

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**Uporabnost spletnih uporabniških vmesnikov
na primeru Terminološkega slovarja informatike**

Ljubljana, maj 2004

Zarja Vintar

IZJAVA

Študentka Zarja Vintar izjavljam, da sem avtorica tega magistrskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Jurija Jakliča in skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, 12. maja 2004

Podpis: Zarja Vintar

1	Uvod.....	5
1.1	Opredelitev problema.....	5
1.2	Namen dela.....	6
1.3	Cilj dela.....	6
1.4	Metode preučevanja in zasnova dela.....	6
2	Uporabnost uporabniških vmesnikov na svetovnem spletu.....	8
2.1	Definicija in pomen pojma uporabnosti.....	8
2.2	Dejavniki, ki vplivajo na uporabnost.....	9
2.2.1	Kako uporabljamo svetovni splet.....	10
2.2.1.1	Obnašanje tipičnega uporabnika interneta.....	10
2.2.1.2	Odzivni časi spletne strani.....	11
2.2.2	Oblika strani.....	12
2.2.2.1	Uporaba prostora in razporeditev elementov.....	13
2.2.2.2	Berljivost.....	13
2.2.2.3	Grafično oblikovanje.....	14
2.2.3	Načrtovanje vsebine.....	15
2.2.3.1	Tri pravila.....	15
2.2.3.2	Pisanje za splet.....	15
2.2.4	Načrtovanje strukture strani.....	17
2.2.4.1	Domača stran.....	17
2.2.4.2	Podstrani.....	18
2.2.5	Navigacija.....	18
3	Uporabnost kot naložba.....	19
3.1	Stroški uporabnosti.....	20
3.2	Pričakovane pridobitve.....	21
3.3	Ocena donosnosti naložbe.....	22
4	Spletni slovarji.....	24
4.1	Spletni vs. klasični slovarji.....	24
4.2	Analiza izbranih spletnih slovarjev.....	25
4.2.1	Izbor slovarjev.....	26
4.2.2	Primerjalna študija.....	28
4.2.2.1	Primerjalni kriteriji.....	28
4.2.2.2	SSKJ.....	30
4.2.2.3	EVROTERM.....	32
4.2.2.4	yourDictionary.com.....	35
4.2.2.5	krstarica.....	37
4.2.2.6	Merriam-Webster Online.....	39
4.2.2.7	The Internet Dictionary Project.....	41
4.2.2.8	Terminološki slovar informatike.....	43
4.3	Odločilni dejavniki uporabnosti pri spletnih slovarjih.....	45
5	Predstavitev Terminološkega slovarja informatika.....	46

5.1	O projektu.....	46
5.2	Ocena stanja	47
5.3	Srednjeročni razvojni načrt	48
6	Povečanje uporabnosti spletnega vmesnika TSI	50
6.1	Opredelitev ciljev	51
6.2	Pregled vsebin	51
6.2.1	Iskanje izrazov.....	51
6.2.2	Pregledovanje slovarja	52
6.2.3	Seznam nenajdenih besed.....	52
6.2.4	Dodajanje novega izraza	52
6.2.5	Urejanje lastnih izrazov.....	52
6.2.6	Forum	53
6.2.7	Povezave.....	53
6.2.8	Za urednike.....	53
6.2.9	O projektu.....	54
6.2.10	Informativne in pomožne vsebine	54
6.2.11	Servisne funkcije, sekundarne vsebine.....	54
6.2.11.1	Jezik vmesnika	54
6.2.11.2	Prijava v slovar.....	55
6.2.11.3	Oglaševanje	55
6.2.11.4	Bližnjice	56
6.3	Formulacija in funkcionalnost vsebin	56
6.3.1	Identiteta spletišča	56
6.3.2	Pozdravni nagovor.....	57
6.3.3	Iskalnik izrazov	57
6.3.4	Pregledovanje slovarja	59
6.3.5	Seznam nenajdenih besed.....	60
6.3.6	Povezave.....	62
6.3.7	Za urednike.....	62
6.3.8	Informativne in pomožne vsebine	63
6.3.9	Jezik vmesnika	63
6.3.10	Prijava v slovar.....	64
6.3.11	Bližnjice	65
6.4	Struktura vsebin.....	65
6.5	Vizualni vidiki in oblikovalski pristop.....	68
7	Oblikovalska zasnova novega uporabniškega vmesnika	68
7.1	Predlog oblikovalske zasnove vmesnika.....	69
7.1.1	Znak.....	70
7.1.2	Logotip	71
7.1.3	Barvna lestvica	71
7.1.4	Domača stran.....	72

7.1.5	Podstran »pregledovanje slovarja«.....	73
7.1.6	Podstran »nenajdeni izrazi«	74
7.2	Implementacija	74
7.3	Testna faza, objava	75
7.4	Vrednotenje rezultatov	76
8	Zaključek.....	76
9	Literatura in viri	77
10	Slovar slovenskih prevodov tujih izrazov	81

1 Uvod

1.1 Opredelitev problema

Uporabnost (angl. usability) spletnih uporabniških vmesnikov bo glavna tema pričujočega magistrskega dela.

S pojmom uporabnosti poljubnega uporabniškega vmesnika, se pravi prijaznosti do uporabnika, se srečujemo že dolgo. Z njim smo se srečevali pred mnogo leti, ko smo se učili uporabljati nov video rekorder, pred nekaj leti, ko smo si na računalnik namestili nov urejevalnik besedil, s tem pojmom pa se še vedno srečujemo tako rekoč vsak dan, ko – na primer – po svetovnem spletu iščemo vremensko napoved. V veliki meri smo se sprijaznili z dejstvom, da bomo do zastavljenega cilja – pa naj bo to posnetek ljube nam oddaje, izklop avtomatičnih popravkov črkovanja, ali pa informacija, v kakšnem vremenu se bomo jutri zbudili – prišli po nekaj neuspešnih poskusih.

Teh nekaj neuspešnih poskusov, da bi prišli do cilja, je v vseh treh primerih pomanjkljivost vmesnika. Vendar je ta pomanjkljivost v primeru spletnega uporabniškega vmesnika dosti bolj škodljiva in njene posledice bolj usodne kot v prvih dveh. Ni torej samo vredno, nujno je narediti vse, da bomo pri načrtovanju spletnih strani uporabnost vmesnikov razumeli, upoštevali in jo sprejeli med ključne dejavnike pri doseganju strateškega cilja spletnega projekta.

“Uporabnost vlada svetovnemu spletu. Preprosto rečeno, če uporabnik izdelka ne more najti, potem ga ne bo kupil.”

(Nielsen, 2000, str. 9)

Bistvena značilnost svetovnega spleta je namreč, da se z uporabniškim vmesnikom srečamo preden se izpolni cilj našega iskanja – pa naj gre za iskani podatek, nakup izdelka, storitve ali kako drugo spletno dejavnost. Če je to srečanje v kateremkoli smislu za uporabnika neugodno, smo ga izgubili oziroma prepustili konkurenci in poslovni rezultati so izostali. Med 300 milijoni spletnih mest (Pastore, 2003, str. 1) so namreč le redke storitve brez tekmecev in uporabnik si lahko zdaj bolj kot kdajkoli privošči zahtevati odlično storitev - za razliko od klasičnega trgovanja (pa naj gre za izdelek, storitev, strojno ali programsko opremo), kjer pride najprej do nakupa (in plačila), šele potem pa do uporabe in soočenja z vidiki uporabniške prijaznosti, in je torej možnost odstopa od transakcije povezana s časovnimi in finančnimi ovirami (Krug, 2000, str. 18).

Ne glede na cilje spletne strani, ki jo načrtujemo, naj bo profitna ali neprofitna, namenjena ozkemu ali najširšemu krogu uporabnikov, v vsakem primeru si ciljni javnosti želimo nekaj

sporočiti. Če uporabniški vmesnik ni dovolj prijazen, da bi nam informacijo uspel posredovati, potem svojega ključnega namena nismo dosegli. In po vsej verjetnosti je namesto nas to storil nekdo drug. Enako skrb kot preudarnemu načrtovanju vsebine moramo torej nameniti tudi načinu, kako bomo to vsebino posredovali. "Kako" posredovati vsebino na svetovnem spletu je problematika te magistrske naloge.

1.2 Namen dela

Namen magistrskega dela je s pomočjo razpoložljivih znanj in orodij na področju teorije uporabnosti in na podlagi raziskave področja spletnih slovarjev definirati zakonitosti in posebnosti, ki na področju uporabnosti veljajo za to skupino specializiranih spletnih strani. Rezultati in zaključki iz prvega, teoretičnega dela naloge, bodo osnova za načrtovanje z vidika uporabnosti in učinkovitosti optimalnega uporabniškega vmesnika za Terminološki slovar Informatike.

1.3 Cilj dela

Cilj magistrskega dela je iz teorije uporabnosti izluščiti bistvene sestavine, ki vplivajo na uporabnost spletnih slovarjev in jih uporabiti na primeru Terminološkega slovarja informatike (v nadaljevanju TSI).

Predlog za prenovo uporabniškega vmesnika TSI bo torej vključeval vsebinske, strukturne in grafične rešitve, ki bodo storitvam, ki jih TSI ponuja, prinesle tekmovalno prednost pred številnimi konkurenčnimi projekti in mu omogočile nagel razvoj v skladu s strateškim načrtom.

1.4 Metode preučevanja in zasnova dela

Glavna metoda dela je preučevanje teorije s področja uporabnosti spletnih vmesnikov in svetovnega spleta nasploh. Ostale metode obsegajo analizo izbranih spletnih strani, s poudarkom na tistih s podobno tematiko in uporabo orodij za testiranje učinkovitosti le-teh.

Glede na to, da je zgodovina svetovnega spleta v primerjavi z drugimi mediji relativno kratka, je strokovna literatura, ki bo osnova za teoretično študijo, pretežno tuja. Četudi gre za tematiko, katere načela so bolj univerzalna in trajnejša kot sam svetovni splet in njegova tehnologija, bom opazen del najbolj ažurnih verzij strokovne literature in virov črpala tudi s svetovnega spleta.

Spoznanja in napotke teorije bom dopolnila z lastnim znanjem, pridobljenim v petih letih delovanja na področju načrtovanja spletnih strani in z zaključki primerjalne študije primerljivih spletnih projektov.

Primerjalna študija bo izvedena na izboru šestih spletnih slovarjev, in sicer takih, ki so bodisi s TSI primerljivi po vsebini, obsegu ali fokusu, bodisi so zanimivi zaradi inovativnosti, sodobnosti tehnoloških prijemov in uporabnosti. Študija bo temeljila na vnaprej definiranih primerjalnih kriterijih (npr.: število klikov do posameznih informacij; število neuspešnih poskusov, preden pridemo do želene informacije; obseg storitev; vizualni učinek na uporabnika itd.). Rezultati bodo predstavljeni tabelarično in opisno, zaključek analize pa bo povzel pristope, ki se kažejo kot primerni za načrtovanje vmesnika za TSI.

Magistrsko nalogo nameravam izpeljati v dveh glavnih sklopih, teoretičnem in praktičnem.

V prvem definiram pojem uporabnosti in njegovo vlogo pri uspešnosti spletnega projekta, orišem ključne dejavnike, ki vplivajo na uporabnost uporabniškega vmesnika in podajam smernice za pravilno aplikacijo le-teh. V nadaljevanju poskušam ovrednotiti investicijo v izboljšavo uporabnosti v smislu donosnosti, nato tematiko ponovno pretresem še s stališča spletnih slovarjev in prepoznam kritične razlike in posebnosti. Sklop se zaključi z rezultati analize izbranih spletnih slovarjev in njenim ovrednotenjem.

Drugi sklop se ukvarja s konkretnim projektom, načrtovanjem vmesnika za TSI.

Sestavljen je iz analize sedanjega stanja, poročila o obsegu in razvojni fazi, v kateri je trenutno TSI. V sodelovanju z uredniško ekipo slovarja smo definirali strateški načrt razvoja projekta, ki je pri načrtovanju uporabniškega vmesnika zanj ključen.

Načrtovanje vsebinske strukture uporabniškega vmesnika zajema v prvi fazi definicijo vsebin na spletni strani, njihovo analizo in pregled potrebnih sprememb v formulaciji in funkcionalnosti. V drugi fazi predvidi njihovo pomembnost in frekvenco uporabe, njihovo izpostavljenost in prioriteto glede na potrebe posameznih ciljnih javnosti (individualnih uporabnikov, uredniške ekipe, partnerskih spletnih slovarjev idr.). Struktura spletne strani se povzame v obliki sheme ali mrežnega grafa.

Tehnična plat izvedbe uporabniškega vmesnika sicer ni tema naloge, pred vizualno zasnovo portala pa je vendarle pomembno, da se izberejo najustreznejša tehnološka orodja, ki v veliki meri določajo končno zgradbo, delovanje in izgled vmesnika. Ob upoštevanju zaključkov iz vseh prejšnjih poglavij se izdela predlog grafične podobe vmesnika, ki skupaj z optimalno vsebinsko strukturo in uporabo primernih programerskih orodij določa uporabnost vmesnika.

Pri pisanju uporabljam strokovno terminologijo s tega področja; posebne izraze ob prvi uporabi razložim, na voljo pa je tudi slovarček na koncu dela. Pri slovenjenju – glavnina literature je namreč tuje – bo testno sodeloval TSI.

2 Uporabnost uporabniških vmesnikov na svetovnem spletu

2.1 Definicija in pomen pojma uporabnosti

V angleškem jeziku ločimo tri različne termine vezane na uporabnost (angl. *usefulness*, *utility* in *usability*), od katerih ima vsak svoj, od drugih različen pomen, v slovenskem jeziku pa za vse tri skupaj obstaja en sam prevod, t.j. »uporabnost«, ki se torej pojavlja v najrazličnejših kontekstih in pomenih (Kragelj, 2003, str. 256). Če poskusimo najti ustrezne prevode angleških terminov vezanih na »uporabnost«, ugotovimo, da se le-ta pojavlja v treh pomenskih različicah:

- a. Uporabnost v smislu **funkcionalnosti spletne strani** (angl. *usefulness*).

Je lastnost spletne predstavitve, da izpolni vse potrebe, zahteve in želje (tako uporabnikov kot tudi lastnikov in drugih vlagateljev). Gre za vprašanje: Ali spletna predstavitev omogoča doseganje načrtovanih, zaželenih ciljev za vse vpletene strani? Funkcionalnost spletne strani se v tem smislu ne nanaša na tehnične lastnosti spletne strani, ampak ima širši pomen in v sebi združuje tako koristnost spletne predstavitve (angl. *utility*) kot tudi samo uporabnost spletne predstavitve (angl. *usability*), oba druga termina, ki sta povezana s slovenskim prevodom uporabnosti spletne strani.

- b. Uporabnost v smislu **koristnosti spletne strani** (angl. *utility*).

Je lastnost spletne predstavitve, da omogoča opravljanje določenih funkcij. Gre za vprašanje sposobnosti delovanja spletne predstavitve, njene učinkovitosti oziroma zmogljivosti. Pri koristnosti gre za vprašanje, ali je spletna predstavitev sploh uporabna, za kaj je uporabna in kaj omogoča? Kakšen je njen potencial?

- c. Uporabnost v smislu same **uporabnosti spletne strani** (angl. *usability*).

Je lastnost spletne predstavitve, ki priča o tem, kako dobro, hitro in uspešno lahko njeni uporabniki uporabljajo njene funkcije, koristi. Gre izključno za vprašanje enostavnosti uporabe (grafičnega uporabniškega) vmesnika, s pomočjo katerega uporabnik izkorišča funkcije spletne predstavitve. Sama uporabnost predstavlja najožjo obliko celotnega obsega

širše vsebine pomena uporabnosti in je v okviru računalniško posredovane komunikacije (npr. uporaba spletnih strani) vezana samo na neposredno interakcijo človeka z računalnikom.

Če v praksi uporabimo termin *uporabnost spletne strani* torej lahko mislimo na kateregakoli od zgornjih pomenov (funkcionalnost, koristnost ali uporabnost).

Pričujoča magistrska naloga raziskuje uporabnost grafičnih uporabniških vmesnikov, zato je ta termin (če ni navedeno drugače) razumeti, kot je opisano v točki c.

2.2 Dejavniki, ki vplivajo na uporabnost

Namen tega razdelka je predstaviti pregled dejavnikov uporabnosti, pomembnih za načrtovalce spletnih strani.

Različni avtorji s področja teorije uporabnosti se na različne načine lotevajo te tematike. Jacob Nielsen, najbolj zveneče in največkrat citirano ime s področja spletne uporabnosti, avtor vrste knjig in člankov ter ustanovitelj in glavni avtor najpopolnejšega spletišča s to vsebino www.useit.com, uporabnost opiše kot interakcijo rešitev na treh nivojih:

- oblika strani,
- vsebina strani in
- struktura spletišča.

Pristop Steva Kruga, ravno tako zelo znanega ameriškega avtorja s tega področja, je popolnoma drugačen in temelji na:

- razumevanju interneta kot medija,
- razumevanju načina uporabe interneta in konvencij, ki so se udomačile doslej,
- poznavanju psihologije uporabnika.

Kljub temu, da je Krugov pristop bolj intuitiven, neposreden in dopadljiv, za načrtovalce, ki jih zanima predvsem preslikava v prakso, pa verjetno tudi učinkovitejši, je za teoretični pregled dejavnikov vendarle bolj uporaben Nielsenov pristop. Njegovih treh osnovnih sklopov se v tem povzetku teorije uporabnosti nameravam držati tudi sama, četudi bom vanje vključila sklepe drugih avtorjev, kjer se mi bo to zdelo potrebno.

V poglavju uvodoma orišem obnašanje tipičnega uporabnika spletnih storitev na splošno, to se mi namreč zdi za razumevanje interneta kot medija ključno.

Iz pregleda namenoma opuščam nekatere dejavnike, ki jih pri razvoju strani sicer nujno upoštevamo, vendar pa so zaradi tesne povezave s hitro razvijajočo se tehnologijo tako časovno občutljivi (spremenljivi), da bi lahko bili vprašljivi že v času zagovora naloge. Med take dejavnike sodijo npr. ločljivost spletne strani, uporaba okvirjev, prilagajanje spletnih strani uporabam v različnih verzijah brskalnikov in podobno. Razume se, da so vsi ti dejavniki za končno uporabnost strani izjemno pomembni in jih nikakor ne gre prezreti, nasprotno, dobremu načrtovalcu bo vedno izziv, ostati na tekočem z najnovejšimi tehničnimi rešitvami (ki jih praviloma v stran ne vključujemo) in tistimi prejšnje generacije, ki so med uporabniki že dovolj razširjene, da jih lahko uporabimo.

Namen poglavja je torej povzeti teorijo uporabnosti spletnih vmesnikov na splošno. Kjer se mi bo zdelo, da problematika spletnih slovarjev od teorije odstopa ali zahteva drugačno obravnavanje, bom na to posebej opozorila.

