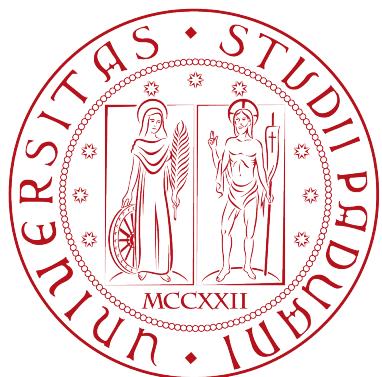


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA



DIPARTIMENTO
MATEMATICA
DIPARTIMENTO DI MATEMATICA "TULLIO LEVI-CIVITA"

SCUOLA DI SCIENZE

CORSO DI LAUREA IN INFORMATICA

PROGETTO DI WEB INFORMATION MANAGEMENT

Analisi di usabilità di un sito web

Autore: Riccardo Bernucci

Matricola: 1121331

Sito analizzato: <http://www.AnimeForce.org/>

Periodo di analisi: Marzo - Aprile 2019



Indice

1 Analisi preliminare	2
2 Homepage	2
2.1 I 6 assi informativi	3
2.1.1 Where - "A che sito sono arrivato?"	3
2.1.2 Who - "Chi c'è dietro al sito?"	3
2.1.3 Why - "Perché dovrei dare la mia fiducia? Che benefici mi dà?"	3
2.1.4 What - "Che cosa offre il sito?"	4
2.1.5 When - "C'è qualche novità?"	4
2.1.6 How - "Come faccio ad arrivare alle sezioni principali?"	4
3 Nome	5
4 Struttura generale	5
4.1 Navigazione	5
4.1.1 Breadcrumb	6
4.1.2 Link colorati	6
4.1.3 Back button	6
4.2 Menù	6
4.3 Ricerca	7
4.4 Errore 404	8
4.5 Pubblicità	8
5 Altra pagina del sito	9
5.1 Lista anime A-Z	9
5.2 Anime in corso	9
5.3 Anime con uscita irregolare	9
5.4 Ultime serie	9
5.5 Contacts	9
6 Mobile	9
7 Conclusioni	10



1 Analisi preliminare

Il sito web AnimeForce si pone come obiettivo quello di fornire agli appassionati di anime (ovvero video di animazione giapponese) un luogo dove poter guardare in streaming con i sottotitoli in italiano la propria serie preferita ed eventualmente poterla scaricare. Questo sito funziona come indice e database di contenuti trovati pubblicamente disponibili su Internet. L'offerta del sito è notevole perché riporta ad oggi 1252 anime e il team che ci lavora dietro continua a tenerlo aggiornato rispetto le nuove uscite.

Attualmente lo visito spesso, soprattutto per seguire le serie che non trovo su Netflix. Ho sempre trovato gli anime che cercavo tuttavia ha delle pecche che andremo a vedere in questa analisi che non lo rendono il migliore tra i siti da frequentare.

La seguente analisi è stata redatta utilizzando un Lenovo Thinkpad T520 con una risoluzione di 1366x768 ed adottando il browser Google Chrome Versione 73.0.3683.86. Nel caso delle immagini per il lato mobile si è optato per l'uso degli strumenti per sviluppatori, voce di Chrome, e si è impostato un iPhone 5/SE.

2 Homepage

Un sito web lo possiamo paragonarlo ad un negozio. Prima di entrare in un nuovo negozio l'approccio comune consiste nel guardare la vetrina. Questo è un punto cruciale, perché è proprio in quel momento che decidiamo se entrare in un negozio oppure proseguire oltre. Questo avviene per il web esattamente allo stesso modo. La homepage in questo contesto è la vetrina del negozio.

Arrivati quindi alla vetrina bisogna fornire all'utente nel minor tempo possibile le informazioni che sta cercando o suscitare la sua curiosità. Il proprietario del sito web deve pertanto cercare di soddisfare le cosiddette 6 W.

