidans användbarhet, genom att göra allting långsammare. Ibland är dessa videon till och med endast reklam.

2. Två stycken kolumner med artiklar. Då man scrollar igenom är det inte alltid intuitivt att kolla båda kolumnerna, eftersom de var har sin egen storlek och formattering. Det känns som om man ser på två helt olika sidor.

3. Då man inte har AdBlock igång blir det ibland väldigt svårt att se skillnaden på länkar till flera artiklar eller liknande artiklar, och reklamlänkar. I slutet av en artikel kunde man tänka sig att ha rekommendationer till mer information eller artiklar om liknande eller relaterade ämnen, men på Daily Mail måste man ibland vada igenom ett hav av skräp och clickbait.

4. Havet av reklam, skräp, och clickbait som man hittar efter en artikel tar aldrig slut. Sidan är designad så att man ska fastna här och scrolla för evigt. Å andra sidan tar första sidan slut; man får inte evigt scrolla igenom "riktiga" artiklar.

5. Formattering av artiklar på första sidan. Vissa artiklar är stora, med bilder och rubriker som ska fånga uppmärksamheten. Vissa artiklar är mindre, och verkar vara grupperade under en stor artikel, som om de vore relaterade. De kan vara relaterade, men inte alltid, och ibland byter de plats, vilket kan göra det svårt att hitta en artikel på nytt.

Bonus: Sidan avbröt mig från att scrolla för att begära att jag skulle ta en enkät.

Graphical user interface, text, application

Description automatically generated

Bonus 2: En reklam-bild kom fram ovanpå länkar till artiklar.

A picture containing graphical user interface

Description automatically generated

Daily Mail har nog till stor del designats på ett sådant sätt att den stämmer med Nielsens och Sundstöms förslag. Det är en väldigt populär hemsida, och den har utvecklats för att vara användarvänlig, men i några fall hittar man problem.

Bilder: Daily Mail har väldigt mycket bilder, videon, och reklamer. Detta kan inverka på laddningstiden, speciellt då video inte kan stoppas utan spelar upp sig själv utan att fråga användaren. Å andra sidan tillåter bilder som hör till en artikel användaren att snabbt se om artikeln handlar om något intressant.

Animationer: hemsidan har ofta animerade bilder som fångar uppmärksamheten till en artikel. De är också distraherande, och tillsammans med hemsidans auto-play videon, vilka båda är i konstant rörelse som aldrig tar slut (animationerna loopar, videon har en loopande playlist). Som Sundström påpekar är det väldigt distraherande om man till exempel vill läsa artikeln.