2.2.1 Kako uporabljamo svetovni splet

Svetovni splet je medij. Sicer mlad, dosti mlajši od vseh ostalih, pa vendar dovolj star, da so njegovi uporabniki razvili opisljive vzorce obnašanja, uporabe, brskanja. In ker se le-ti razlikujejo od uporabe ostalih medijev, je za nas ključnega pomena, da se skozi ves proces načrtovanja spletne strani zavedamo, kakšen vzorec je tipičen pri iskanju informacije na spletu.

V nadaljevanju poskušam opisati obnašanje tipičnega uporabnika svetovnega spleta pri tipičnem opravilu – iskanju določene informacije. Pri tem se opiram deloma na lastne izkušnje, deloma pa na znanje, pridobljeno iz najrazličnejše strokovne literature (Krug, Nielsen, Trstenjak, Norman, Čosić, Cooper, Klein, Raskin, Underhill). Podpoglavje zaključim s pomenom odzivnih časov spletne strani za uporabnika.

2.2.1.1 Obnašanje tipičnega uporabnika interneta

a Stran preletimo, ne beremo.

Dobro poznan vzorec iz tiskanih medijev, da se namreč strani lotimo zgoraj levo in jo beremo v smeri desno in navzdol, tukaj ne deluje. Obiskovalec spletne strani se z očesom sicer res najprej pomudi v zgornjem levem vogalu strani, od koder pričakuje informacijo o identiteti strani, za tem pa stran preleti in prebere samo nekaj ključnih besed bodisi iz navigacije, če pričakuje, da bo iskana informacija na eni od podstrani, bodisi iz vsebine, če je ta na prvi

pogled podobna temu, kar išče. Temu hitremu pregledu strani običajno ne sledi bolj podrobno branje, kot npr. pri časopisu, temveč izbira povezave, ki se mu zdi v tistem hipu najbolj obetavna. Skratka, ne duha ne sluha o potrpežljivosti.

b Izberemo prvo zanimivo povezavo.

Klik na napačno povezavo nas ne stane dosti, kvečjemu kako sekundo časa in delček potrpežljivosti. Uporabnik se torej po površnem preletu vsebine strani takoj odloči za tisti hip najbolj smiselno izbiro. Namesto razmisleka je naša strategija največkrat »poskusi, potem se vrni in poskusi še enkrat«. Ne boli nas, če izberemo povezavo, ki ni optimalna, dovolj je, če je vsaj približek tistega, kar smo pričakovali. Izrazito neradi razmišljamo, torej.

c Ne učimo se, kako deluje. improviziramo.

Za večino uporabnikov in večino tehničnih problemov, ne samo za spletne strani, velja, da ko se soočimo z novo tehnologijo, neradi beremo navodila, temveč poskušamo in če ne gre, improviziramo. Navodil se lotimo, če stvari nikakor drugače nismo mogli pripraviti do delovanja in če smo res motivirani. V primeru spleta vemo, da je motivacija majhna, kajti skoraj vedno gremo lahko drugam. V praksi to pomeni, da pri načrtovanju strani ne računajmo, da bodo uporabniki sploh kdaj brali navodila ali pomoč. Delovanje strani mora biti zasnovano tako, da bo intuitivno in fleksibilno ter da bo vnaprej predvidelo tudi nabor najbolj pogostih napak uporabnikov in delovalo kljub temu.

Druga s tem povezana lastnost je, da ko smo enkrat našli postopek, ki deluje, pa tudi če ni posebno eleganten, se ga držimo. Pravilnejšega začnemo uporabljati, če ga po naključju odkrijemo, ne izgubljam pa časa, da bi ga našli.

d Nestrpni smo.

Pogosto nismo prepričani, če bomo rešitev zastavljenega problema našli prav na spletišču, na katerem smo. Hkrati vemo, da lahko problem skoraj zanesljivo rešimo na več drugih spletnih straneh. Nobenega razloga torej nimamo, da bi na trenutni strani izgubljali čas. Kadar ocenimo, da napredujemo prepočasi, poiščemo alternativo.

2.2.1.2 Odzivni časi spletne strani

Predolg odzivni čas (čas nalaganja) spletne strani je poglobitni vzrok za to, da uporabniki pred opravljeno nalogo zapustijo spletišče. Pri testiranju odzivnih časov spletnih strani še vedno za

merilo veljajo priporočila, ki jih je Robert B. Miller predstavil na konferenci Fall Joint Computer Conference davnega leta 1968 (Miller, 1968, str. 88):

- 0,1 sekunde je zgornja meja odzivnih časov, ki uporabniku dajejo občutek, da se sistem odzove takoj, brez zakasnice,
- 1 sekunda je meja za to, da ostane uporabnikov miselni tok neprekinjen, pa čeprav bo zakasnitev zaznal,
- 10 sekund je najdaljši odzivni čas, pri katerem bo pozornost povprečnega uporabnika še usmerjena na zadano nalogo. Pri časih daljših od 10 sekund se bo med čakanjem posvetil drugim stvarem.

Kljub temu, da se hitrost internetnih povezav relativno hitro izboljšuje, pa je hkrati (in morda ravno zato) opaziti tudi vedno večjo nestrpnost med uporabniki storitev. In če lahko danes trdimo, da doseg odzivnega časa strani pod 10 sekund ni poseben izziv, je hkrati tudi jasno, da je odstotek uporabnikov, ki so na rezultat povpraševanja pripravljeni čakati tako dolgo, zanesljivo manjši kot leta 1968.

Problematika odzivnosti strani torej ostaja. K čemur prispeva tudi dejstvo, da dinamični sistemi za upravljanje z vsebinami upravljajo z vedno večjimi zbirkami podatkov in da morda dandanes ni edina časovna ovira počasnost prenosa podatkov, temveč tudi procesorski čas njihovega iskanja.

2.2.2 Oblika strani

Vizualna podoba spletne strani je prvi, najbolj neposredni stik uporabnika z uporabniškim vmesnikom.

Med najpomembnejše dejavnike, s katerimi lahko pri oblikovanju tipične strani vplivamo na uporabnost, štejemo:

- nabor elementov na strani, njihovo razporeditev in prostorski delež, ki ga zavzemajo,
- uporabo tipografij,
- povezave,
- grafično oblikovanje.

2.2.2.1 Uporaba prostora in razporeditev elementov

Vsebinske sklope, ki so prisotni na tako rekoč vsaki strani, lahko najbolj logično razdelimo na:

- glavo (identiteta strani: največkrat logotip nosilca spletne strani oz. logotip spletne strani),
- navigacijski sistem,
- prostor za vsebino,
- prostor za servisne tipke in bližnjice,
- prostor, namenjen oglaševanju.

Glava strani je po nepisanem pravilu interneta vedno v zgornjem levem vogalu strani. Ker je za vsakega naročnika bistveno, da uporabniki brez razmišljanja in iskanja v vsakem trenutku vedo, na čigavi strani so, bi bilo pravilo nesmiselno kršiti brez zelo dobrega razloga.

Uporabniki pridejo na spletno stran zaradi vsebine, osnovno pravilo je torej (Nielsen, 2000, str. 22), da naj ta zavzame najmanj polovico strani, po možnosti pa naj se površina, rezervirana zanj, kolikor mogoče približa 80 odstotkom. Navigacijski sistem naj zavzema do 20 odstotkov površine na podstraneh, na domači (uvodni) strani, katere osnovni namen je usmeriti uporabnika na ustrezno podstran, lahko nekoliko več. Tudi pri navigacijskem sistemu se je koristno držati pravil instinktivne uporabe, ki kaže, da uporabniki navigacijo najprej iščejo na levem ali zgornjem robu strani. Le z dobrim razlogom jo torej namestimo drugam. Servisne tipke (iskalnik, preklon jezika itd.) in bližnjice štejemo med navigacijske pripomočke in se torej uvrščajo v taistih 20 odstotkov strani.

Prostor, namenjen oglaševanju, je s stališča uporabnosti nezaželen, če pa že mora biti, potem naj izkoristi del prostora, namenjenega navigaciji, ta bo v tem primeru skromnejša.

2.2.2.2 Berljivost

Berljivost je močan kriterij uporabnosti v vseh medijih, pri spletnih straneh pa še posebej, saj se tu srečamo z dvema dodatnima izzivoma:

- branje z zaslona je 25% (Nielsen, 2000, str. 101) počasnejše kot branje iz tiskanega medija,
- pri načrtovanju spletnih strani smo vedno omejeni z ločljivostjo.

Grafični oblikovalci dobro poznajo splošno teorijo berljivosti, tako da na kratko opozarjam samo na problematiko, aktualno na področju berljivosti pri spletnih straneh:

- kontrast med besedilom in podlago naj bo dovolj velik, upoštevati je namreč treba dejstvo, da razpolagajo uporabniki z monitorji najrazličnejših kvalit, ločljivosti in nastavitev,
- razgibane podlage in gibljiva besedila berljivost zmanjšujejo,
- brezserifne tipografije so - še posebej pri tipografijah manjše velikosti – na zaslonu bolj berljive od serifnih,
- napisi, pretvorjeni v bitni format, so slabše berljivi, še posebej, kadar so majhni,
- verzalke beremo kakih 10% (Nielsen, 2000, str. 102) počasneje od običajnega besedila,
- povezave je zaradi načina uporabe spleta smiselno posebej označiti: nepisani dogovor je, da so povezave podčrtane; tiste, ki jih še nismo izbrali so obarvane modro, že uporabljene pa rdeče ali rjavo.

2.2.2.3 Grafično oblikovanje

Zasnovo oblikovnega koncepta spletne strani bo prevzel oblikovalec, ki bo kot avtor in strokovnjak prevzel odgovornost za kreativno in tehnično dovršenost rešitve. V tem razdelku lahko torej izpostavimo samo tistih nekaj splošnih vrednot, ki so pri oblikovanju za svetovni splet specifične in zaradi mladosti medija včasih prezrte:

- odpovemo se vsem elementom, ki za razumevanje niso nujno potrebni,
- ustvarimo jasno vizualno hierarhijo med posameznimi elementi,
- upoštevamo nepisana pravila in uporabnikov »internetni instinkt«,
- nikoli ne oblikujemo zavajajoče (gumb izgleda kot gumb, povezava kot povezava in oglas kot oglas),
- upoštevamo, da uporabnik besedila ne bere in je nepotrpežljiv.

Estetske in minimalistične grafične rešitve bodo v ospredje potisnile vsebino spletišča, mu namesto prenapolnjenosti in nepreglednosti dale resnost in relevantno (Singh, 2003, str. 8).

2.2.3 Načrtovanje vsebine

Upam, da marsikomu delamo krivico, vendar izkušnje kažejo, da ogromna večina naročnikov izdelovalcem spletnih strani kot vsebinsko gradivo preda tiskane predstavitve podjetij, letna poročila in druge tiskane materiale. Mnogo teh vsebin pristane na spletu brez velikih uredniških posegov, kar zaradi že opisanih razlik med rabo tega medija in rabo tiskanih medijev nujno povzroči manjšo učinkovitost pri posredovanju vsebin. Da bi se tem grobim napakam pri objavljanju vsebin na spletu izognili, je dobro, če se zavedamo vsaj osnovnih pravil.

2.2.3.1 Tri pravila

Spletnih strani ne beremo (glej razdelek 2.2.1), zato je pri urejanju vsebin za objavo v spletu pametno poznati vsaj naslednja pravila:

- a *Bodimo kratki.* Branje z zaslona je za četrtno počasnejše, uporabniki se po besedilu neradi pomikajo z drsniki. Grobo pravilo je, da na spletu objavimo 50% besedila (Nielsen, 2000, str.101), ki bi ga objavili v tiskovini.
- b *Pišimo za diagonalno branje, preletavanje.* Spletnih strani ne beremo, temveč preletimo, zaznamo samo ključne besede, stavke in naslove, ki se skladajo z iskano tematiko. Uporabljajmo torej kratke odstavke, močno strukturirano besedilo, naslove in podnaslove v več nivojih ter mnogo naštevanja. Za poudarke lahko izkoristimo tudi krepke črke in barve.
- c *Uporabljajmo povezave.* Možnost uporabe povezav, ki nam ob izbiri nudijo podrobnejše informacije o tematiki, je pri spletu edinstvena in jo izkoristimo.

2.2.3.2 Pisanje za splet

Za pisanje, podobno kot za oblikovanje, velja, da ga zaupamo odgovorni in za to izobraženi osebi, tako da o jezikovnih pravilih in slogu ne bi izgubljali besed. Navajamo pa nekaj posebnosti učinkovitega spletnega pisanja:

Neposrednost.

Četudi splet kot mlad, demokratičen medij prenese nekaj humorja, pa je občutljiv na zapletenost. Učinkovit je preprost jezik, direktna dikcija, »ena ideja na odstavek«. Najpomembnejšo stvar povemo najprej. Izogibamo se besednim igram in prenesenim pomenom, preprosto zato, ker imamo opravka z najširšo, mnogokrat mednarodno publiko.

Jedrnatost.

Besedila skrajšamo, kolikor le lahko, ne da bi okrnili bistvo. Kolikor mogoče jih strukturiramo s pomočjo naslovov in podnaslovov, z uporabo alinej in povezav.

Časopisni slog.

Pri posredovanju vsebine uporabljamo časopisni slog: začnemo s povzetkom in počasi dodajamo detajle. S tem si zagotovimo, da je uporabnik prebral vsaj bistvo.

Imena strani.

Pisanje za splet je pogosto pisanje, namenjeno temu, da bi nas našli.

Veliko deskanja se dogaja s pomočjo iskalnikov. Za ljudi, ki jih uporabljajo, je vsebina naše strani to, kar jim pove ime strani. Tudi za poimenovanje bližnjic do priljubljenih strani (angl. favorites, bookmarks) se največkrat uporabljajo imena strani. Pomembno je torej, da je ime samostojno in pomenljivo, če ga preberemo izven konteksta. Hkrati ni praktično, če je predolgo, optimalna dolžina je nekje med dvema in šestimi besedami.

Glede na to, da imena strani velikokrat uporabljajo iskalniki in se pojavljajo na dolgih spiskih skupaj z drugimi imeni, je pametno tudi pomakniti ključne besede na začetek imena ter se po možnosti izogniti členom na začetku (posebej pomembno v angleščini, nemščini ipd.). Seveda je smiselno paziti tudi na to, da so imena strani različna.

Naslovi.

Pri pisanju naslovov velja podobno kot pri imenih strani. Tudi ti se mnogokrat pojavijo izven konteksta in je dobro, če pri tem ohranijo kaj pomena. Optimalen naslov pri pripravi vsebine za objavo na spletu bi imel naslednje lastnosti:

- skrajno kratek povzetek vsebine,
- preprost jezik,
- izogibamo se *teaserjem*,
- začnemo z najpomembnejšo besedo,
- različne naslove in imena strani začenjamo z različnimi besedami.

Urednik spletne strani.

Spletne strani so z razmahom in cenovno dostopnostjo sistemov za upravljanje z vsebinami vse bolj dinamične, česar posledica je, da se njihova vsebina stalno spreminja, za vnos vsebin pa pogosto ne skrbi le ena oseba, temveč nekaj, lahko tudi nekaj deset oseb. Zato je zdaj morda še pomembneje kot nekdanj, da naročnik za pregled in potrditev vseh vsebin, predvidenih za objavo, določi urednika. Ta je lahko notranji, zaposlen pri imetniku spletne strani, ali pa zunanji, dodeljen s strani agencije, ki je zadolžena za streženje in ažuriranje spletišča.

2.2.4 Načrtovanje strukture strani

»Konec koncev lahko vse to spravimo na eno samo stran,« je izjavil eden naših naročnikov, ko je izvedel, da tako oblikovalci kot programerji svoje delo obračunavamo v številu strani.

Namen strukture strani je, da vsebino, ki jo spletno mesto ponuja, logično razporedi na domačo stran in vse pripadajoče podstrani. Logično se tu nanaša na uporabnost. Struktura strani se začne z domačo stranjo in nadaljuje s podstranmi, ki so z domačo povezane z drevesno ali mrežno strukturo. Odločitev glede tega, ali je drevo boljše (oz. mrežo) zasnovati v širino ali v globino, je v veliki meri odvisna od tega, kakšne vsebine stran ponuja. S stališča uporabnosti so lažje obvladljive strani strukturirane v globino, četudi je jasno, da v primerih, ko spletišče ponuja veliko zbirko enakovrednih informacij, uporabimo razgradnjo v širino. V vsakem primeru je slednje treba upoštevati pri načrtovanju navigacije.

2.2.4.1 Domača stran

Domača stran je navadno tista, s katero se uporabnik sreča najprej, zato so naloge domače strani nekoliko posebne. Na kratko bi lahko rekli, da je njen namen odgovoriti na tri ključna vprašanja (Krug, 2000, str. 98):

- 1 Čigava stran je to?
- 2 Kaj ponuja?
- 3 Kje začnem?

Dobra domača stran uporabniku posreduje še naslednja sporočila:

- hierarhijo strani,

- iskalnik,
- primer vsebine, vzpodbudo za nadaljevanje deskanja,
- novosti,
- posebne ponudbe,
- bližnjice,
- registracijo uporabnikov,

po možnosti pa tudi:

- pokaže, kaj iščem,
- pokaže, česar sicer ne iščem, a me zanima,
- pokaže, kako do tega, kar iščem,
- ustvari zaupanje in kredibilnost ponudnika.

2.2.4.2 Podstrani

Podstrani so naravnane na vsebino. Od zahtev, postavljenih domači strani, morajo zadostiti samo še nekaterim:

- Jasno izražanje identitete strani (kje na spletu smo),
- pot nazaj na domačo stran,
- pot naprej in
- kje na spletišču smo trenutno.

2.2.5 Navigacija

Navigacijski sistem – pa naj bo globalen (brskalnikov) ali lokalni (pripadajoč posameznemu spletišču) – ima pravzaprav eno samo nalogo: uporabniku omogočiti jasno predstavo o tem, kje *je bil* (od kod je prišel), kje *je* v danem trenutku in kam lahko *gre*. Naloga kljub temu ni preprosta, za uporabnika je namreč pomembno, da se hkrati zaveda svoje lokacije v okviru celotnega svetovnega spleta in tiste v okviru strukture spletišča, na katerem pravkar je.

Trenutno večino težav v zvezi z »globalno« lokacijo rešuje brskalnik s pomočjo tipke »nazaj« in »zgodovine«, medtem ko je vodenje po strukturi posameznega spletišča prepuščeno njegovemu lastnemu navigacijskemu sistemu.

Ne glede na to, kakšen pristop k navigaciji ubere načrtovalec spletne strani, bo dober navigacijski sistem na zadovoljiv način zadostil vsem naslednjim osnovnim zahtevam:

- a definiral identiteto lastnika spletišča,
- b jasno ponudil povezavo na domačo stran spletišča,
- c na čim boljši način posredoval strukturo spletišča,
- d na čim boljši način predstavil možnosti, ki jih uporabnik na trenutni strani lahko izbere.