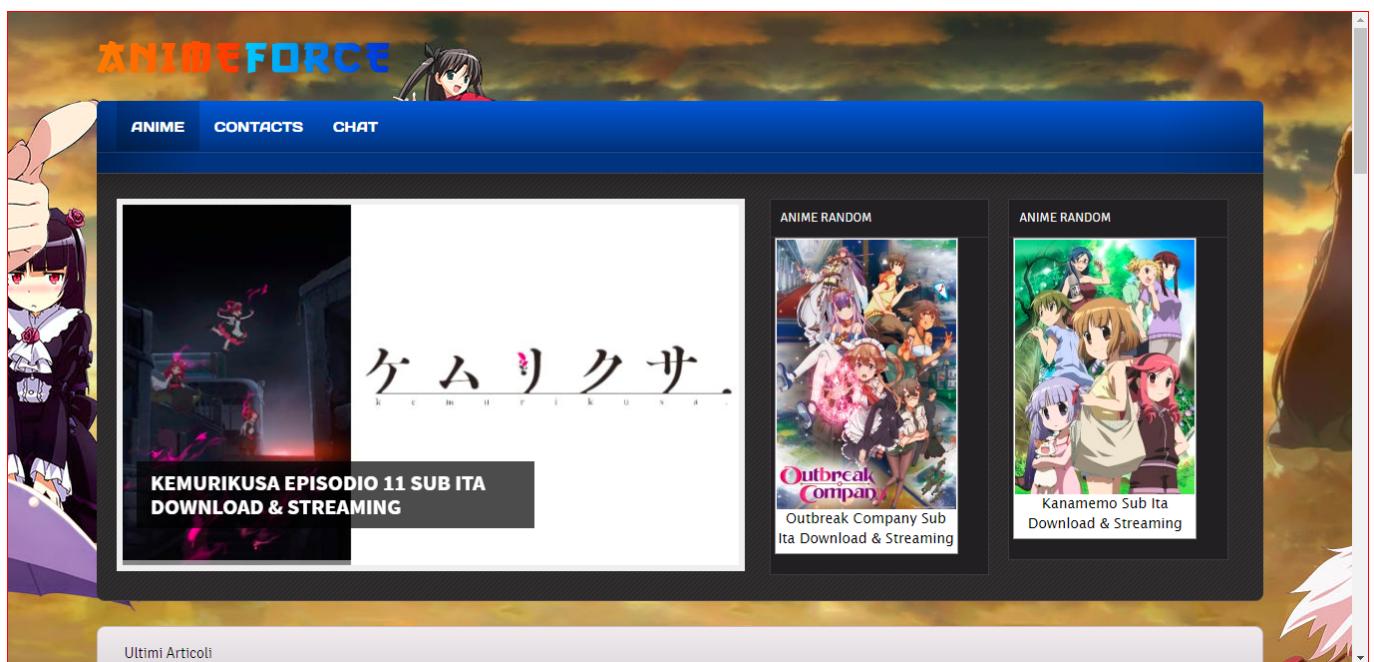


Figura 1: Homepage



2.1 I 6 assi informativi

2.1.1 Where - "A che sito sono arrivato?"

Appena arrivato alla homepage, ho riconosciuto in tempi non eccessivamente lunghi che il sito si occupa di fornire streaming e download di anime. Ciò è stato possibile grazie alla presenza, negli unici testi presenti, delle parole "download & Streaming". In questo modo è comprensibile a primo sguardo di cosa il sito tratta, per cui se una qualunque persona fosse interessata a guardare una serie animata giapponese potrebbe continuare la navigazione nel sito.

2.1.2 Who - "Chi c'è dietro al sito?"

Il sito è facilmente comprensibile che è riferito agli anime. Chiunque riconoscerebbe le immagini e le ricondurrebbe alla categoria generica dei cartoni animati. I tempi di comprensione da questo punto di vista sono molto rapidi. La specifica di essere giapponesi è comprensibile da una parte del nome del sito (Anime), ma soprattutto dai titoli dei cartoni in uscita e recenti presentati attraverso uno slideshow. Quindi si comprende perfettamente che il team dietro alla pagina ha una passione per gli anime e il loro scopo è diffondere cultura in questo ambito.

2.1.3 Why - "Perché dovrei dare la mia fiducia? Che benefici mi dà?"

La pagina non presenta alcuna descrizione della sua offerta, procede con il piazzare una lista degli anime del momento e di quelli passati. Presuppone che l'utente sia arrivato alla pagina con l'intento di guardarsi un anime, o in generale ottenere delle informazioni su di esso. Questa comportamento da parte degli ideatori del sito non attira l'utente e non fornisce alcun elemento a cui poter dare fiducia. Sebbene vi siano gli utenti che tornano alla pagina, il numero sarà sicuramente minore rispetto a quello a cui potrebbero aspirare con una descrizione nella homepage e un layout più snello di contenuti rispetto a come è adesso (vedi Figura 2).