Ker navigacija spletišča tako bistveno vpliva na uporabnost, je še posebej pomembno, da smo pri grafičnem oblikovanju te previdni pri uporabi kreativnih novosti. Te bodo sicer pozele občudovanje in povečale naš ugled, če bodo brezhibno in v vseh primerih delovale, vendar je za kaj takega potreben izjemen občutek pri načrtovanju in izdatno testiranje, ki je vedno povezano s stroški. Če si tega ne upamo ali moremo privoščiti, pa bo »konzervativna« uporaba »spletnih konvencij« poskrbela za intuitivno učinkovito uporabo spletnega mesta.

Pregled dejavnikov, ki vplivajo na uporabnost grafičnega uporabniškega vmesnika, lahko sklenemo z mislijo, da bo uporabniku več svobode in zadovoljstva, ponudniku storitve pa več koristi ponudil vmesnik, načrtovan za fleksibilno, intuitivno premikanje po spletišču, kot tisti, ki predvidi natanko eno in edino pravilno pot. Konec koncev je uporabnik tisti, ki ima v roki miš.

3 Uporabnost kot naložba

Uporabnost spletišča ni naključje ali posledica spleta srečnih okoliščin. Je rezultat sistematičnega izvajanja uporabnostnih aktivnosti skozi celotno življenjsko dobo projekta. Četudi je na obseg in intenzivnost izvajanja teh aktivnosti mogoče vplivati in posamezne faze lahko obrodijo dobre rezultate tudi, če so izvedene le v manjšem obsegu, je zanje v vsakem primeru treba zagotoviti stalna finančna sredstva.

Ne glede na to, ali govorimo o komercialnem ali neprofitnem projektu, je za nosilca projekta oziroma investitorja, ki se odloča o višini sredstev, ki jih bo vložil v izboljševanje oziroma vzdrževanje uporabnosti, ključnega pomena ocena prednosti, ki jih ob določenem finančnem vložku lahko pričakuje.

V primeru, da smo se že v preteklosti odločili za stalno vlaganje v uporabnost, lahko ob rednem spremljanju rezultatov sčasoma razvijemo realističen občutek za pridobitve na

posameznem področju specifičnega projekta, dokler pa je projekt v začetni fazi ali pa pred prvo investicijo v uporabnost, si lahko pomagamo le z meritvami in analizo tovrstnih izkušenj drugih spletišč.

Večina podatkov, ki jih navajam v nadaljevanju, temelji na eni od obširnejših raziskav s tega področja, ki jo je na svoji spletni strani *useit.com* januarja leta 2003 objavil Jacob Nielsen. Raziskava analizira podatke, zbrane ob uporabnostni prenovi 863 spletišč.

3.1 Stroški uporabnosti

Analiza investicij v uporabnost v raziskavi zajetih 863 spletišč (Nielsen, 2003, str. 32) kaže, da se stroški vzdrževanja uporabnosti gibljejo med 8% in 13% celotnih finančnih sredstev projekta. Na osnovi teh podatkov bi bila srednja priporočljiva vrednost sredstev, namenjenih za to, 10% vrednosti projekta.

Glede na to, da je ocena splošna, 10% pa sorazmerno velik delež sredstev, je pomembno vedeti tudi to, da strošek uporabnosti ne raste linearno z velikostjo projekta. Ker je veliko stroškov pri izvajanju uporabnostnih aktivnosti fiksnih, je omenjeni delež pri majhnih projektih lahko še nekoliko večji, medtem ko je pri zelo velikih projektih lahko bistveno manjši. Če se obseg nekega spletnega projekta naprimer podeseteri, bomo morali sredstva za vzdrževanje uporabnosti povečati samo za štirikrat (Nielsen, 2003, str. 45).

Drugo vprašanje, ki je pri analizi stroškov gotovo pomembno, je kolikšen delež celotne naložbe predstavlja katera od uporabnostnih aktivnosti. Žal nam pri pregledu strokovne literature s tega področja ni uspelo najti relevantnih podatkov, morda zato, ker jih mnogo investorjev iz konkurenčnih razlogov ni pripravljenih objaviti, morda pa zato, ker se projekt izboljšave uporabnosti odvija kot celota in je težko ovrednotiti, koliko časa in denarja je zahtevala posamezna aktivnost. Kljub temu poskušamo iz lastne strokovne prakse vsaj približno povzeti zahtevnost posameznih aktivnosti.

Ocena temelji na izvedenih projektih našega podjetja, gre za spletne strani manjšega do srednjega obsega (seveda v slovenskem merilu, v svetovnem merilu bi se vsi ti projekti uvrstili med majhne) v vrednosti 0,8 do 5 milijonov SIT. Druga predpostavka, ki jo ocena upošteva, je, da se prenova spletne strani zaupa zunanjemu izvajalcu. Številke bi bile verjetno bistveno drugačne pri velikem spletnem projektu, ki ima lastni oddelek za vzdrževanje in izboljševanje uporabnosti. Tabela 1 predstavlja stroškovno strukturo prenove uporabniškega vmesnika s stališča zunanjega podjetja/izvajalca takega projekta.

Tabela 1: Stroškovna struktura projekta prenove spletnega vmesnika

aktivnost	delež vrednosti projekta
komunikacija naročnik/izvajalec	8-15%
analiza spletne strani	15-25%
analiza konkurenčnih strani	5-10%
prenova strukture	10-20%
formulacija vsebin	5-12%
prenova grafične podobe	10-20%
testiranje pred izvedbo	3-10%
programiranje	10-20%
testiranje po izvedbi	5-12%
vsebinski in programski popravki	5-12%

Seveda je vsak projekt specifičen in lahko zahtevnost posamezne aktivnosti predstavimo edino z intervalom.

3.2 Pričakovane pridobitve

Že omenjena raziskava Jacoba Nielsna analizira tudi 42 spletišč, pri katerih so bile meritve po posameznih kriterijih opravljene pred in po izboljšavi uporabnosti, tako da je mogoče pridobitve izraziti v odstotkih. Do tovrstnih podatkov je relativno težko priti, večina testiranj uporabnosti spletišč namreč temelji na kvalitativnem vrednotenju, torej na vprašalnikih, ki merijo splošno zadovoljstvo uporabnika pri uporabi vmesnika.

Sprememba uporabniškega vmesnika z namenom večje uporabnosti pri omenjenih 42 spletiščih (Nielsen, 2003, str. 81) je pokazala splošno povečanje uporabnosti za 135%, pri čemer so iz izračuna izvzeti rezultati meritev petih spletišč, ki so prikazovali izjemno velik skok uporabnosti (če bi upoštevali tudi te, bi bila skupna izboljšava uporabnosti 202%). Rezultate meritev po posameznih kriterijih kaže tabela 2.

Tabela 2: Učinkovitost izboljšave vmesnika po posameznih kriterijih

kriterij	povprečno izboljšanje
prodaja (v dolarjih)	100%
promet (v številu obiskov)	150%
učinkovitost uporabe (v številu uspešno zaključenih poizvedovanj oz. transakcij)	161%
uporaba specifičnih (naprednih in dodatnih) storitev	202%

Vir: Jakob Nielsen, 2003, str. 82

Iz podatkov v tabeli lahko zaključimo, da so investicije v uporabnost pri nekomercialnih projektih vsaj tako smiselne kot pri komercialnih, saj se je prodaja storitev zaradi boljšega vmesnika povečala sorazmerno najmanj. Ta podatek si lahko razložimo z dejstvom, da je pri spletni trgovini cena storitve ali izdelka bistven faktor, ki sovpliva na rast prodaje. Ostali kriteriji izboljšav, posebej relevantni pri neprofitnih spletiščih, pa kažejo 2,5 do 3-kratni obseg prejšnje uporabe, kar naložbo v uporabnost vsekakor upravičuje.

Po navedbah avtorja obravnavana študija v meritvah ni zajela intranetnih strani ali spletišč, namenjenih zaključenim skupinam uporabnikov. Za realno predstavo o pridobitvah, ki jih z izboljšano uporabnostjo spletišča lahko pričakujemo, je to pomembno zato, ker lahko pri intranetnih spletiščih pričakujemo manjšo rast transakcij in sicer iz naslednjih razlogov:

- uporabniki intranetnih strani so motivirani, da uporabljajo prav to spletišče,
- prestop k konkurenci navadno ni možen ali je težak,
- uporabniki vmesnik uporabljajo redno in so torej bolj motivirani za učenje in uporabo naprednih in dodatnih storitev; večina jih sčasoma preraste v izkušene uporabnike.

3.3 Ocena donosnosti naložbe

Glede na podatke, predstavljene v zgornjih dveh razdelkih bi lahko grobo povzeli, da investicija 10% projektnih sredstev približno podvoji uporabnost. Težava s tako oceno je, da

so projektna sredstva izražena v denarju, uporabnost pa v večjem zadovoljstvu uporabnika, povečanem obisku strani, večjem številu transakcij in širši uporabi dodatnih storitev, torej kvalitativno. Pri spletnih trgovinah lahko donosnost kljub temu zlahka merimo s spremljanjem prometa, pri nekomercialnih projektih pa bo ocena donosnosti bolj kompleksna.

Donosnost izboljšanih intranetnih strani lahko merimo z ovrednotenjem prihranjenih delovnih ur in večjo učinkovitostjo. Pri ostalih projektih pa moramo nekako ovrednotiti večje zadovoljstvo uporabnikov, večje število obiskov na strani, posledično večje možnosti za pridobivanje sredstev s sponzorstvom in oglaševanjem. Če bi želeli vse to izraziti v denarnih enotah, bi že glede na tematiko projekta pri pretvorbah nujno prihajalo do odstopanj.

Zaključimo lahko le, da formule za vnaprejšnji izračun donosnosti investicije v uporabnost ni mogoče podati, operiramo lahko le s splošnimi ocenami. Če drugega ne že zato, ker lahko investirana sredstva uporabimo bolj ali pa manj učinkovito.

Po investiciji lahko donosnost natančno računamo s spremljanjem rasti prometa pri spletiščih, ki se ukvarjajo s spletno trgovino, relativno natančno jo lahko vrednotimo pri intranet spletiščih z meritvami prihranjenih delovnih ur zaposlenih, pri ostalih projektih pa je donosnost v korelaciji s povečanim številom obiskov na straneh. Kako bomo povečani obisk prevedli v donos, pa je v veliki meri odvisno od narave in velikosti projekta.

Velikost projekta se bo v večini primerov izkazala kot ključni faktor pri donosnosti naložbe v uporabnost. Prvič zaradi že omenjenega deleža fiksnih stroškov, ki majhne projekte proporcionalno bolj obremenijo kot velike, drugič pa ker podvojitev prodaje v velikem projektu pač pomeni veliko večjo številko kot v majhnem. Za ilustracijo – razlike pri meritvah povečane produktivnosti glede na vložek v izboljšavo intranetnih strani pri različno velikih podjetjih prikazuje tabela 3, podatki so povzeti iz raziskave Jacoba Nielsna (Nielsen, 2003, str. 83).

Tabela 3: Prihranek zaradi večje produktivnosti glede na vložek pri različno velikih podjetjih

prihranek	velikost podjetja
8x vložek v uporabnost	1.000 zaposlenih
20x vložek v uporabnost	10.000 zaposlenih
50x vložek v uporabnost	100.000 zaposlenih

Vir: Jakob Nielsen, 2003, str.83)

4 Spletni slovarji

V pričujočem poglavju si uvodoma zastavimo vprašanje, kakšna je razlika med klasičnimi in spletnimi slovarji. So slednji samo preslikava prvih v nov medij, ali splet na področju slovarjev omogoča razvoj novih možnosti in prednosti?

V nadaljevanju si s pregledom in oceno izbranih spletnih slovarjev ustvarimo vtis o tem področju v praksi. Poglavje sklenemo s povzetkom o tem, katere posebnosti zaznamujejo uporabniške vmesnike spletnih slovarjev in kaj pri njih najbolj vpliva na uporabnost.

4.1 Spletni vs. klasični slovarji

Klasični, v tiskani obliki izdani slovarji, pa naj bodo eno- ali večjezični, so tehnično vzeto popolnoma statična zbirka podatkov. Iskanje je mogoče po enem samem kriteriju, namreč iskanje gesla po abecednem vrstnem redu. Kljub temu, da je izdelava slovarja časovno zahteven projekt in da se jezik ves čas spreminja, je vsebina takega slovarja zaključena in za vselej nespremenljiva ob oddaji v tisk. Posledica tega je, da je slovar do neke mere neažuren že ob izidu.

Takoj ko je tehnologija to dopuščala, so se ravno iz tega razloga pojavile elektronske različice slovarjev, ki so v primerjavi s tiskanimi ponujale kar nekaj prednosti. Iskanje je bilo lahko bolj fleksibilno in hitrejšo, rezultate je bilo mogoče preprosto shraniti v elektronski obliki, pa tudi čas izdelave je bil krajši in produkcija cenejša. Še vedno pa smo imeli opravka s statičnimi zbirkami podatkov.

Spletni slovarji rešujejo tudi zadnji problem, omogočajo namreč sprotne interakcije z bazo, načeloma lahko torej – če seveda to ustreza uredniški politiki – vsi uporabniki v bazo podatke dodajajo, kar v času, ko se jeziki hitro spreminjajo in mešajo, nove tehnologije pa nenehno tvorijo nove izraze, bistveno pripomore k njihovi ažurnosti in uporabnosti (tokrat v smislu koristnosti – *utility*, glej točko 2.1).

Nadaljnja prednost spletnih slovarjev je prevajanje v obe smeri, preprosto povezovanje med različnimi jezikovnimi zbirkami in kot posledica tega nastanek jezikovnih portalov, ki poleg brezplačnega prevajanja iz in v praktično vse jezike ponujajo tudi širok nabor dodatnih storitev kot:

- povezave s korpusi, ki nam poleg razlage oz. prevoda ponudijo tudi primere živih besedil z uporabljenim iskanim izrazom,

- avtomatično iskanje prevodov iz dvojezičnih vzporednih korpusov,
- predvajanje izgovorjave izraza,
- prevajanje celih besedil,
- komunikacijo med uporabniki,
- skrb za promocijo majhnih in ogroženih jezikov ipd.

Precej jasno je torej, da pri spletnih slovarjih nimamo opravka s spletno različico kateregakoli klasičnega slovarja, temveč z začetkom mnogo bolj zmogljivega in univerzalnega orodja, brez katerega si bo vsem vsaj občasno pišočim življenje kmalu težko predstavljati.

4.2 Analiza izbranih spletnih slovarjev

Svetovni splet je v svoji zasnovi neurejena zbirka podatkov. Mehanizmi iskanja po njem so znani in jasno je, da bo vsak iskalni pristop obrodil drugačne rezultate od kateregakoli drugega. Naš poskus, ustvariti si mnenje o stanju spletnih slovarjev, je potekal takole:

Univerzalni spletni iskalnik Google (www.google.com) je na povpraševanje po »electronic dictionary information systems« odgovoril z 1.020.000 zadetki (podatek iz marca 2004). Če povpraševalni niz bolj posplošimo, je zadetkov še več. Tudi če ga poskušamo bolj definirati, npr. v »electronic dictionary informatics interactive online« se ne izognemo težko obvladljivi ogromni številki ponujenih povezav.

Sprva bi si človek veliko število zadetkov razlagal kot izjemno bogato spletno ponudbo na tem področju. Po nekaj urah deskanja postane jasno, da so vrhnji zadetki skoraj vedno prodajno naravnane povezave do velikih svetovnih podjetij, ki tržijo klasične slovarje. Če te odslej zanemarimo in isto storimo tudi z ostalimi povezavami, ki nimajo nobene zveze s slovarji samimi, ampak kažejo na ustanove, ki se kakorkoli direktno ali posredno ukvarjajo s trženjem, prodajo, izdajanjem, razvojem slovarjev ali prevajanjem in pregledamo samo ponudbo na samem spletu v resnici objavljenih slovarjev pa se izkaže, da celo od teh velika večina ni zanimiva, saj so objavljeni kot statični dokumenti, skratka kot popolnoma neinteraktiven seznam besed in njihovih prevodov ali razlag.

Med spletne slovarje, ki lahko prispevajo k našemu cilju, torej k oceni in ovrednotenju dejavnikov, ki izboljšujejo ali poslabšujejo uporabnost spletnih slovarjev, se moramo posvetiti torej tistim, ki so interaktivni in upravljajo z dinamično bazo podatkov. Kljub zgoraj opisanim težavam jih je na spletu ogromno.

Pri iskanju in izbiri nam je bilo v veliko pomoč spletišče yourDictionary.com, spletni portal za jezike in z jeziki povezane izdelke in storitve, ki poleg lastnega ponuja tudi povezave s 1.800 drugimi spletnimi slovarji.

4.2.1 Izbor slovarjev

Prvotni načrt je bil, da bi izbor testiranih spletnih slovarjev vseboval nabor spletnih slovarjev, primerljivih s Terminološkim slovarjem informatika. Primerljivih po namenu, principu delovanja in tematiki, morda pa ne nujno po velikosti ali razvojni fazi.

Po pregledu slovarjev, ki so na voljo, smo se odločili drugače in sicer iz naslednjih razlogov:

Več- (oziroma dvo-) jezičnih interaktivnih spletnih slovarjev s terminologijo s področja informatike je malo. Mnogo jih je prav tako kot v primeru TSI raziskovalnih projektov manjših univerz v različnih (pogosto začetnih) razvojnih fazah. In ker je namen te naloge preučevanje uporabnosti in ne kvalitete različnih informacijskih slovarjev menimo, da je za analizo vseeno, s kakšno tematiko se ukvarja slovar, pravzaprav niti ni pomembno, ali je večjezičen ali ne. Važno je, da so njegovi pristopi k uporabnosti učinkoviti ali inovativni. In ker je jasno, da imajo komercialno orientirani portali več finančnih sredstev za načrtovanje in izvedbo spletišča in posledično tudi za razvoj in testiranje uporabnosti, mislimo, da morajo biti med izbranimi slovarji tudi taki.

Skratka, v poštev so prišli vsi interaktivni spletni slovarji, pri izboru pa smo se trudili, da bi bil čimbolj raznovrsten, v upanju, da bodo takšni tudi pristopi k oblikovanju vmesnikov. Odločili smo se, da vanj uvrstimo po en velik komercialni in nekomercialni projekt, enega ali dva slovenska primera, primer iz ene od sosednjih držav, pa morda kakšnega s primerljivo tematiko.

Izbor spletišč s kratkimi utemeljitvami:

- a** **SSKJ** [URL: bos.zrc-sazu.si/sskj.html]

Spletna različica Slovarja slovenskega knjižnega jezika si že zaradi nacionalnega pomena in dimenzij projekta zasluži mesto med slovenskimi spletišči v izboru.

- b** **EVROTERM** [URL: www.sigov.si/evroterm]

Evroterm je slovenska vzporednica Eurodicautoma, ni klasičen internetni slovar, v katerem se soočajo posamezni jeziki, temveč terminološka baza izrazov iz

prevedenega pravnega reda Evropskih skupnosti. Izraze zbirajo terminologi *Sektorja za prevajanje Službe Vlade RS za evropske zadeve (SVEZ)* in trenutno vsebuje več kot 40.000 vnosov. Izrazje je zbrano z različnih področij dejavnosti Evropske unije: administracije, ekonomije, financ, okolja, transporta, kmetijstva itd.

- c** **yourDictionary.com** [URL: www.yourdictionary.com]

yourDictionary.com je predstavnik uspešnega komercialnega (1.500.000 obiskov na mesec) spletnega jezikovnega portala z najširšo ponudbo storitev. Pričakujemo torej zgledno uporaben vmesnik.

- d** **krstarica** [URL: www.krstarica.com/recnik/nemacko-srpski]

Vedno, če gre za jezike pa še posebej, se nam zdi zanimiv tudi pogled na to, kaj na tem področju počnejo kolegi iz bivše skupne države. Žal nismo našli nobenega za nas zanimivega hrvaškega slovarja, tale je srbski.

- e** **Merriam-Webster Online** [URL: <http://www.m-w.com/home.htm>]

Spletna različica svetovno znanega Merriam-Webstra.

- f** **The Internet Dictionary Project** [URL: www.june29.com/IDP]

IDP se nam je zdel zanimiv, ker si za cilj zadaja razvoj spletnega prevajalskega orodja in sicer s pomočjo obiskovalcev. Spletišče spodbuja svoje uporabnike, da prispevajo prevode angleških besed v druge jezike. Nastala in stalno rastoča zbirka je na voljo vsem uporabnikom brez omejitev in brezplačno. Glede tega torej spet vzporednica s TSI.

Za konec in za lažjo primerjavo se nam zdi nujno istim kriterijem podvreči še Terminološki slovar informatike. Ta bo torej zadnji med izbranimi.

- g** **Terminološki slovar informatike** [URL: <http://www.ef.uni-lj.si/terminoloskislovar/>]

4.2.2 Primerjalna študija

Namen primerjalne študije izbranih šestih spletišč in Terminološkega slovarja informatike je priti do zaključkov, kateri pristopi so za uporabnost vmesnikov spletnih slovarjev učinkoviti in kateri ne. Ne gre za običajno preskušanje vmesnikov, saj bomo študijo izvajali sami, poleg tega zaradi nadpovprečnega poznavanja problematike ne moremo odigrati vloge dobre testne osebe. Tudi primerjalni kriteriji, ki smo jih izbrali za študijo, niso običajni za testiranje strani, temveč so deloma prilagojeni tematiki spletnih slovarjev, deloma pa namenu študije. Kljub temu v drugem delu vključujemo tudi nekaj kriterijev, ki se običajno pojavljajo v procesu testiranja uporabnosti spletne strani.

4.2.2.1 Primerjalni kriteriji

Testiranje spletnih strani je sprva veljalo za časovno in finančno zahtevno nalogo. Strah prednjo je prvič spodkopal Jacob Nielsen leta 1989 z objavo članka »Usability Engineering at a Discount«, od tedaj več avtorjev zagovarja celo boljše rezultate z omejenimi skupinami ljudi in krajšim seznamom nalog, s katerimi soočimo testne uporabnike (Krug, 2000, str. 147).

Naša primerjalna študija spletnih slovarjev vsekakor sodi med testiranja omejenih možnosti, zato se bomo tudi pri izboru kriterijev naslonili na predloge Steva Kruga, ki med smernice, kako formulirati vprašanja za testiranje uporabnosti, uvršča naslednje (Krug, 2000, str. 152):

- Kaj je namen strani?
- Ali videz strani ustreza namenu?
- Je navigacija razumljiva?
- Kakšne so izkušnje ob izvedbi nekaj osnovnih storitev?

Kriterije bomo razdelili na oblikovne in vsebinske.

Oblikovni se tičejo vizualnih hierarhij. Mednje poleg splošnega optičnega vtisa sodijo vprašanja kot »kaj najprej opazim«, »katero povezavo bi najprej izbral«, »komu pripada stran«.

Vsebinski kriteriji so tisti, ki opazujejo proces pridobivanja informacij. Če je na primer za pridobitev informacije potrebno klikniti trikrat namesto enkrat, je to vsebinski problem uporabnosti vmesnika. Pomembni vsebinski kriteriji so še odgovori na vprašanja glede namena strani, intuitivnosti vmesnika (kako hitro se ga naučimo uporabljati) in njegova prilagodljivost (reakcija na napačno uporabo).

Izbrane spletne strani bodo ocenjene po kriterijih, naštetih v tabeli 4.

Tabela 4: Ocenjevalni kriteriji za analizo vmesnikov spletnih slovarjev

oblika strani

identiteta spletišča	opisno	ocena 1-5
kaj najprej preberemo	opisno	ocena 1-5
na kaj bi najprej kliknili	opisno	ocena 1-5
dosegljivost storitev	opisno	ocena 1-5
vizualni učinek na uporabnika	opisno	ocena 1-5

vsebina strani

kaj je namen te strani	opisno	ocena 1-5
število neuspešnih poskusov, preden pridemo do želene informacije	opisno	ocena 1-5
število klikov do prevoda	opisno	ocena 1-5
testni prevod 1	št. zadetkov	uspešno/ neuspešno
testni prevod 2	št. zadetkov	uspešno/ neuspešno
obseg storitev	opisno	ocena 1-5
obravnavanje posebnih znakov	opisno	ocena 1-5

skupna ocena

mnenje	opisno	ocena 1-5
---------------	--------	-----------

4.2.2.2 SSKJ [URL: bos.zrc-sazu.si/sskj.html]

Slika 1: Domača stran slovarja SSKJ (bos.zrc-sazu.si/sskj.html)

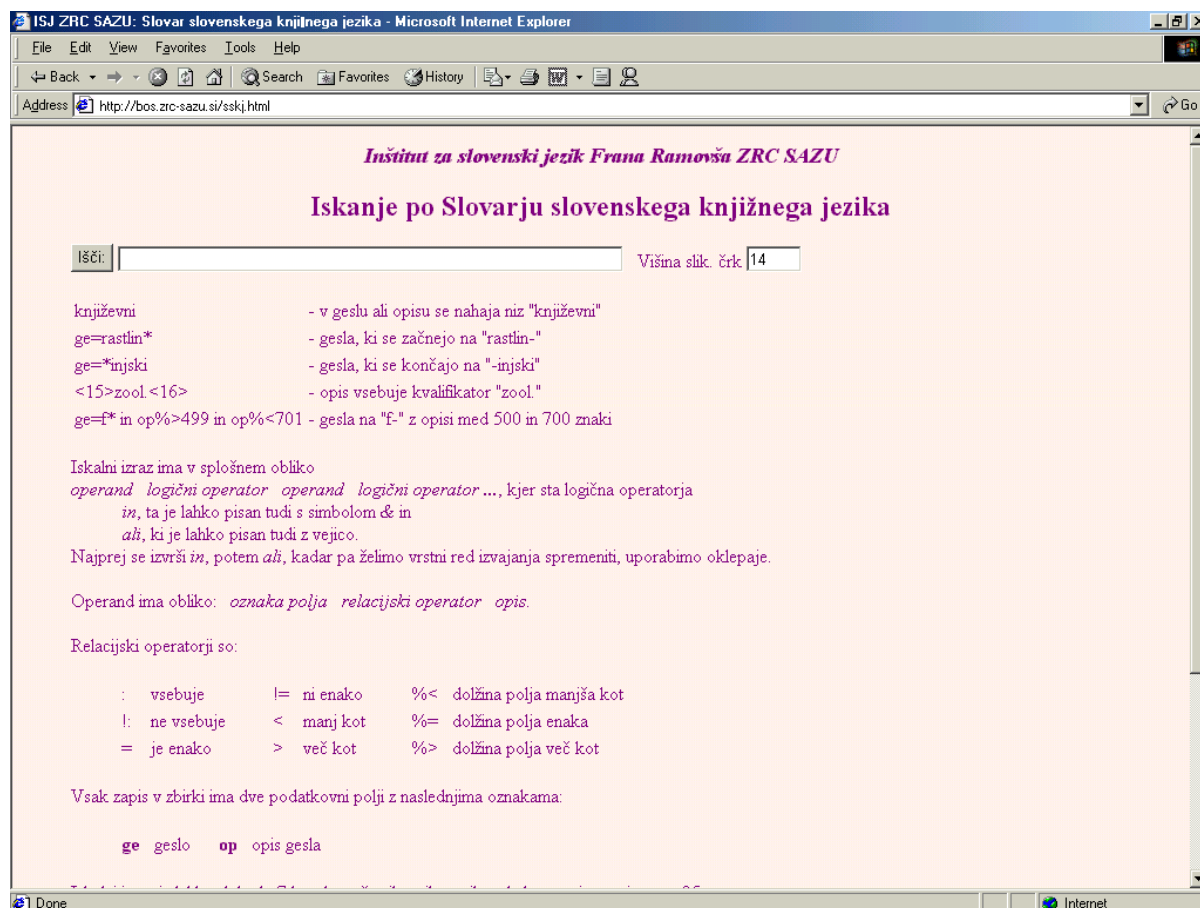


Tabela 5: Ocena uporabniškega vmesnika SSKJ

oblika strani

identiteta spletišča	Ni jasna, jo pa najdemo.	2
kaj najprej preberemo	Iskanje po slovarju.	5
na kaj bi najprej kliknili	Iskalno okno.	5
dosegljivost storitev	Samo za stalne uporabnike. Če zahtevnih in dolgih navodil na strani ne preberemo, temveč preprosto vtipkamo geslo in kliknemo išči, so rezultati neuporabni.	1
vizualni učinek na uporabnika	Morda strokoven, vendar ne vzbuja zaupanja, prej negotovost.	1

vsebina strani

kaj je namen te strani	Jasen: iskanje po slovarju	5
število neuspešnih poskusov, preden pridemo do želene informacije	Precej, preden se naučimo uporabljati zahteven sistem operatorjev. Če zahtevnih in dolgih navodil na strani ne preberemo, temveč preprosto vtipkamo geslo in kliknemo išči, so rezultati neuporabni.	1
število klikov do prevoda	2 (en klik za zaščitni sistem)	3
lahak prevod (proniciljiv)	Št. zadetkov pred branjem navodil: 14, 1 ustrezen Št. zadetkov po branju navodil: 1 ustrezen	neuspešno uspešno
težji prevod (šala)	Št. zadetkov pred branjem navodil: 340, 0 ustreznih Št. zadetkov po branju navodil: 1 ustrezen	neuspešno uspešno
obseg storitev	Specializiran, glede na strategijo spletišča kvaliteten.	5
obravnavanje posebnih znakov	Obvezen vnos šumnikov, sicer iskalnik ne deluje.	2

skupna ocena

mnenje	Dobra stran tega vmesnika je, da iskalniku nameni osrednji del strani. Slaba pa ta, da novemu uporabniku brez branja navodil ne omogoča uporabe slovarja, četudi je res, da bo stalni uporabnik s storitvijo zelo zadovoljen. Vizualni aspekt je popolnoma zanemarjen.	2
---------------	--	---

4.2.2.3 EVROTERM [URL: <http://www.sigov.si/evroterm/>]

Slika 2: Domača stran Evroterma (<http://www.sigov.si/evroterm/>)

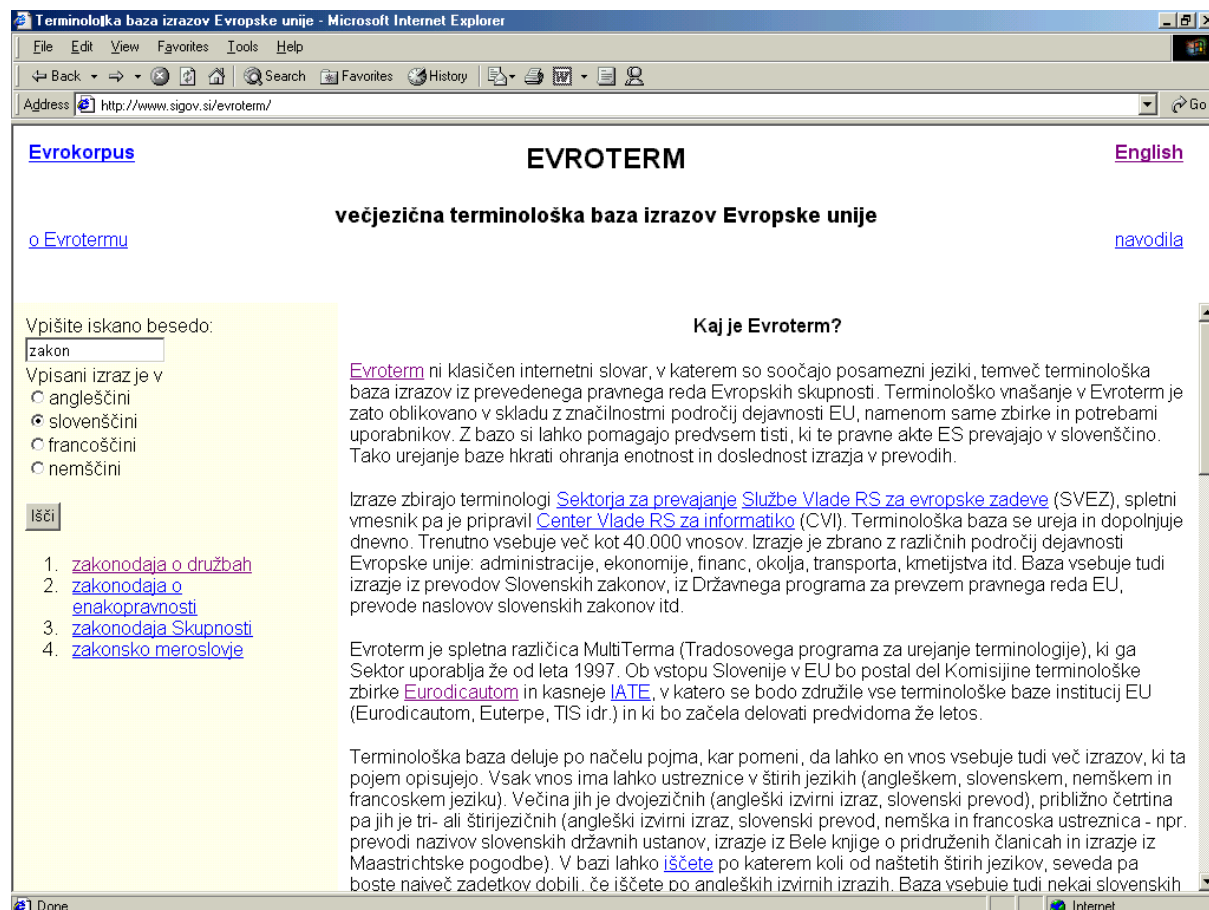


Tabela 6: Ocena uporabniškega vmesnika EVROTERM

oblika strani

identiteta spletišča	je jasna, namreč Evroterm	5
kaj najprej preberemo	Evroterm, torej identiteto spletišča	4
na kaj bi najprej kliknili	Domača stran Evroterma nam ponudi precej dolgo besedilo, ki se začne s povezavo »Evroterm«, ki izgleda obetavna izbira, če želimo priti do kakšne strani, bolj povezane z vsebino. Če jo izberemo, se nam še enkrat naloži ista domača stran. Druga	1

	prominentno postavljena povezava je levo zgoraj »o Evrotermu«. Tudi ta izbira nam osveži že videno domačo stran.	
dosegljivost storitev	Nekoliko natančnejši pregled strani odkrije, da majhno, levo pozicionirano iskalno okno omogoča direkten vpis iskalnega gesla.	3
vizualni učinek na uporabnika	Vizualni vtis spletišča da uporabniku občutek, da gre za opisno obravnavanje neke teme, nikakor pa ne za vmesnik, ki omogoča iskanje in upravljanje z bazo podatkov in je torej glede na namen strani neustrezen.	1

vsebina strani

kaj je namen te strani	Odgovor na to vprašanje je popolnoma nemogoč, dokler ne preberemo besedila, ki pa resda zelo neposredno zapolnjuje večino domače strani. Da gre za spletno stran, povezano s prevodi evropske terminologije nam da slutiti edino ime projekta – Evroterm.	2
število neuspešnih poskusov, preden pridemo do želene informacije	Preden smo uporabili iskalnik, ki je pravzaprav ves čas na voljo, a na razmeroma obrobem mestu, porabimo nekaj časa za preletavanje besedila na osrednjem delu strani, potem pa še za preizkus dveh izpostavljenih povezav, ki nas ponovno privedeta na že aktivno domačo stran.	2
število klikov do prevoda	Nov uporabnik: 4 Stalni uporabnik: 2	2
prevod 1, angl-slov: (real estate, podizbira real estate market)	št. zadetkov: 2, a identična, vendar oba navedena, ker sta klasificirana pod dve različni področji	t
prevod 2, slov-angl: (živila)	št. zadetkov: 12	t

obseg storitev	Omejen z velikostjo baze podatkov. Ta je še najbogatejša, če iščemo prevode iz angleščine v slovenščino. Če naletimo na vnešen izraz, potem nam vmesnik ponudi tudi primer(e) paralelnih besedil z iskanim prevodom.	2
obravnavanje posebnih znakov	Obvezen vnos šumnikov, sicer iskalnik ne deluje.	2

skupna ocena

mnenje	Vsebinsko vmesnik na domači strani ponudi obširen opis projekta, namesto da bi osrednjo vlogo namenil iskalniku. Vizualni aspekt je popolnoma zanemarjen.	2
---------------	---	---

4.2.2.4 yourDictionary.com [URL: www.yourdictionary.com]

Slika 3: Domača stran YourDictionary (www.yourdictionary.com)



Tabela 7: Ocena uporabniškega vmesnika YourDictionary.com

oblika strani

identiteta spletišča	Jasna.	5
kaj najprej preberem	YourDictionary.com	5
na kaj bi najprej kliknil	GO.	5
dosegljivost storitev	Odlična. Vrh strani je namenjen identifikaciji in navigaciji. Pod njo je prostor za oglasno pasico, ki pa je jasno ločen od vsebine. Vsebini namenjen osrednji del strani najprej ponudi iskanje po enojezičnih slovarjih, takoj za tem pa iskalnik po dvojezičnih slovarjih.	5

vizualni učinek na uporabnika	Dopadljiv, estetski, sodoben, vliva zaupanje.	5
--------------------------------------	---	---

vsebina strani

kaj je namen te strani	Že ime nam da vedeti, da gre za spletni slovar, bolje rečeno, za jezikovni portal.	5
število neuspešnih poskusov, preden pridemo do želene informacije	0	5
število klikov do prevoda	2	4
prevod angl-angl (ambivalence)	št. zadetkov: 1 ustrezen	uspešno
prevod angl-nem (usability)	št. zadetkov: 2 ustrezna	uspešno
obseg storitev	Zelo širok. Vse vrste prevajanja, velika zbirka slovarjev, praktično vsi svetovni jeziki, dodatne funkcije kot posnetek izgovorjave...	5
obravnavanje posebnih znakov	Pametno. Če npr. iščemo prevod iz nemščine in na tipkovnici nimamo umlautov, torej uporabimo črko brez, slovar kljub temu deluje brezhibno.	5

skupna ocena

mnenje	Zelo uporaben vmesnik. Neposredno posreduje svoje poslanstvo in uporabnika že ob prvi in intuitivni uporabi vodi do želenih informacij.	5
---------------	---	---