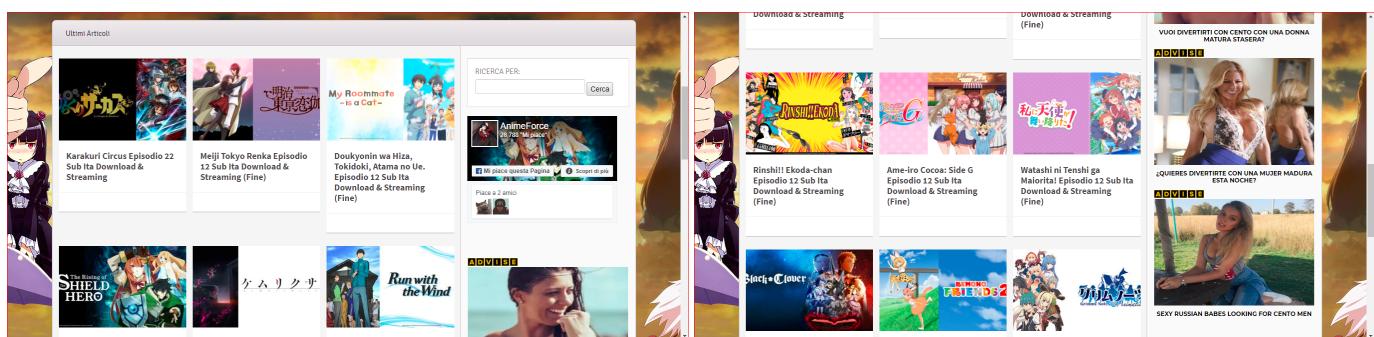


Figura 2: Homepage 1 e 2 scroll

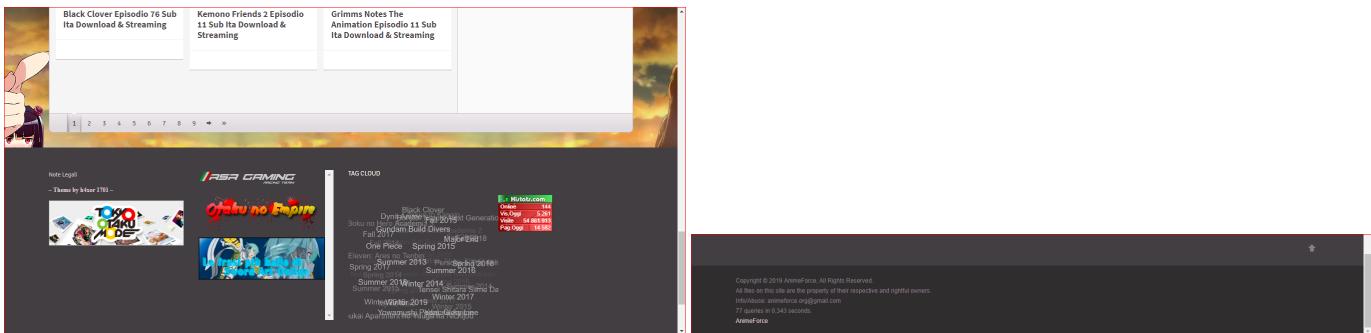


Figura 3: Homepage dopo 3 e 4 scroll

2.1.4 What - "Che cosa offre il sito?"

Supponendo di aver attirato l'attenzione dell'utente; procede con effettuare degli scroll e rientrando nella dimensione di circa 2,5 pagine ha immediatamente un effetto positivo sulla pagina. Il contenuto è composto da immagini preview delle serie animate contenute nel sito in ordine di uscita, dai recenti a quelli passati. L'offerta abbiamo compreso essere un sito per streaming, ma non vi sono altre informazioni utili, quando in realtà navigando più internamente si comprende la presenza anche di informazioni quali trama, tipologia di anime e numero di serie e se vi sono nuove uscite o i "Coming soon".

2.1.5 When - "C'è qualche novità?"

La pagina risponde molto bene a questa domanda. Nella homepage sono presenti gli ultimi articoli inseriti e ad ogni rilascio di un nuovo episodio è possibile scoprire i contenuti nuovi. Questo aspetto è molto importante perché permette agli utenti, soprattutto coloro che rientrano più volte nel sito, di rimanere aggiornati e volendo anche poter ampliare le loro conoscenze su altre serie oltre a quelle che lo hanno portato a navigare sul sito AnimeForce. La manutenibilità della pagina dal punto di vista delle novità è sicuramente un punto a favore che gli permette di ottenere fiducia da parte degli utenti abituali e occasionali.

2.1.6 How - "Come faccio ad arrivare alle sezioni principali?"

Per quanto riguarda l' "How" del sito possiamo dire che è facile ed intuitivo; utilizza il menù a tendina per la prima voce a menù (vedi figura ...) e le altre due voci, *Contact* e *Chat*, sono semplici link alle pagine di riferimento. Queste voci sono posizionate in alto alla pagina e l'aspetto negativo è sicuramente che dopo aver effettuato degli scroll verso il basso spariscono. L'utente è costretto ad essere posizionato all'inizio della pagina per poter navigare usando il menù. Oltre al menù, un altro aspetto legato al come arrivare alle principali sezioni è fornito dalla presenza di una modalità di ricerca in alto a destra e dalla seconda modalità basata sui tag a fondo pagina che risulta essere però negativa, come andremo a vedere nella sezione Ricerca (Sezione 4.3).



3 Nome

Il sito ha un nome facile da ricordare e non risulta confondibile con altre parole. Si compone di due parole Anime e Force; la prima parola riconduce all'offerta del sito, mentre la seconda è una parola inglese facilmente riconducibile alla sua traduzione "forza". Le due parole insieme creano un suono piacevole ed armonioso ed iniziando con una vocale si assicura un 3,7% di impatto sugli utenti.

Un aspetto negativo è il dominio "org" che rispetto al "com" ha un impatto minore se non nullo, tuttavia, a mio parere, questo non influisce nel risultato finale perché oggigiorno non è necessario digitare il link corretto della pagina per arrivare ad essa ma attraverso il motore di ricerca è sufficiente digitare il nome del sito o parole che riconducano ad esso.

4 Struttura generale

Nella seguente sezione andremo ad analizzare la struttura del sito che accomunano tutte le pagine di AnimeForce.