4.2.2.5 krstarica [URL: www.krstarica.com/recnik/nemacko-srpski]

Slika 4: Domaća stran Krstarice (www.krstarica.com/recnik/nemacko-srpski)

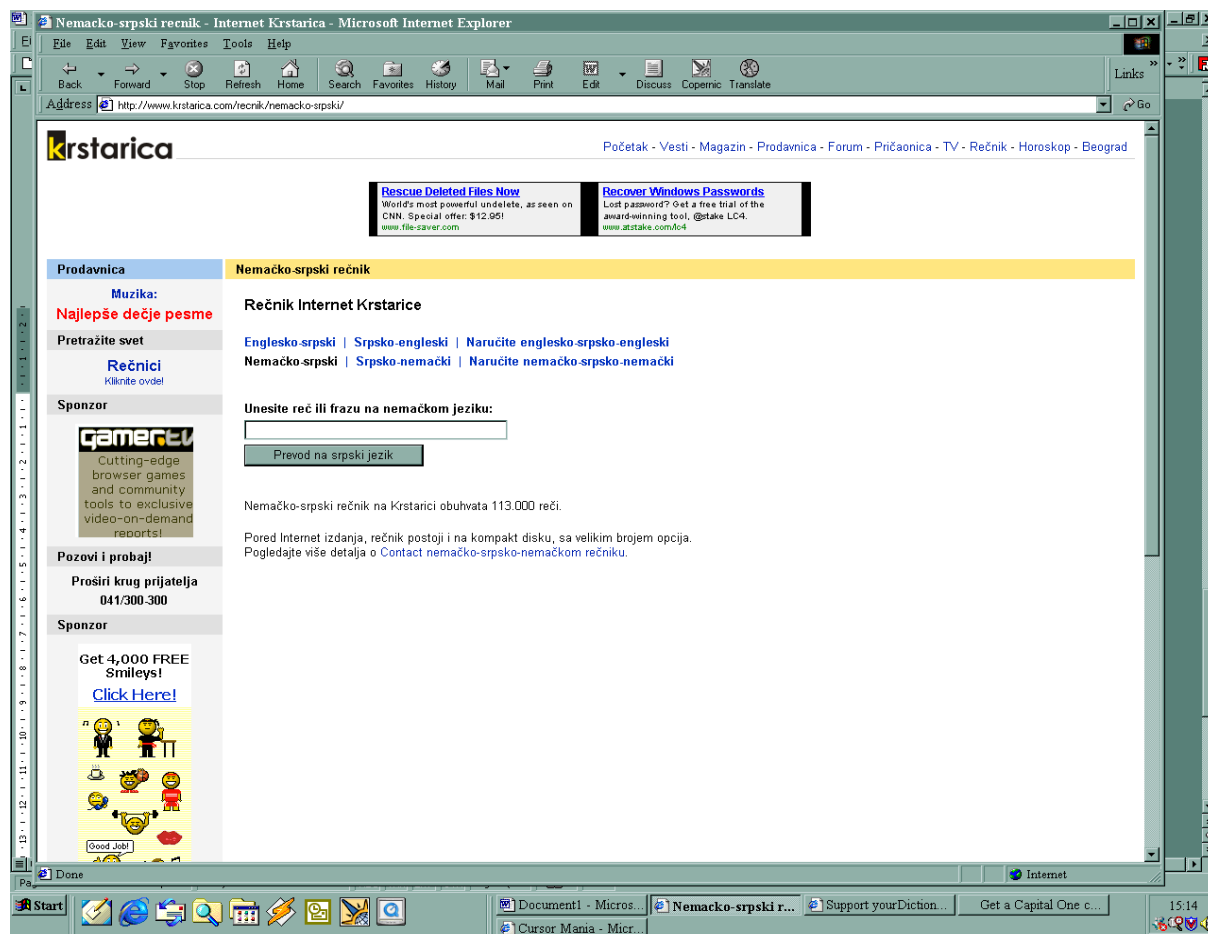


Tabela 8: Ocena uporabniškega vmesnika KRSTARICA

oblika strani

identiteta spletišča	Jasna.	5
kaj najprej preberemo	Nemacko-srpski rečnik	5
na kaj bi najprej kliknili	Gumb »Prevod na srpski jezik«	5
dosegljivost storitev	Iskalno okno je na najbolj izpostavljenem delu strani. Tudi gumb za iskanje je poudarjen in takoj pritegne pozornost.	5
vizualni učinek na uporabnika	Oblikovanju vmesnika očitno niso posvečali pozornosti. Razporeditev ostalih informacij na strani pa je taka, da daje slutiti, da gre za resen projekt.	2

vsebina strani

kaj je namen te strani	Slovar. Jasen, torej.	5
število neuspešnih poskusov, preden pridemo do želene informacije	0	5
število klikov do prevoda	1	5
prevod 1 (nemško-srbski) ueberhaupt	št. zadetkov: 1 ustrezen	uspešno
prevod 2: (angl-srbski) usability	št. zadetkov: 0	neuspešno
obseg storitev	Omejen. Iskanje prevodov po štirih dvojezičnih slovarjih, sicer nobenih nekomercialnih dodatnih storitev.	3
obravnavanje posebnih znakov	Pri nemščini iskalnik razume izraz, če namesto umlauta uporabimo e, če uporabimo črko brez, ga ne najde. Pri uporabi šumnikov je iskalnik bolj liberalen in ga ne moti, če jih ne uporabljamo.	4

skupna ocena

mnenje	Uporabnost vmesnika je zagotovljena s pravilno vsebinsko razporeditvijo funkcij in smiselnimi poudarki. Vizualna plat pri načrtovanju tudi tokrat ni štela med vrednote.	3.8
---------------	--	-----

4.2.2.6 Merriam-Webster Online [URL: <http://www.m-w.com/home.htm>]

Slika 5: Domača stran slovarja Merriam-Webster (<http://www.m-w.com/home.htm>)

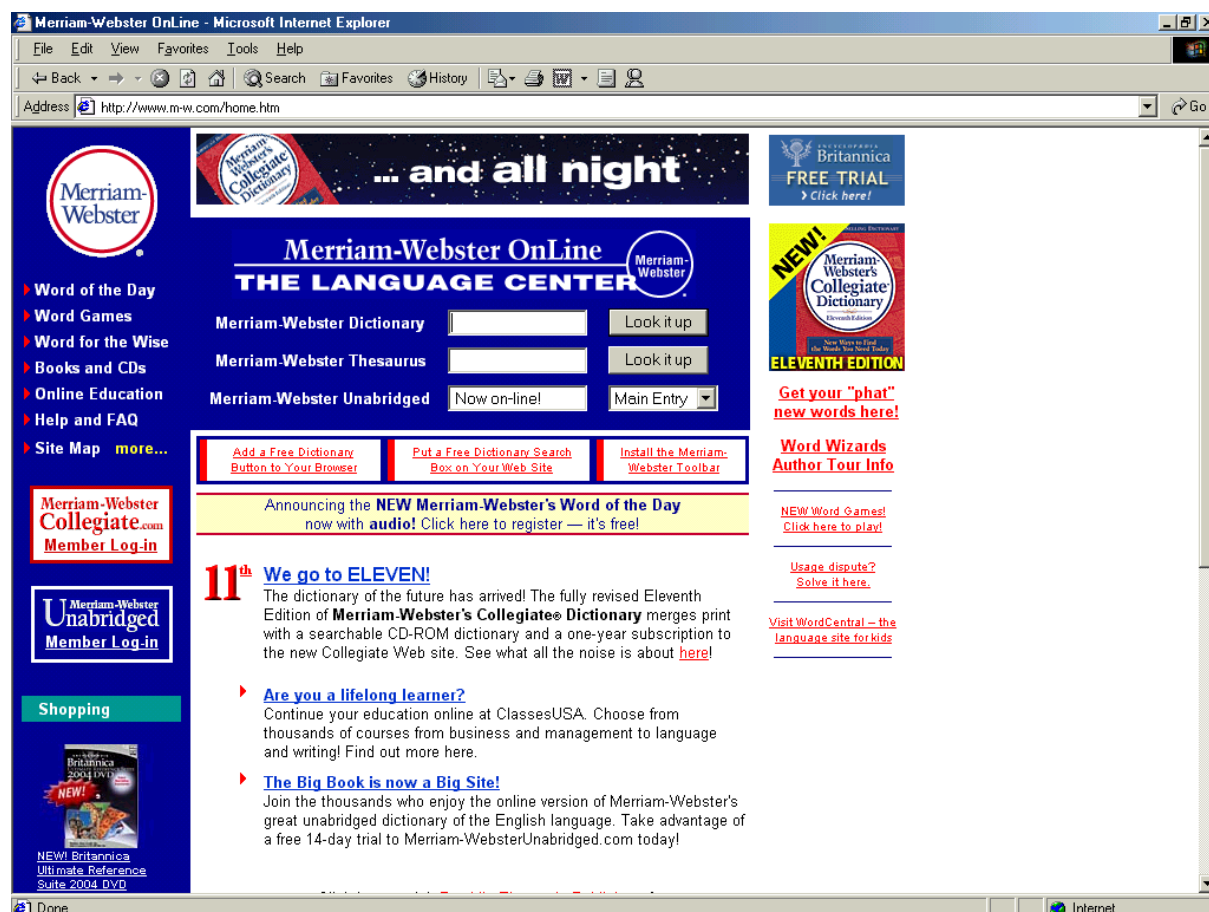


Tabela 9: Ocena uporabniškega vmesnika Merriam Webster

oblika strani

identiteta spletišča	Merriam Webster.	5
kaj najprej preberemo	Merriam Webster Language Center, takoj za tem opazimo tri iskalna okena.	5
na kaj bi najprej kliknili	Look it up!	5
dosegljivost storitev	Zelo jasna.	5
vizualni učinek na uporabnika	Profesionalen, a dopadljiv, vliva zaupanje.	5

vsebina strani

kaj je namen te strani	Spletni slovar.	5
število neuspešnih poskusov, preden pridemo do želene informacije	0	5
število klikov do prevoda	1	5
prevod 1: ambivalence	št. zadetkov: 1 ustrezen	uspešno
prevod 2: usability	št. zadetkov: 1 ustrezen	uspešno
obseg storitev	Spletni slovar nudi tudi nabor dodatnih storitev kot poslušanje izgovorjave, Thesaurus, Unabridged Dictionary (če se logiramo) in primere uporabe.	5
obravnavanje posebnih znakov	Ta spletni slovar ne ponuja storitve večjezičnega prevajanja, tako da je problem posebnih znakov marginalen.	x

skupna ocena

mnenje	Zelo uporaben vmesnik. Intuitiven, profesionalen, pravilno strukturiran in dodelan tudi po vizualni plati.	5
---------------	---	---

4.2.2.7 The Internet Dictionary Project [URL: www.june29.com/IDP/]

Slika 6: Domača stran The Internet Dictionary Project-a (www.june29.com/IDP/)

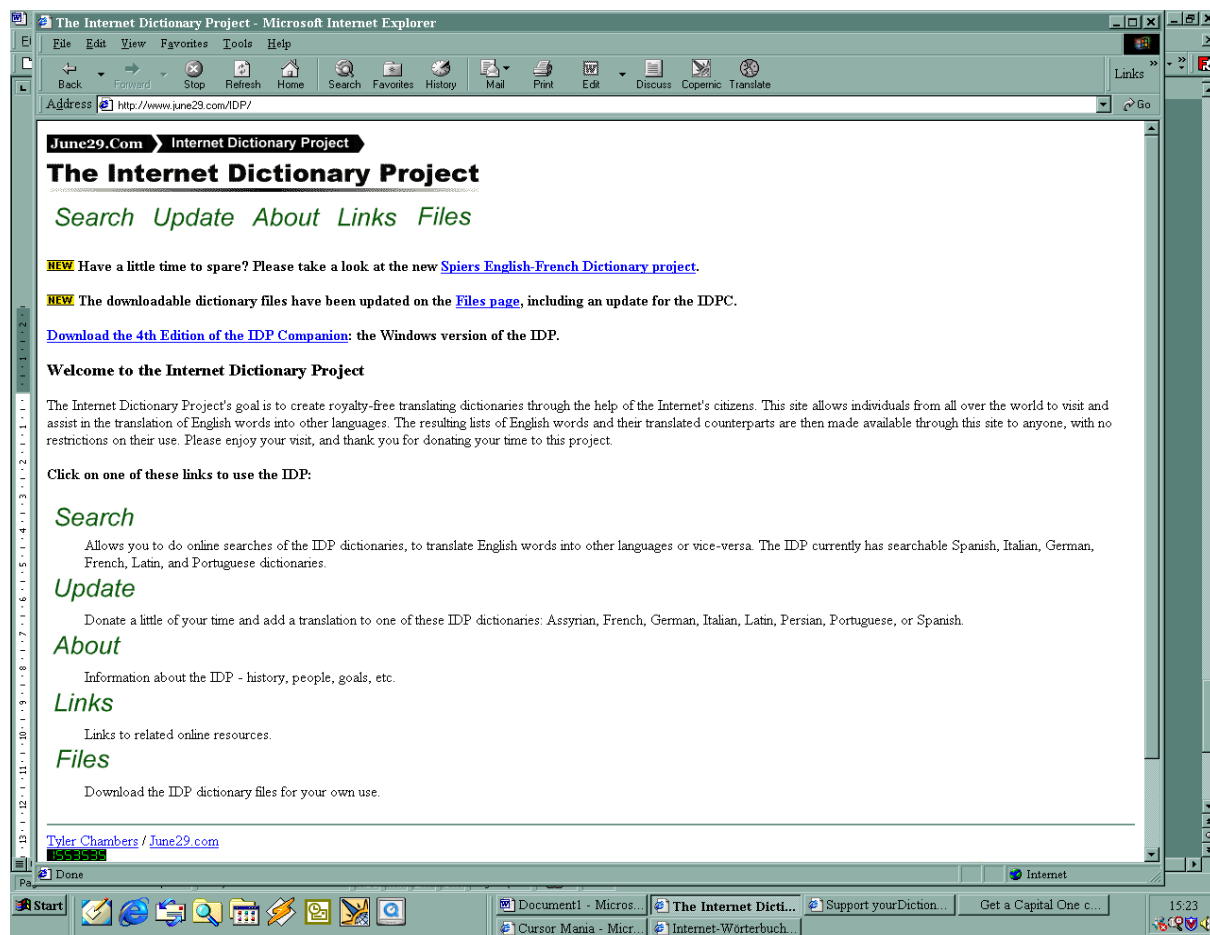


Tabela 10: Ocena uporabniškega vmesnika The Internet Dictionary Project

oblika strani

identiteta spletišča	Ni jasna, tudi po razmisleku ostanemo pred dilemo med »June29.com« in »Internet Dictionary Project«	2
kaj najprej preberemo	Internet Dictionary Project	3
na kaj bi najprej kliknili	Prav nič na tej domači strani ni posebej izpostavljeno kot glavna povezava. Po nekaj branja in razmisleku bi se morda vendarle odločili, da preverimo, če je beseda »Search« morda povezava.	2
dosegljivost storitev	Slaba, šele po razmisleku.	2

vizualni učinek na uporabnika	Negotov in nejasen. Vizualna plat sicer ni povsem zanemarjena (uporaba tipografij in barv), žal pa kljub temu ne posreduje vsebine.	2
--------------------------------------	---	---

vsebina strani

kaj je namen te strani	Podobno kot pri Evrotermu, bi po izgledu strani zaradi mnogo besedila tudi tu najlaže predvidevali, da gre za opis nekega projekta, ne vmesnik za iskanje ali upravljanje z bazo podatkov.	2
število neuspelih poskusov, preden pridemo do želene informacije	0	5
število klikov do prevoda	2	3
prevod 1 (angl-nemški): usability	št. zadetkov: 0	neuspešno
prevod 2 (angl – nemški): ambivalence	št. zadetkov: 0	neuspešno
prevod 3 (angl. – nemški): love	št. zadetkov: 3 ustrezni	uspešno
obseg storitev	Spletni slovar ponuja storitev prevajanja iz in v šest jezikov, vendar ima za sabo očitno skromno bazo podatkov. Med dodatne storitve bi lahko šteli možnost, da sami vnašamo nove izraze in prevode.	2
obravnavanje posebnih znakov	Iskalnik je občutljiv na napačen vnos posebnih znakov in v tem primeru ne najde prevoda.	1

skupna ocena

mnenje	S stališča uporabnosti precej slabo rešen vmesnik. Že dostop do iskalnika ni posebej jasen, poudarki na strani so dvoumni in nelogični, vizualna komponenta je opuščena. Če upoštevamo še skromno bazo podatkov, po kateri iskalnik išče, ugotovimo, da gre verjetno za začetno razvojno fazo projekta ...	2.5
---------------	--	-----

4.2.2.8 Terminološki slovar informatike

[URL: <http://www.ef.uni-lj.si/terminoloskislovar/>]

Slika 7: Domača stran TSI (<http://www.ef.uni-lj.si/terminoloskislovar/>)