4.1 Navigazione

Nella pagina è facilmente raggiungibile quanto si sta cercando con pochi click. Ho fatto il test per andare a cercare l'anime "Naruto Shippuden" prima attraverso la barra di ricerca, poi adottando la navigazione da menù e ci sono voluti rispettivamente 2 e 3 click. Attenzione che questo accade quando non è entrata in gioco il problema generale della pagina della pubblicità (vedi Sezione 4.5). Tuttavia a seguito del fenomeno del deep linking, ovvero che i motori di ricerca reindirizzano gli utenti all'interno del sito senza passare per la homepage, i click in questione si riducono notevolmente ed entra in gioco un altro aspetto: "Quali informazioni presento delle 6 W?". Ebbene il sito ha optato per gestire le informazioni interne nel seguente modo:

- **Who:** in ogni pagina viene fornito il logo del sito;
- **What:** cliccando sul logo è possibile raggiungere la homepage e le informazioni della pagina raggiunta sono minimali ma adeguate (trama, categoria, tag, numero episodi ed altro);
- **When:** nelle pagine più interne questo aspetto viene tenuto nella colonna di destra "Ultime notizie";
- **why:** non è presente nessuno slogan o descrizione che permetta di capire perché si è arrivati al sito in questione e per quale motivo dovrei dargli fiducia;
- **How:** nelle pagine interne non viene tenuto nessun tipo di modalità di ricerca, costringendo l'utente a navigare attraverso lo scroll ed eventualmente tornando alla homepage.

L'ultimo aspetto è il Where. Quando si arriva ad una pagina è importante fin da subito aiutare l'utente a crearsi una mappa mentale che gli spieghi, ricordi come è giunto alla pagina e quali sono i percorsi già affrontati. Di seguito vengono presentate le tecniche e si analizza quali di queste viene adottata.



4.1.1 Breadcrumb

La breadcrumb (letteralmente "briciole di pane") è una tecnica di navigazione usata nelle interfacce utente. Il loro scopo è quello di fornire agli utenti un modo di tener traccia della loro posizione nel sito. Esistono tre diverse tecniche:

- **Location:** indica la pagina raggiunta nella gerarchia del sito;
- **Attribute:** mostra la categoria e gli attributi della pagina;
- **Path:** mostra il cammino dell'utente per giungere alla pagina. È dinamico infatti dipende dal cammino dell'utente e usa dei cookie per tenere traccia di tali informazioni.

AnimeForceha optato per non fornire nessuna di queste informazioni di conseguenza l'utente non può crearsi alcuna mappa mentale del sito.

4.1.2 Link colorati

Uno delle convenzioni affermatesi da grazie a Netscape è cambiare colore ai link già visitati. In questo sito ciò accade. Quando si passa sopra ad un link questo cambia colore e dopo esservi entrato, se si dovesse ritornare nella pagina di selezione o si incontrasse nuovamente quel link, questo avrebbe un colore diverso. Il problema in questo caso non è il cambio colore, ma invece è il colore selezionato da blu a viola che ha uno stacco poco rilevante e potrebbe confondere.

Il cambio di colore però è associato unicamente ai link nel caso delle voci di menù non avviene e per l'assenza di breadcrumb possiamo dire che l'utente può crearsi una mappa mentale ma molto sommaria e poco dettagliata.

4.1.3 Back button

Rispetto ad un link diretto gli utenti prediligono il pulsante back, andando a minimizzare lo sforzo computazionale immediato piuttosto che il tempo. Il pulsante back funziona, tuttavia possiamo dire, come vederemo nella Sezione 4.5, la presenza di questa rende all'utente l'esperienza nel sito abbastanza frustrante.

4.2 Menù

Il menù è il primo sistema di navigazione di un sito. AnimeForceha optato per posizionare il menù in alto alla pagina subito dopo il logo. Esso si compone di tre voci e nel caso della prima appare un menù a tendina con 4 link ad altre pagine. Il menù è minimal e la scelta è adeguata. Effettuando delle prove su di esso è possibile notare che il menù in caso di uscita da esso permane per qualche secondo di conseguenza l'utente inesperto non rischia di arrabbiarsi se sbaglia a puntare una voce.

Il problema di questo menù non è la posizione o la dimensione, ma la sua staticità. L'utente se effettua dei movimenti verso il basso perde il menù non può più più navigare su di esso. L'utente può tornare in alto in due maniere: scrollando verso l'alto oppure, se si trova a fondo pagina, con un pulsante freccia visibile in Figura 3.

Le scelte migliori sarebbero state quelle di impostare il menù in alto in maniera fissa dopo la discesa oppure introducendo il pulsante "Back to top" nel momento stesso in cui scompaiono dallo schermo le voci.

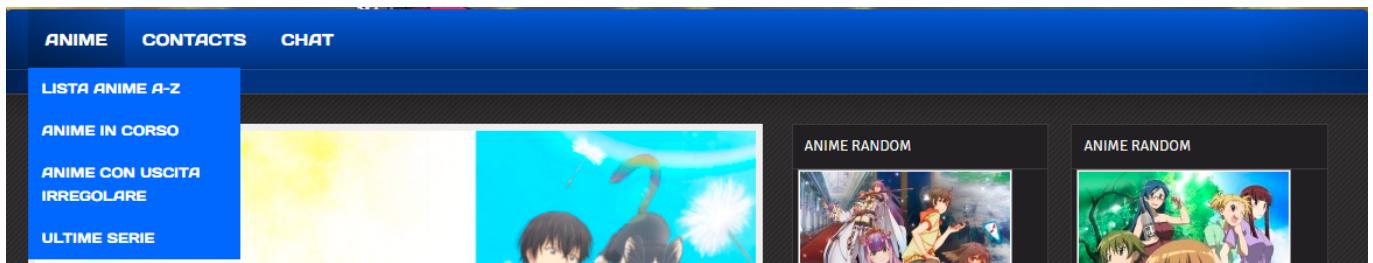


Figura 4: Menù

4.3 Ricerca

Un problema fondamentale dei siti è far sì che il proprio contenuto sia trovato dagli utenti. La ricerca diviene quindi un fattore fondamentale all'interno del web. Ogni sito internet, se abbastanza grande, dovrebbe avere come servizio la ricerca interna. In questo caso il sito presenta un contenuto molto elevato quindi la modalità di ricerca è essenziale. AnimeForce ha optato per la ricerca classica nella quale si inseriscono una serie di parole chiave e si preme il pulsante "Cerca" che manda in esecuzione la ricerca di tutti i contenuti collegati a quella parola. Il problema è che tale tipo di ricerca lo si ritrova unicamente alla homepage. Le altre pagine non presentano questo strumento assai utile. Il box non si ingrandisce, ma accetta un numero di parole infinito. Inoltre, è molto limitata perché costringe un utente a sapere cosa cercare e quindi deve andare in altri siti per decidere cosa guardare. La soluzione migliore sarebbe quella di categorizzare gli anime in base a dei tag. Una modalità simile viene adottata a fondo pagina ma risulta scomoda così come è stata ideata. Sarebbe meglio togliere l'effetto grafico che è stato inserito e migliorare la modalità di ricerca statica.

Caso limite Spesso può capitare di imbattersi in una ricerca che non fornisce alcun risultato. Quando ciò accade l'utente si aspetta di ottenere un messaggio che gli dica quanto accaduto. Tuttavia una buona cosa è dare la possibilità all'utente di navigare nuovamente nel sito e fornirgli dei suggerimenti, portandolo a guardare qualcosa di simile a quello che stava cercando o analizzando le ultime uscite. L'immagine che segue riporta una ricerca con 0 risultati. Non vi è alcun consiglio, l'unica informazione è la frase "Nothing to see here."