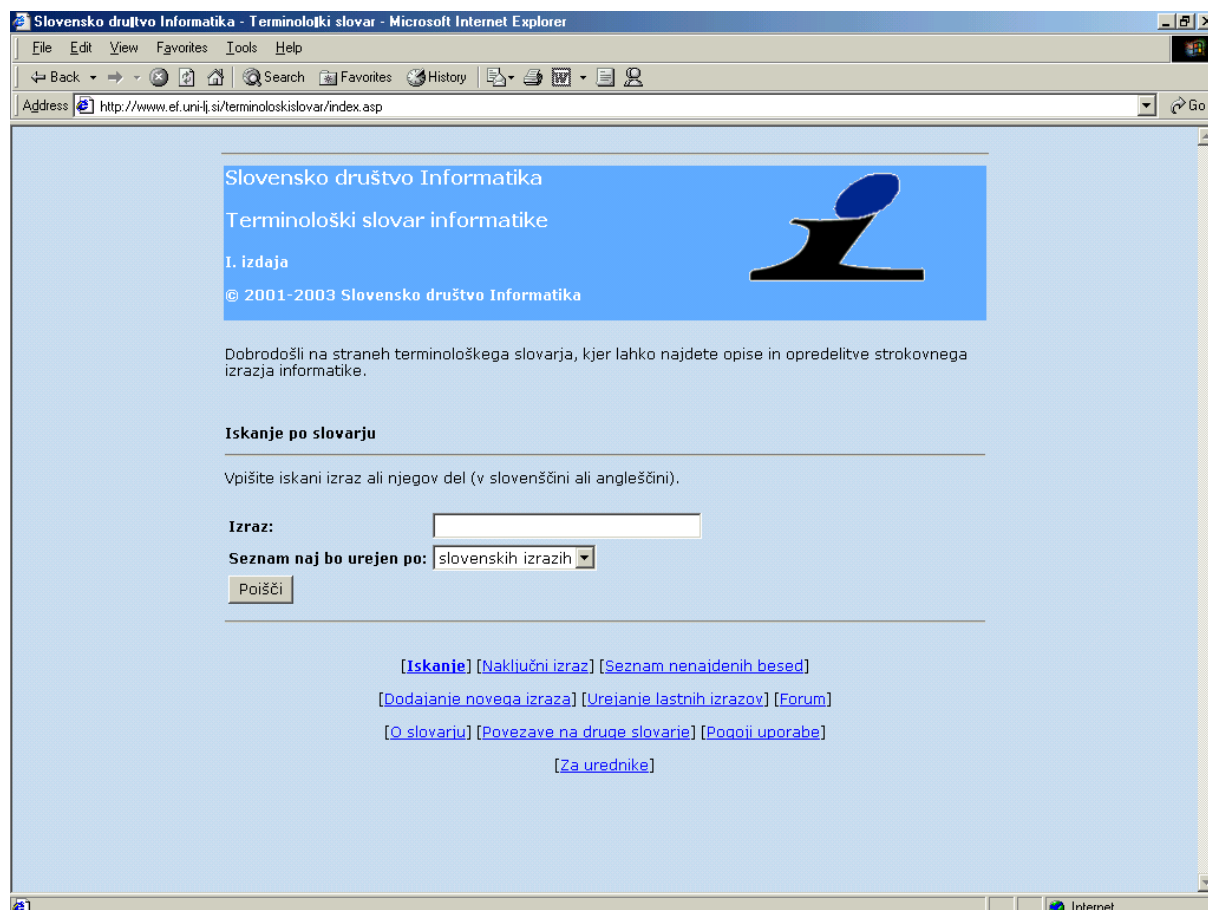


Tabela 11: Ocena uporabniškega vmesnika Terminološkega slovarja informatike

oblika strani

identiteta spletišča	Slovensko društvo Informatika ali pa Terminološki slovar informatike, ni jasno.	2
kaj najprej preberemo	Iskanje po slovarju.	5
na kaj bi najprej kliknili	Gumb »Poišči.«	5
dosegljivost storitev	Storitve so dosegljive na jasen način, je pa razmeroma opazna šibkost podatkovne baze, s katero slovar upravlja, saj zlahka vtipkamo izraz, ki ga vmesnik ne najde.	3

vizualni učinek na uporabnika	Skromen, a prijazen, vliva zaupanje. To je mogoče pripisati usklajenim barvam in dejstvu, da je na strani le malo vsebine, ta pa je tehtna in odsotnosti reklam. Kljub temu kake posebno dodelane vizualne komponente vmesnika ni opaziti.	3
--------------------------------------	--	---

vsebina strani

kaj je namen te strani	Poudarjeni gesli »terminološki slovar« in »iskanje po slovarju« dasta dovolj jasno vedeti, za kaj gre.	5
število neuspešnih poskusov, preden pridemo do želene informacije	0	5
število klikov do prevoda	1	5
prevod 1 (slo.-angl.): uporabnost	št. zadetkov: 2 pogojno ustrezna	srednje uspešno
prevod 2 (angl.-slo.): web site	št. zadetkov: 1 ustrezen	uspešno
obseg storitev	Spletni slovar nudi tudi nabor dodatnih storitev kot so primeri, predlogi in mnenja uporabnikov slovarja.	4
obravnnavanje posebnih znakov	Če vtipkamo izraz, ki ga slovar sicer pozna, brez šumnikov, ga ta ne najde.	2

skupna ocena

mnenje	Dobre strani tega vmesnika so neposrednost, preglednost in neobremenjenost s komercialnimi in marginalnimi storitvami. Vizualno bi prenesel kako izboljšavo, pa tudi identiteta spletišča bi lahko bila bolj jasno izražena.	3.5
---------------	--	-----

4.3 Odločilni dejavniki uporabnosti pri spletnih slovarjih

Če poskusimo povzeti lastnosti spletnih slovarjev, ki izrazito dobro vplivajo na uporabnost njihovih vmesnikov, in tiste, ki jo poslabšujejo, bi povzetek izgledal takole:

Odločilni dejavniki uporabnosti pri spletnih slovarjih:

- a jasna identiteta spletišča,
- b jasno izražen namen slovarja (eno-, dvo-, večjezičen, strokovni etc...),
- c središčno nameščeno iskalno okno (oz. iskalna okna, če je le-teh več) z velikim in dobro opaznim gumbom »IŠČI«, »NAJDI« itd.,
- d jasna dodelitev sekundarne vloge dodatnim funkcijam in komercialnim storitvam, ki jih spletišče nudi,
- e rezultat dosegljiv z enim klikom,
- f omogočanje intuitivne uporabe (primerna reakcija, kadar se zatipkamo ali ne uporabimo posebnih znakov),
- g dodatne storitve, ki jih vmesnik ponudi, ko je našel iskani izraz,
- h predlogi za nadaljevanje iskanja v primeru, ko iskalnik ni našel zelenih podatkov,
- i vizualna atraktivnost vmesnika.

Dejavniki, ki izrazito negativno vplivajo na uporabnost:

- a nejasna identiteta in namen spletišča,
- b izpisana navodila za uporabo,
- c iskalno okno, ki ni na prvi strani in v osrednjem položaju,
- d preveč poudarjene sekundarne ali komercialne storitve,
- e preveč podatkov na strani,
- f sporočila o neuspešnem iskanju brez predloga za alternativno iskanje,
- g neatraktivna vizualna podoba.

5 Predstavitev Terminološkega slovarja informatika

Glede na to, da je namen naloge izboljšava uporabnosti konkretnega spletišča, je nujno predstaviti njegovo ozadje in namen, ker pa je le-to v fazi razvoja, se mora načrtovalec uporabniškega vmesnika seznaniti tudi s srednjeročnim strateškim načrtom razvoja oz. ambicijami projekta. Sedanje stanje uporabnosti je bilo do neke mere ovrednoteno že v primerjalni analizi spletnih slovarjev, s poznavanjem razvojnih smernic pa si bo mogoče cilje zastaviti veliko bolj natančno.

5.1 O projektu

Terminološki slovar informatike je zasnovala jezikovna sekcija Slovenskega društva Informatika z namenom zbiranj temeljnih in najsodobnejših informacijskih izrazov, ki se uporabljajo v znanosti, v strokovni javnosti in med uporabniki. Pomagal naj bi pri ustvarjanju znanstvenih del, pa tudi pri komuniciranju z uporabniki in pri ozaveščanju, kako pomembni so lepi, domači izrazi za razvoj informacijske kulture, stroke in znanosti.

Projekt je bil javnosti prvič predstavljen aprila leta 2001 na posvetovanju Dnevi slovenske informatike v Portorožu. V nadaljevanju povzemam nekaj dejstev iz zapisnika, ki opredeljuje poslanstvo in strateške cilje projekta (Puc, 2003, str. 1-2).

TSI je bil zasnovan kot terminološki slovar, vendar širokega spektra: obravnava področje informatike, ki zaradi naglega razvoja tehnologije še ni povsem opredeljeno. Njegov namen je poenotenje temeljnega informacijskega izrazja, zbiranje in razlaga obstoječih pojmov ter ustrezno poimenovanje novih. Omogoča brskanje po izrazih, opremljenih z angleško ustreznico in slovarsko razlago, ki je kolikor mogoče poljudna. Oznake *predlog*, *pregledano*, *ovrednoteno*, *priporočamo*, *odsvetujemo* označujejo stopnjo ureditve posameznih izrazov in razlag. Zaradi kasnejše izdaje v knjižni obliki so sestavki opremljeni z drugimi kvalifikatorji.

Tudi s stališča ciljne skupine je slovar zastavljen univerzalno. Namenjen je široki paleti uporabnikov, torej ljudem v vseh fazah izobraževalnega procesa in vsem, ki se profesionalno ali ljubiteljsko srečujejo s hitro spreminjajočo se informacijsko terminologijo. Uporabnikom je odprt za:

- dostop do izraza, kvalifikatorjev, angleške ustreznice in razlage; izrazje lahko iščejo z vnosom slovenskega izraza, njegovega sinonima ali angleške ustreznice,
- vnašanje novih izrazov in razlag ter

- dodajanje mnenj in vpogled do njih.

Ker tveganje, da bi se kdo v Sloveniji s podatki iz slovarja nekaznovano okoristil, ni veliko, je zasnovan kot slovar odprtega tipa in torej za vpoglede dostopen brez vnosa gesla ali prijave. Prijava z oddajo elektronskega naslova je potrebna samo za uporabnike, ki sodelujejo s prispevki ali v razpravi v forumu.

Poleg možnosti dodajanja novih izrazov in mnenj, ki jih TSI ponuja vsem uporabnikom, pri urejanju vsebine slovarja sodeluje večje število strokovnjakov v več delovnih skupinah.

Slovar je oblikovno in vsebinsko prijazen.

Dostop do vseh storitev, ki jih slovar ponuja, je brezplačen.

5.2 Ocena stanja

Pri oceni stanja za začetek navajamo *insajdersko* mnenje - oceno uredniškega odbora. Pri njej se opiramo na Dopolnjeno besedilo sklepov sestanka uredniškega odbora Terminološkega slovarja informatike iz julija 2003 (Puc, 2003, str. 1):

- Slovar se tekoče uporablja in sproti dopolnjuje.
- Število obiskov vsak mesec narašča. V slovarju je bilo v času zapisa zbranih blizu 3.000 izrazov, od tega 900 z razlagami.
- Kratkoročni plan je obseg s približno 10.000 iztočnicami in pripadajočimi razlagami.
- Slovar je ažuren, upošteva že objavljene slovarje, zlasti Slovar slovenskega knjižnega jezika (SSKJ), vendar tudi dejstvo, da je večina teh za področje informatike zastarela ali nepopolna.
- TSI navaja uporabljene vire in avtorje, prav tako tudi svetovalce in ostale sodelavce.
- Izgovorjava besed je navedena le v primerih, ko je drugačna od slovenskih pravil.

Po naši lastni oceni bi lahko k naštetemu dodali še:

- Slovar je dobro zasnovan, vendar ob uporabi v praksi kaže vsebinske pomanjkljivosti, predvsem premajhno število vnešenih izrazov (uporabnik zlahka naleti na nevnešen izraz),

- uporabniški vmesnik sicer deluje, vendar glede uporabnosti kaže pomanjkljivosti tako na vizualnem kot na funkcionalnem področju.

5.3 Srednjeročni razvojni načrt

Pri načrtovanju uporabniškega vmesnika za TSI, ki naj bi bil zasnovan tako, da bo slovar spremljal skozi nekaj naslednjih razvojnih faz, njegova grafična podoba pa bi morala postati zapomnljiva promocija blagovne znamke TSI, je izjemno pomembno, da kolikor mogoče natančno predvidimo razvojno pot projekta. Kljub temu, da je internet medij, ki je že v osnovi povezan s spremenljivostjo in dinamiko, je vendarle dobro, da koncept pravilno oceni količino in vsebino dodatnih opcij in storitev, ki jih bo moral v prihodnosti na karseda uporaben način umestiti v spletišče.

Pri predvidevanjih, kaj vse bo zajemal in katere nove storitve bo ponujal vmesnik, v nadaljevanju podajam glavne smernice strateškega načrta razvoja Terminološkega slovarja informatika, povzete iz ustanovnih dokumentov in zapisnikov srečanj uredniškega odbora (Puc, 2003, str. 3), deloma pa tudi iz pogovorov in osebnih vizij osrednjih sodelavcev projekta (Harej, 2003, str. 2). Osredotočam se na vsebinske spremembe in širitve, ker so te za našo tematiko relevantne – sicer se strateški plan sooča tudi s tehnološkimi izboljšavami.

Glede na naravo projekta je načrte težko časovno natančno opredeliti. Izraz »srednjeročno« običajno predvideva akcije, izvedene v naslednjih petih letih, kar bi v primeru TSI pomenilo konzervativno oceno. Pri spletnih projektih se morajo stvari dogajati hitro, zato menimo, da je bolj realna, četudi ambiciozna ocena, da bo moral projekt v naslednjih dveh letih skozi naslednje izboljšave:

1. *Širitev števila izrazov v slovarju*

Kratkoročni plan 10.000, srednjeročni 20.000.

2. *Dodatni jeziki*

Slovar je trenutno slovensko-angleški, torej dvojezičen. Ker obstaja možnost sodelovanja v projektu večjezičnega evropskega slovarja, je predvidena možnost razširitve na še 5–10 drugih jezikov.

3. *Izdaja slovarja na CD-ju*

Ko bo doseženo zastavljeno število izrazov 10.000, je predvidena izdaja slovarja na CD-ju.

4. *Povezave z drugimi slovarji*

Pri drugih tovrstnih slovarjih je opaziti močan trend povezovanja. Tudi TSI – vsaj dokler ni izpolnjena točka dve – bi moral izkoristiti to opcijo in na svojo stran namestiti povezave z drugimi jezikovnimi portali in spletnimi slovarji. Ravno tako dobrodošle so namestitve povezav s TSI na druge primerljive spletne slovarje.

5. *Domena*

Slovar je trenutno dosegljiv na začasem naslovu www.ef.uni-lj.si/terminoloskislovar/, ki ga je, kot tudi prostor na strežniku, omogočila Ekonomska fakulteta. Za boljšo uporabnost in pridobitev širše publike bi bila nujna pridobitev nove, preproste in pomenljive domene, na primer www.islovar.org.

6. *Promocija*

Namen slovarja bo dosežen le, če bo postal široko poznan in uporabljan. Treba mu je torej zagotoviti uporaben vmesnik in sodobno grafično podobo, ki naj spremlja tudi vse ostale promocijske publikacije in izdelke. Pojavljanje in predstavitve projekta v – predvsem strokovni – javnosti so zaželeni in naj jih bo čim več.

7. *Financiranje*

Za razvoj bo projekt moral začeti s pridobivanjem dodatnih finančnih sredstev. Slovar se bo delno financiral s prispevki sponzorjev; z rastjo in vedno večjo obiskanostjo bodo tudi možnosti za to vedno večje. Pri prenovi vmesnika je potrebno torej predvideti možnost objave sponzorskih logotipov, oglasnih pasic in povezav na njihove spletne strani.

6 Povečanje uporabnosti spletnega vmesnika TSI

Glede na rezultate analize spletnih slovarjev, opravljene v četrtem poglavju, ocene stanja projekta TSI in srednjeročnega razvojnega načrta zanj (peto poglavje) lahko zaključimo, da bi izboljšave spletnega vmesnika na področju funkcionalnosti in strukture vsebin, pa tudi z oblikovnega stališča, lahko bistveno pripomogle k njegovi boljši uporabnosti.

Da bi torej povečali uporabnost spletnega vmesnika TSI, bomo najprej opredelili tiste vidike, v katerih bi lahko dosegli izboljšave, nato bomo kritično pregledali objavljene vsebine, njihovo formulacijo in funkcionalnost, načrtovali strukturo spletišča in se nazadnje vprašali, kakšna naj bo grafična zasnova strani.

Izkušnje iz strokovne prakse kažejo, da je kljub naporom načrtovalcev, da bi postopek izgradnje spletišča vsaj do neke mere formalizirali, ključnega pomena pri takem načrtovanju osebni stik med naročnikom in izvajalcem. Na ta način načrtovalci največkrat pridobijo potrebno predznanje o namenu spletišča in ciljni skupini, ki bo predstavljala osrednji del uporabnikov. Ti dve informaciji sta bistveni pri odločitvah o tem, kako – v funkcionalnem in vizualnem smislu - intuitivno, prijazno in nedvoumno je treba razviti vmesnik.

Če na primer razvijamo spletišče, ki ga bo nek krog uporabnikov uporabljal pogosto oz. stalno, lahko vmesnik vsebuje zahtevnejše funkcije, bližnjice in druge napredne storitve, saj lahko pričakujemo, da bo motivacija uporabnikov, da vložijo nekaj časa in potrpljenja v učenje, visoka. V nasprotnem primeru, ko je krog uporabnikov sicer širok, vendar uporaba spletišča posamična ali občasna, se je bolje nekaterim dodatnim ali naprednim storitvam odpovedati (celo če to pomeni izvedbo storitve s kakšnim klikom več), če lahko s tem zagotovimo nedvoumno delovanje in zanemarljiv odstotek neuspešnih poskusov.

Pri TSI menim, da imamo opravka s srednje specializiranim spletiščem. Ciljna skupina obsega pretežno stalne uporabnike z nekaj motivacije, da se učinkovite uporabe naučijo. Obsega pa tudi občasne uporabnike, zaradi katerih mora slovar vsaj osnovne storitve ponujati na nedvoumen in neposreden, preprost način. Olajševalni faktor je tudi to, da predvidevamo, da je nivo informacijske izobraženosti pri naših uporabnikih razmeroma dober, tako da se lahko pretiranim poenostavitvam odrečemo.

O problematiki vsebinske zgradbe spletišča smo pisali v razdelku 2.2. V primeru TSI je dostop do vsebin razmeroma preprost. Črpamo jih lahko z obstoječega spletišča, dodali pa bomo še tiste, predvidene v srednjeročnem razvojnem načrtu.

6.1 Opredelitev ciljev

Glavni cilj je načrtovanje in oblikovanje čim boljšega uporabniškega vmesnika, torej vmesnika, ki bo upošteval odločilne kriterije uporabnosti, opisane v razdelku 4.3, in se izognil prav tako opisanim negativnim vplivom. Poskušajmo torej strniti zahteve, ki jim mora zadostiti vmesnik, v nekaj točk:

- a identiteta spletišča: Terminološki slovar informatike - TSI
- b namen spletišča: dvojezični slovar
- c poudarjena osnovna funkcija: iskanje izraza v slovarju,
- d primerna prioriteta ostalih funkcij: napredna iskanja, dodajanje v slovar, povezave, o projektu, uredniški vmesnik,
- e zagotavljanje prevoda z enim klikom,
- f primerna reakcija ob nepredvideni oz. neuspešni uporabi,
- g primerno predstavljene dodatne storitve,
- h možnost oglaševanja na strani,
- i vizualna atraktivnost vmesnika.

Glede na to, da gre za prenovo obstoječega vmesnika, bomo pri funkcionalnosti spletišča upoštali vso obstoječo ponudbo storitev in jo razširili z dodatnimi funkcijami, ki jih predvideva srednjeročni razvojni načrt TSI, opisan v razdelku 5.3.