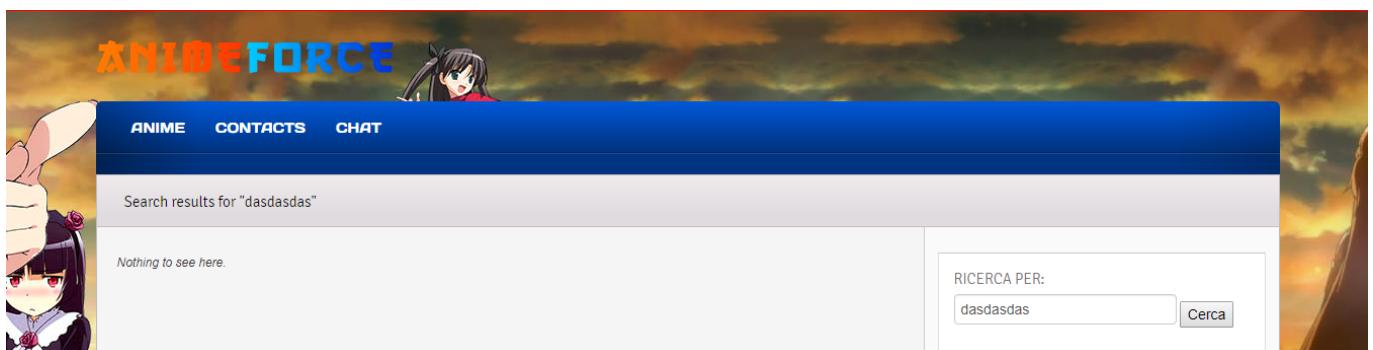


Figura 5: Menù



4.4 Errore 404

L'errore 404 si verifica quando i link sono "rotti" (non esistono più). In questi casi, la cosa migliore da fare è dare altre scelte possibili all'utente, inserire una search box e giocare sull'ironia dell'accaduto, per esempio con un'immagine divertente. Il fatto che ci si imbatta nella pagina 404 è un'esperienza negativa per l'utente, utile è dunque cercare di migliorare la situazione giocando sull'ironia della cosa, in modo tale che l'utente ne esca non con l'idea che ha perso tempo, ma che ha fatto una pausa da quello che stava cercando. Il sito ha optato per gestire l'errore eventuale come si vede nella Figura 6 a destra con una barra di ricerca e una frase in inglese. Tuttavia mancano quelli che potrebbero essere dei suggerimenti per la prossima navigazione, eventuali frasi che suscitino interesse o la semplice ed ironica immagine dinamica che rilassa i timer dell'utente.