V nadaljevanju podajamo pregled obstoječih in načrtovanih storitev spletišča s komentarjem o pomembnosti, ki nam bo v pomoč pri izdelavi strukture vsebin.

6.2 Pregled vsebin

6.2.1 Iskanje izrazov

Slovar omogoča brskanje po izrazih, opremljenih z angleško ustreznico in slovarsko razlago, ki je kolikor mogoče poljudna. Oznake *predlog*, *pregledano*, *ovrednoteno*, *priporočamo*, *odsvetujemo* označujejo stopnjo ureditve posameznih izrazov in razlag. Zaradi načrtovane izdaje v knjižni obliki so sestavki opremljeni tudi z drugimi kvalifikatorji.

Iskalnik avtomatično prepozna jezik, v katerem je vtipkani izraz, uporabnik pa ima možnost izbire jezika, v katerem se izpiše seznam ustreznih.

Pomembnost: najvišja, gre namreč za osnovno funkcijo spletišča. Vsekakor mora biti dostopna z domače strani.

6.2.2 Pregledovanje slovarja

Opcija »pregledovanje slovarja« trenutno vključuje možnost prikaza naključnega izraza s pripadajočim prevodom in razlago. Morda bi bilo smiselno vključiti še možnost pregledovanja slovarja po abecedi, seveda za vse aktualne jezike.

Pomembnost: srednja, opcija je lahko umeščena na eno od podstrani.

6.2.3 Seznam nenajdenih besed

Za projekt, ki se še razvija in dopolnjuje, še posebej za njegove urednike in ljudi, ki tvorno sodelujejo pri izgradnji slovarja, je zelo koristna tudi funkcija pregleda nenajdenih besed. Funkcija izpiše seznam besed, ki so jih uporabniki iskali, ne pa našli. Seznam je urejen glede na število neuspešnih povpraševanj po določenem prevodu.

Pomembnost: srednja, opcija je lahko umeščena na eno od podstrani.

6.2.4 Dodajanje novega izraza

Vmesnik vsem uporabnikom omogoča in jih spodbuja k vnosu novih izrazov. Dodajanje je preprosto, zanj pa je potrebna predhodna prijava.

Pomembnost: srednja, opcija je lahko umeščena na eno od podstrani.

6.2.5 Urejanje lastnih izrazov

Ta funkcija nudi možnost vnosa popravkov k že predlaganim prevodom oz. možnost brisanja lastnega izraza.

Pomembnost: srednja, opcija je lahko umeščena na eno od podstrani.

6.2.6 Forum

Forum omogoča sodelovanje v aktualnih odprtih temah in odpiranje novih tem.

Pomembnost: srednja, storitev je lahko umeščena na eno od podstrani, čeprav se forum kot standardna oblika komunikacije na internetu vedno večkrat umešča med bližnjice, ki so na domači strani izpostavljene in globalno dostopne.

6.2.7 Povezave

Izbira te možnosti uporabniku prikaže seznam koristnih povezav. Nekatere povezave posebnega pomena (OneLook, LTFE) so dostopne preko bližnjice, locirane na domači strani.

Pomembnost: srednja, opcija je lahko umeščena na eno od podstrani. Tudi tu pa bi bilo priporočljivo nekaj najbolj koristnih povezav izpostaviti – in torej olajšati dostop do njih - s pomočjo bližnjic.

6.2.8 Za urednike

Poseben vmesnik, dostopen samo avtoriziranim urednikom, omogoča urejanje slovarja, torej pregled in dodeljevanje statusa na novo predlaganim izrazom (oznake *predlog*, *pregledano*, *ovrednoteno*, *priporočamo*, *odsvetujemo*, ki označujejo stopnjo ureditve posameznih izrazov), kvalifikatorjev, brisanje ipd.

Pomembnost: srednja, ta storitev je namreč namenjena ozki skupini urednikov, ki so stalni uporabniki in torej natančno vedo, na kakšen način dostopajo do vmesnika za urejanje.

6.2.9 O projektu

Za projekt v fazi razvoja in povezovanja z drugimi projekti ter iskanja novih sodelavcev, je ta sklop ključnega pomena. Razloži organizacijsko in finančno ozadje projekta, predstavi namen in razvojno strategijo, našteje ključne sodelavce, predstavi zaželeno načine sodelovanja s sorodnimi projekti in posamezniki. Omogočati mora možnost navezave osebnega stika s ključnimi sodelavci slovarja.

Pomembnost: visoka, vendar je lahko umeščena na podstran, uporabniki te funkcije bodo namreč motivirani, poleg tega bodo opcijo predvidoma uporabljali enkrat ali nekajkrat, ne redno.

6.2.10 Informativne in pomožne vsebine

Med informativne in pomožne vsebine štejemo pomoč uporabniku, pogoje uporabe in avtorske pravice do projekta in nastale zbirke podatkov.

Pomembnost: nizka. Vsebinsko so našteje funkcije sicer pomembne, vendar izkušnje kažejo, da jih uporabniki uporabljajo izrazito redko. Pri pomoči uporabniku je treba funkcionalnost vmesnika zagotoviti že s primerno uporabnostjo, kar se avtorskih pravic tiče, pa njihova navedba na namen ali dejanje zlorabe komajda vpliva in je torej bolj administrativne in informativne narave. Predlagamo, da so povezave na te vsebine sicer globalne, torej prisotne na vsaki strani, vendar izrazito neizpostavljene. Najbolj primerno mesto zanje se zdi na dnu vsake strani.

6.2.11 Servisne funkcije, sekundarne vsebine

Med servisne funkcije sodijo tiste funkcije spletišča, ki niso neposredno povezane z vsebinsko ponudbo spletišča, so pa v pomoč pri podajanju vsebine ali delovanju projekta na splošno.

6.2.11.1 Jezik vmesnika

Trenutni jezik vmesnika je slovenščina. Glede na to, da ima slovar v načrtu mednarodne povezave in širitev jezikov, ki jih pokriva, bi bilo logično, da začne vmesnik komunicirati v

vseh jezikih, katerih izraze vsebuje. Kratkoročno bi torej veljalo razmisliti o prevodu vmesnika še v angleški jezik.

Pomembnost: visoka. Sicer ne gre za primarno funkcijo spletišča v smislu vsebine, vendar je možnost preklopa jezika za morebitne tuje uporabnike ključnega pomena. Možnost preklopa jezika bi torej vsekakor morala biti umeščena med globalne bližnjice na domači strani.

6.2.11.2 Prijava v slovar

Prijava v slovar je preprosta, zahteva samo vnos uporabniškega imena in gesla.

Pomembnost: visoka. Tudi tu ne gre za primarno funkcijo spletišča v smislu vsebine, vendar je prijava pravzaprav zaželeno, tako da bi jo bilo smiselno uvrstiti med globalne bližnjice na domači strani.

Prva prijava v slovar zahteva vnos imena in priimka, e-poštnega naslova, imena in gesla, omogoča tudi izbor možnosti za prejemanje elektronskih sporočil o objavljenih temah.

Pomembnost: visoka. Sicer se uporabnik prvič praviloma prijavlja samo enkrat, vendar je tudi tu pametno to opcijo narediti čimbolj preprosto in jo globalno ponujati skupaj z možnostjo za običajno prijavo.

6.2.11.3 Oglaševanje

Prostor za oglaševanje oz. objavljane sponzorskih vsebin je povezan s financiranjem projekta in torej pomemben. Kljub temu je potreben tehten razmislek o tem, kolikšen del strani je lahko namenjen temu namenu, saj se izpostavljenost ključne vsebine zaradi promocijskih dodatkov v vsakem primeru zmanjša.

Pomembnost: visoka. Kljub temu, da na uporabnost strani vpliva negativno, je za uspešno trženje oglasnega oz. plačanega prostora na strani bistveno, da gre za globalno prisoten del strani, ki je prisoten tako na domači strani, kot na vseh podstraneh.

6.2.11.4 Bližnjice

Med bližnjice lahko uredništvo po lastni presoji vključi tiste povezave, ki jih želi iz kateregakoli razloga izpostaviti. Smiselne bližnjice bi lahko bile na primer »pišite nam«, »pošlji prijatelju« in podobno.

6.3 Formulacija in funkcionalnost vsebin

Če povzamemo v razdelku 2.2 opisane ključne dejavnike, ki vplivajo na uporabnost spletnih vmesnikov, jih lahko vsebinsko razporedimo v štiri kategorije:

- a poznavanje tipične uporabe svetovnega spleta,
- b načrtovanje vsebin,
- c struktura strani in
- d vizualna oblika strani.

Preden se posvetimo strukturi in vizualni podobi vmesnika, je treba pregledati še, na kako intuitiven, logičen način deluje sedanji vmesnik TSI in v kolikšni meri je slog podajanja informacij v skladu s pravili pisanja za ta medij. Pregled bomo izvedli kar na osnovi vsebin iz podpoglavij 6.2 in 6.3, kjer bo potrebno, bomo predlagali funkcionalne ali slogovne izboljšave.

6.3.1 Identiteta spletišča

Kot ugotavlja že sam uredniški odbor TSI (Puc, 2003, str. 1), potrebuje projekt svoj zaščitni znak, njegovo ime pa je predolgo.

Ime »Slovar informatike« bi verjetno enako dobro kot »Terminološki slovar informatike« obiskovalca obveščalo o poslanstvu spletišča, hkrati pa je krajše.

Sedanji URL <http://www.ef.uni-lj.si/terminoloskislovar/> bi bilo smiselno nadomestiti s krajšim in bolj jasnim <http://www.islovar.org> oziroma, če se bo projekt sčasoma uveljavil mednarodno, celo s <http://www.idictionary.org>.

»I« iz novega imena »i-slovar« se v tem primeru ponuja kot osnova pri zasnovi znaka.

Poleg neučinkovitega imena nejasnost identitete spletišča še dodatno povečuje ime nosilca projekta, Slovenskega društva Informatika, ki je v glavi domače strani izpisano z enako

velikostjo in celo pred imenom projekta. Podatke o nosilcu projekta in avtorskih pravicah zanj bi bilo vsekakor smiselno umakniti na manj izpostavljeno mesto.

Predlogi:

- uvedba zaščitnega znaka projekta,
- sprememba imena v »slovar informatike« s krajšo različico »i-slovar«,
- uvedba domene www.islovar.org,
- opustitev imena nosilca projekta in avtorskih pravic zanj v glavi domače strani.

6.3.2 Pozdravni nagovor

Vsebinski del domače strani TSI se začne s pozdravnim nagovorom (glej sliko 7): *»Dobrodošli na straneh terminološkega slovarja, kjer lahko najdete opise in razlage strokovnega izrazja informatike.«*

Pozdravni nagovori so v teoriji uporabnosti znani kot moteči, saj pozornost novega uporabnika preusmerijo z vsebine, njihova sporočilnost pa je minimalna. Poleg tega po nepotrebnem zmanjšujejo preglednost strani in stalnim uporabnikom tratijo čas.

Predlog:

- opustitev pozdravnega nagovora.

6.3.3 Iskalnik izrazov

Iskalnik že zdaj avtomatično prepozna jezik, v katerem je vtipkani izraz, kar bi nedvomno ohranili. Uporabnik pa ima možnost izbire jezika, v katerem se izpiše seznam ustreznih. Privzeti jezik izpisa ustreznih je slovenščina, kar je morda nekoliko nesmiselno, glede na to, da največ domačih uporabnikov povprašuje po prevodu angleškega izraza v slovenščino.

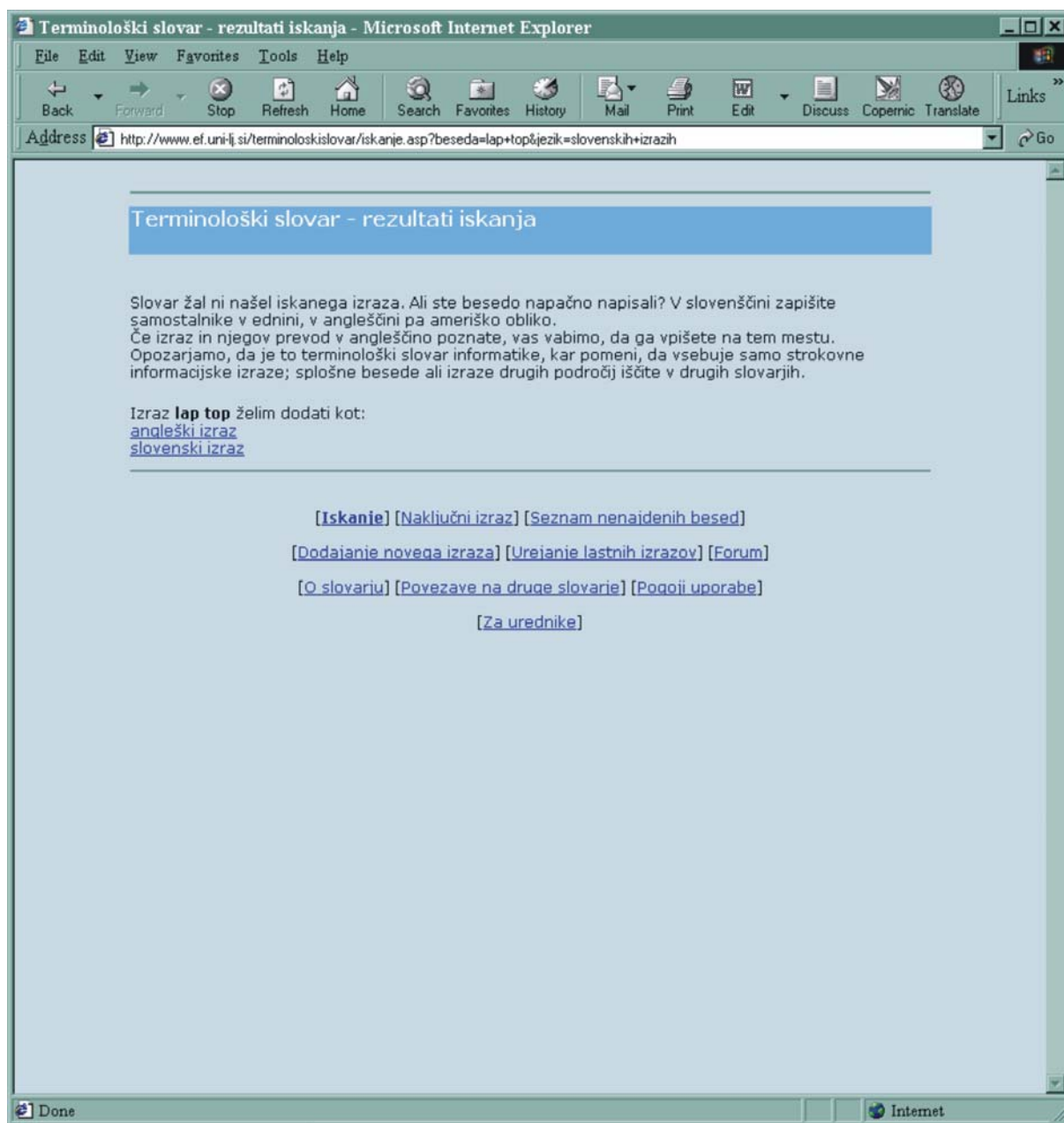
Namesto sedanje *»Seznam naj bo urejen po: slovenskih izrazih«* predlagamo tudi bolj jasno formulacijo *»prikaz zadetkov: angleščina>slovenščina«*.

K uporabi iskalnika uporabnika spodbuja stavek *»Vpišite iskani izraz ali njegov del (v angleščini ali slovenščini),«* ki bi ga zaradi očitnosti vsebine tudi lahko opustili.

Pri analizi spletnih slovarjev smo našli tudi na dve funkcionalni pomanjkljivosti iskalnika:

- kadar vnesemo izraz brez šumnikov, ga iskalnik ne prepozna in
- kadar vnesemo izraz nenatančno (npr. lap top namesto laptop), iskanje prav tako ostane brez zadetkov.

Slika 8: TSI, rezultati neuspešnega iskanja



Pri prvi pomanjkljivosti bi lahko iskalnik izpopolnili tako, da bi avtomatično upošteval možnost, da je uporabnik vnesel šumnike brez strešic in iskanje ne bi bilo moteno.

Pri drugi pa bi nas iskalnik moral obvestiti o neuspešnosti, vendar nam predlagati najbližje podobne izraze npr.: »Besede *lap top* žal ni v naši zbirki izrazov, ste morda mislili *laptop*?«

Uporabnost iskalnika bi izboljšal tudi prikaz rezultatov na isti strani kot iskalno okno. Tako lahko v primeru, da iskanje ni bilo zadovoljivo, hitreje diagnosticiramo napako, pa tudi ponovimo ga brez dodatnega klika na povezavo »Iskanje« (slika 8).

Predlogi:

- iskalno okno spremlja samo besedilo »iskanje po slovarju«,
- prikaz izrazov izbiramo krajše s »slovenščina>angleščina«,
- iskalnik prepozna šumnike, zapisane brez strešic,
- iskalnik upošteva možnost nenatančnega vnosa izraza in predlaga alternative,
- rezultati iskanja so izpisani na isti strani neposredno pod iskalnim oknom.