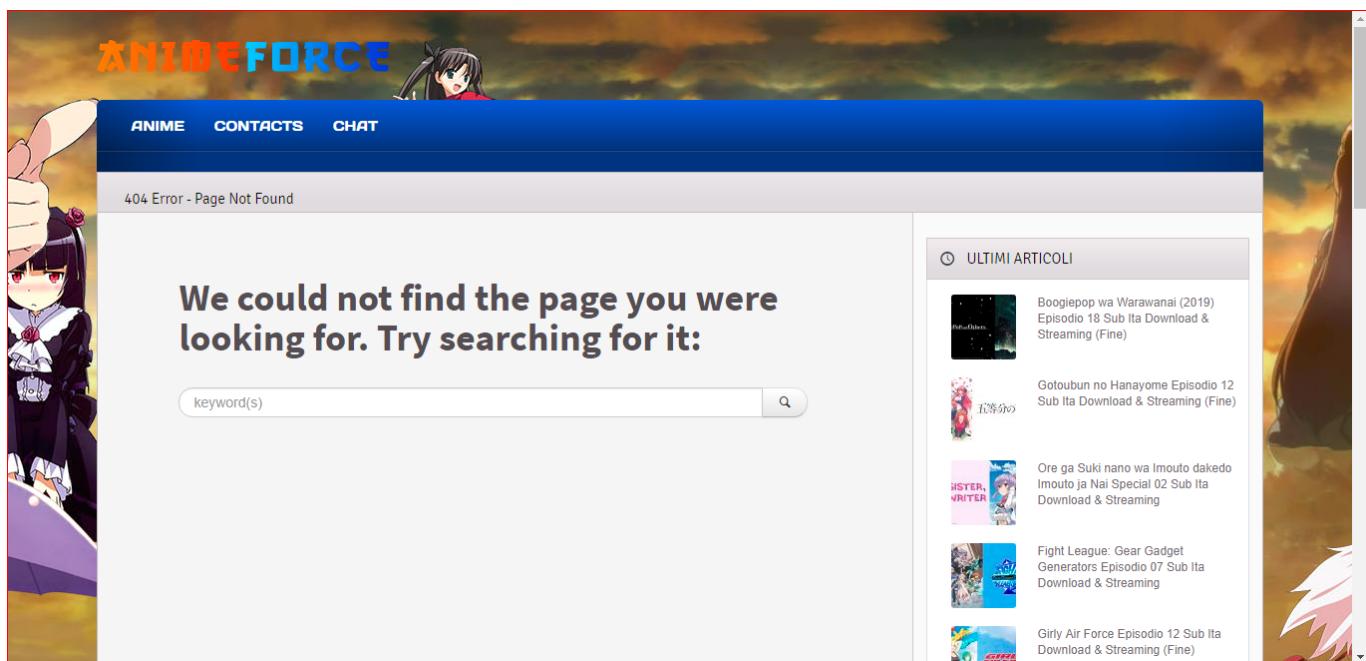


Figura 6: Menù

4.5 Pubblicità

La pubblicità per il seguente sito è posizionata nella colonna di destra e in fondo a sinistra. La posizione è adeguata, le dimensioni distraggono abbastanza, ma l'effetto zapping interviene. La pubblicità del sito apparentemente è nella posizione corretta e non invasiva. Diventa un problema quando mentre si cerca di navigare dopo uno, due click a volte scatta l'apertura di una nuova finestra o di alcuni pop-up. Questo accade ogni volta che si cerca di addentrarsi maggiormente nel sito ed è notevolmente fastidioso per l'utente che quindi avrà una reazione negativa e se dovesse decidere tra due siti con la medesima offerta ma uno senza questo problema sceglierrebbe quello.



5 Altra pagina del sito

Selezionare una pagina del sito e andare ad approfondirla. Visto che c'è poco da dire magari soffermarmi su tutte le pagine sotto riportate e poi andare a vederne una di un anime come è fatta.

5.1 Lista anime A-Z

5.2 Anime in corso

5.3 Anime con uscita irregolare

5.4 Ultime serie

5.5 Contacts

6 Mobile

Un sito web al giorno d'oggi deve essere pronto ad adattarsi ai diversi schermi. In questo caso andando a ridurre la dimensione della schermata, le pagine del sito iniziano ad avere problemi. Il link che collega alla pagina di Facebook non si ridimensiona correttamente(Figura ...). il resto del contenuto si adatta diminuendo le colonne e rendendo più grandi i blocchi relativi agli ultimi arrivi. La pubblicità viene inserita a fondo pagina. Non vi sono movimenti orizzontali, tuttavia la dimensione verticale inizia ad essere notevole. Il menù e il box di ricerca diventano un problema. La ricerca idealmente dovrebbe trovarsi nel menù della pagina oppure all'inizio, in questo caso la troviamo dopo il contenuto della pagina e prima della pubblicità dopo diversi scroll verticali che se anche sono apprezzati nei telefonini, sono comunque eccessivi. Per quanto riguarda il menù fa apparire due box uno funzionante, l'altro no, che dovrebbero essere usati per andare alle altre pagine del sito.



7 Conclusioni

Sezione	Valutazione	Voto
Homepage		6
Where		6
Who		7
Why		3
What		5
When		8
How		7
Nome		9
Struttura generale		5
Navigazione		2
Menù		7
Ricerca		6
Pubblicità		5
Errore 404		7
Altra pagina del sito		7
Mobile		4

In conclusione dalla media dei voti assegnati per gli aspetti analizzati nel seguente documento, il voto del sito è di 6,20/10.