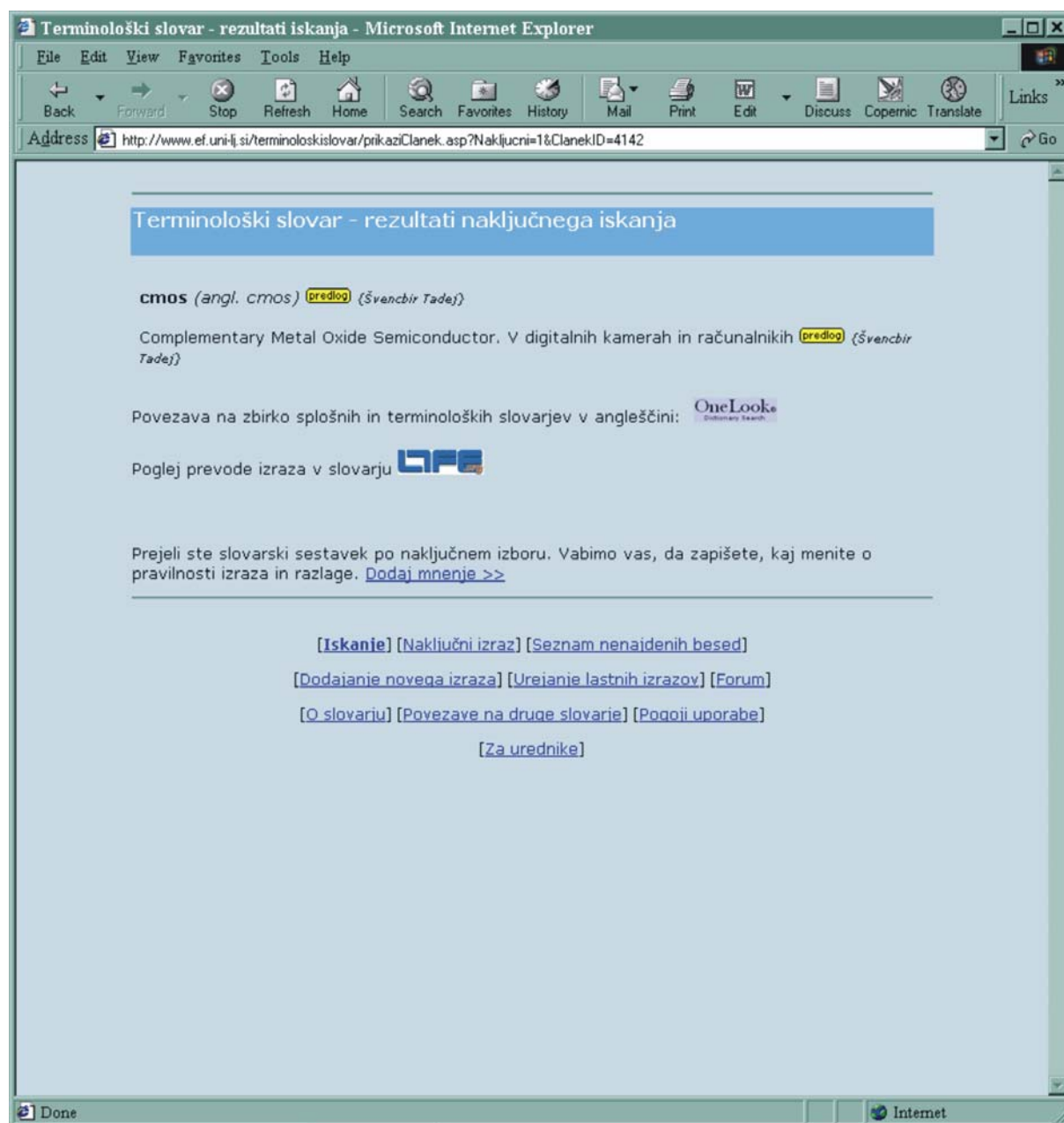
6.3.4 Pregledovanje slovarja

Opcija »pregledovanje slovarja« že vključuje možnost prikaza naključnega izraza s pripadajočim prevodom in razlago (slika 9), za njo pa verjetno stoji ideja, da uporabniku omogočimo brskanje po slovarju, kar je navsezadnje včasih potrebno. Morda bi bilo smiselno pregledovanje razširiti še z drugimi načini brskanja, na primer s pregledovanjem slovarja po abecedi, seveda za vse aktualne jezike.

Predlog:

- pregledovanju po naključnem izrazu dodamo še opcijo brskanja po abecedi.

Slika 9: TSI – odstran »pregledovanje slovarja«



6.3.5 Seznam nenajdenih besed

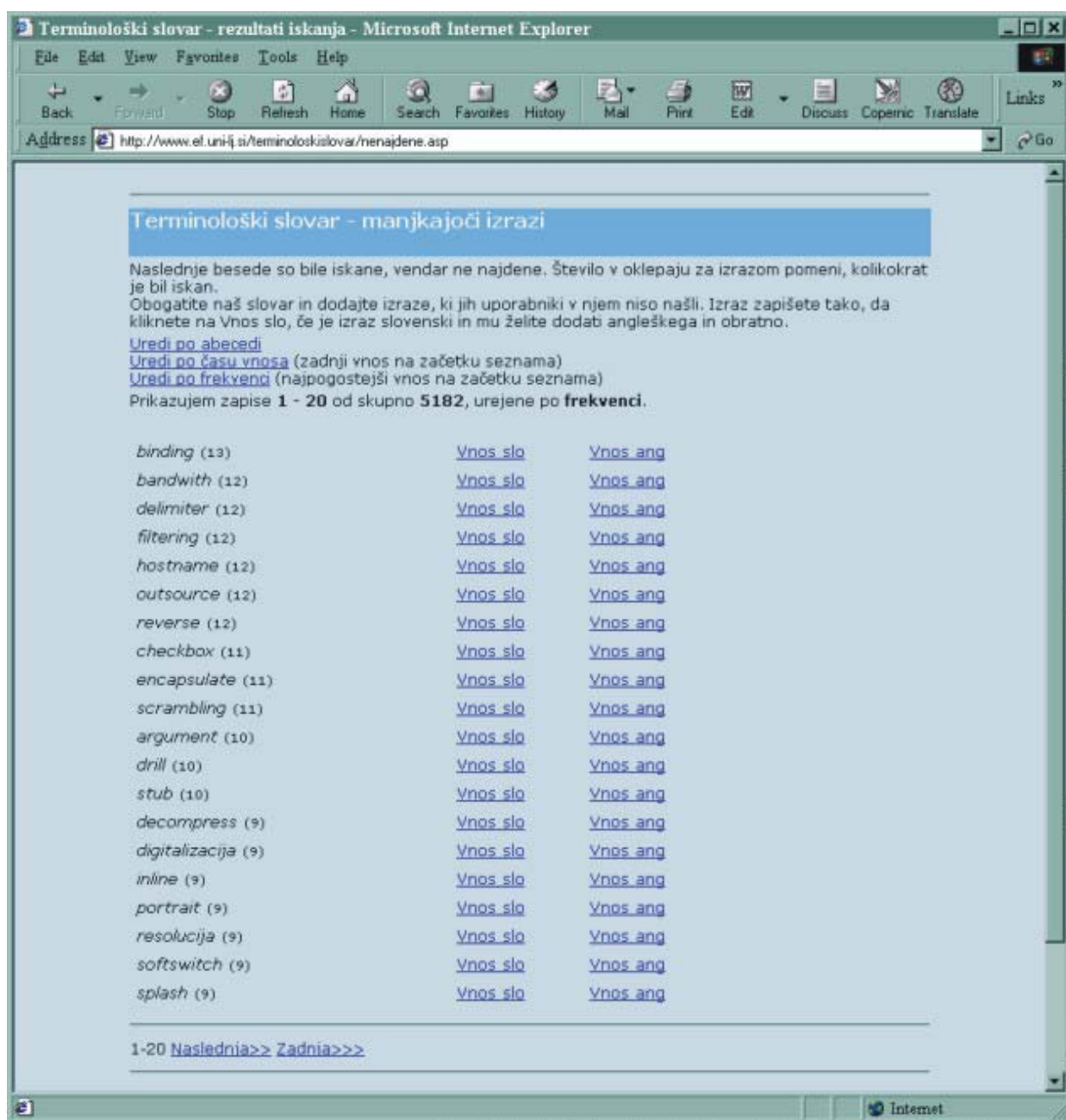
Funkcija izpiše seznam besed, ki so jih uporabniki iskali, ne pa našli. Seznam je urejen glede na število neuspešnih povpraševanj po določenem prevodu. Izpis se začne s precej dolgim besedilom (glej sliko 10):

»Naslednje besede so bile iskane, vendar ne najdene. Število v oklepaju za izrazom pomeni, kolikokrat je bil iskan. Obogatite naš slovar in dodajte izraze, ki jih uporabniki v njem niso našli. Izraz zapišete tako, da kliknete na Vnos slo, če je izraz slovenski in mu želite dodati angleškega in obratno.

[Uredi po abecedi](#) [Uredi po času vnosa](#) (zadnji vnos na začetku seznama) [Uredi po frekvenci](#) (najpogostejši vnos na začetku seznama)

Prikazujem zapise **1 - 20** od skupno **5182**, urejene po **frekvenci**.

Slika 10: Terminološki slovar informatike, podstran s prikazom manjkajočih izrazov



Brez hujših kompromisov pri podajanju vsebine bi lahko zgornje besedilo skrčili v:

»Naslednje besede so bile iskane, vendar ne najdene. Število v oklepaju za izrazom pomeni, kolikokrat je bil iskan. Obogatite slovar, dodajanje izrazov je preprosto.«

Način prikaza bi lahko vključili med podopcije v navigacijskem meniju, medtem ko bi pomikanje po seznamu urejali na njegovem spodnjem robu. Tako bi na strani povečali prostor za vsebino, nekoliko strašljivo količino »navodil« na začetku pa skrajšali in razporedili.

Predlogi:

- skrajšano uvodno besedilo,
- izbor načina prikaza v navigacijski pasici,
- listanje po seznamu na spodnjem robu.

6.3.6 Povezave

Izbira te možnosti uporabniku prikaže seznam koristnih povezav. Nekatere povezave posebnega pomena (OneLook, LTFE) pa so dostopne preko bližnjice sredi besedila na vsebinskem delu strani (slika 9), kar bi bolj elegantno rešili, če bi strateško pomembnim bližnjicam dodelili prostor na delu strani z globalnimi vsebinami.

Predlog:

- strateško pomembne povezave z drugimi slovarji namestimo na globalni del domače strani.

6.3.7 Za urednike

Poseben vmesnik, dostopen samo avtoriziranim urednikom, omogoča urejanje slovarja, torej pregled in dodeljevanje statusa na novo predlaganim izrazom. Glede na to, da se uredniki pred začetkom dela vedno prijavijo, bi bil morda smiseln razmislek o tem, da sklop »za urednike« odstranimo iz navigacijskih opcij. Urednike ob prijavi vmesnik prepozna in jih avtomatično preusmeri na uredniški vmesnik.

Predlog:

- avtomatična preusmeritev urednikov na uredniški vmesnik ob prijavi v slovar.

6.3.8 Informativne in pomožne vsebine

Med informativne in pomožne vsebine štejemo pomoč uporabniku, pogoje uporabe in avtorske pravice do projekta in nastale zbirke podatkov.

Vsebinsko so našteje funkcije sicer pomembne, vendar izkušnje kažejo, da jih uporabniki uporabljajo izrazito redko. Pri pomoči uporabniku je treba funkcionalnost vmesnika zagotoviti že s primerno uporabnostjo, kar se avtorskih pravic tiče, pa njihova navedba na namen ali dejanje zlorabe komajda vpliva in je torej bolj administrativne in informativne narave. Predlagamo, da so povezave na te vsebine sicer globalne, torej prisotne na vsaki strani, vendar izrazito neizpostavljene. Najbolj primerno mesto zanje se zdi na dnu vsake strani.

Predlog:

- umik informativnih in pomožnih vsebin na neizpostavljeno mesto na dnu vsake strani.

6.3.9 Jezik vmesnika

Trenutno je edini jezik vmesnika slovenščina. Vsebinska širitev slovarja na nove jezike, pa tudi načrtovana povezava z drugimi sorodnimi slovarji, pa bo zahtevala tudi zmožnost vmesnika, da se sporazumeva vsaj v vseh jezikih, katerih izraze vsebuje. Možnost preklopa jezika bi morala biti umeščena med globalne bližnjice na domači strani.

Predloga:

- možnost preklopa jezika v angleščino,
- funkcija mora biti dostopna globalno.

6.3.10 Prijava v slovar

Prijava v slovar je preprosta, zahteva samo vnos uporabniškega imena in gesla (slika 11). Prva prijava v slovar zahteva vnos imena in priimka, e-poštnega naslova, imena in gesla, omogoča tudi izbor možnosti za prejemanje elektronskih sporočil o objavljenih temah. Ker je prijava pravzaprav zaželeno, bi jo bilo smiselno uvrstiti med globalne bližnjice na domači strani, enako velja tudi za prvo prijavo.

Slika 11: TSI – podstran prijava v slovar

The screenshot shows a web browser window titled "Slovensko društvo Informatika - Terminološki slovar - Microsoft Internet Explorer". The address bar contains the URL: <http://www.ef.uni-lj.si/terminoloskislovar/prijava.asp?aspReq=%2Fterminoloskislovar%2FpopraviClanek%2Easp%3FAkcija%3DHitroDodaj%26>. The page content is as follows:

Omejen dostop

Vnesite svoje uporabniško ime in geslo. To potrebujemo, ker beležimo avtorje prispevkov. Pred uporabo preberite [o avtorskih pravicah in drugih pogojih uporabe](#) ter poglavje [o slovarju](#).

Uporabniško ime:

Geslo:

Če prvič uporabljate strani za zahtevnejše urejanje, vas prosimo, da se [prijavite](#).
Ste [pozabili geslo](#)?

[\[Iskanje\]](#) [\[Naključni izraz\]](#) [\[Seznam nenaidenih besed\]](#)
[\[Dodajanje novega izraza\]](#) [\[Urejanje lastnih izrazov\]](#) [\[Forum\]](#)
[\[O slovarju\]](#) [\[Povezave na druge slovarje\]](#) [\[Pogoji uporabe\]](#)
[\[Za urednike\]](#)

Predloga:

- prijava v slovar je dostopna globalno,
- prva prijava je dostopna globalno.

6.3.11 Bližnjice

Med bližnjice lahko uredništvo po lastni presoji vključi tiste povezave, ki jih želi iz kateregakoli razloga izpostaviti. Smiselne bližnjice bi bile lahko naprimer »pišite nam«, »pošlji prijatelju« in podobno.

Pri uporabi obstoječega vmesnika opazimo še eno pomanjkljivost: za vrnitev na domačo stran je treba uporabiti povezavo »Iskanje«, ki je na dnu strani sicer izpisana, vendar ni posebej opazna niti logična. Ena najbolj uveljavljenih spletnih konvencij je, da je na vsaki podstrani spletišča zgoraj desno označena identiteta projekta, ki hkrati služi kot bližnjica za domačo stran.

Predlogi:

- uvedba globalne bližnjice »pišite nam«,
- uvedba globalne bližnjice »pošlji prijatelju«,
- uvedba globalne bližnjice »domov«.

6.4 Struktura vsebin

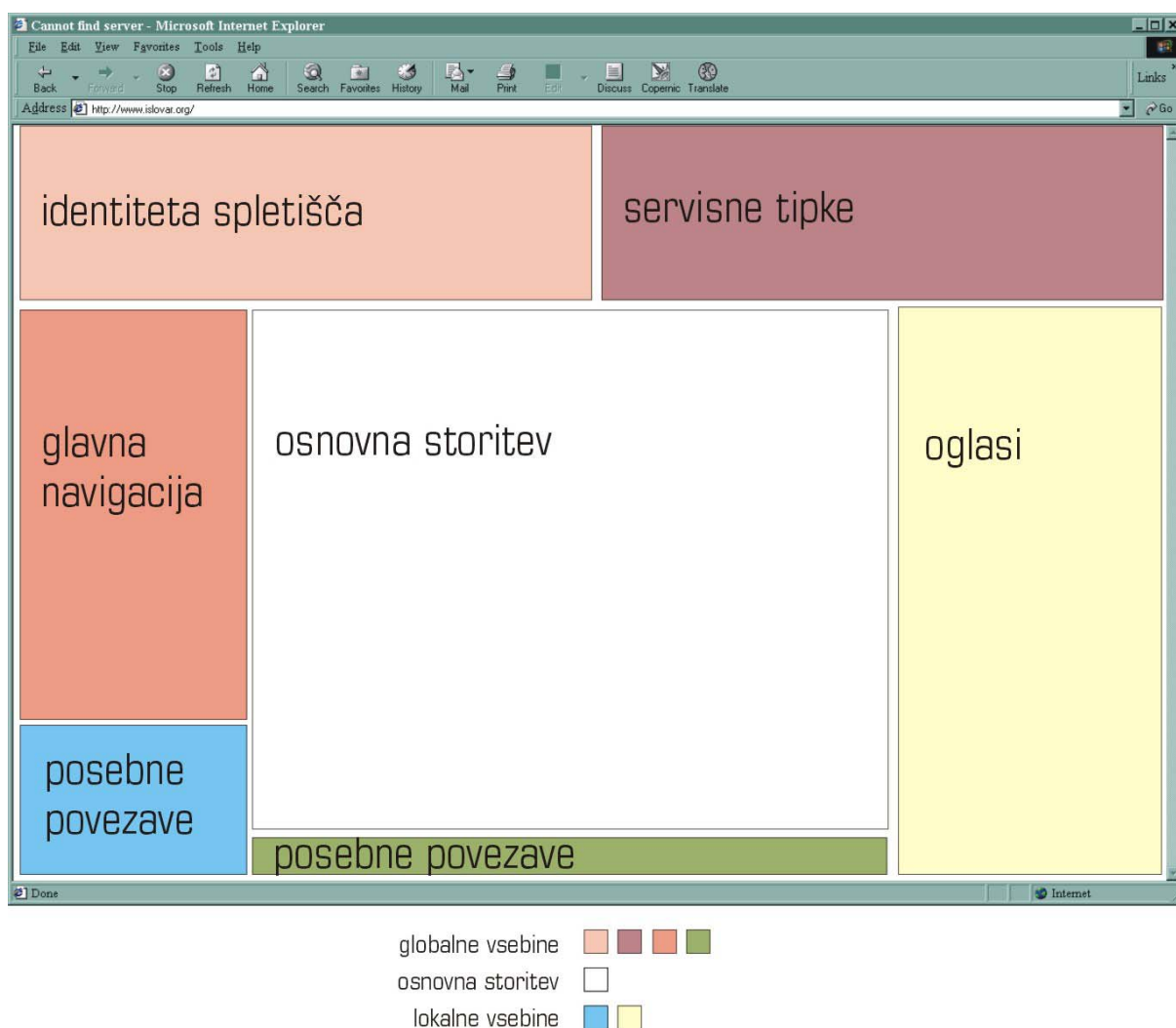
Struktura definira položaj in izpostavljenost vsebin na spletišču. Domačo stran zaradi specifične vloge, ki jo ta igra v brskanju po spletu in pri uporabi nasploh navadno obravnavamo ločeno. Ločeno obravnavamo tudi vsebino posameznih podstrani.

Pri izvedbi spletišč se kot zelo uporaben kaže pristop, za katerega je značilno, da so nekatere vsebine prisotne na vseh straneh (v besedilu jih imenujemo globalne vsebine), nekatere pa so samo na domači strani oz. na določeni podstrani (lokalne vsebine). Na ta način zagotovimo preglednost in dobro orientacijo uporabnika in dosegljivost nekaterih osnovnih funkcij na vseh straneh, tistih specifičnih pa samo, kjer so potrebne.

Glede na to, da k izpostavljenosti vsebin poleg položaja prispeva tudi površina prostora, ki jo na strani zasedejo, je strukturo najlažje predstaviti s shemami.

Na sliki 12 je prikazana struktura domače strani TSI. Približno tretjino površine, ki je na voljo, zavzemajo identiteta spletišča, glavna navigacija in servisne funkcije, torej globalne vsebine. Identiteta je – v skladu s spletnimi konvencijami - locirana v zgornjem levem delu zaslona. Glavno navigacijo bi bilo v našem primeru smiselno namestiti v levi rob zaslona. Tako omogoča odpiranje podmenijev, ne da bi pri tem motila vsebinsko okno. Desni zgornji rob izkoristimo za preostale globalne vsebine: okence za prijavo in prvo prijavo ter globalne bližnjice.

Slika 12: Struktura domače strani



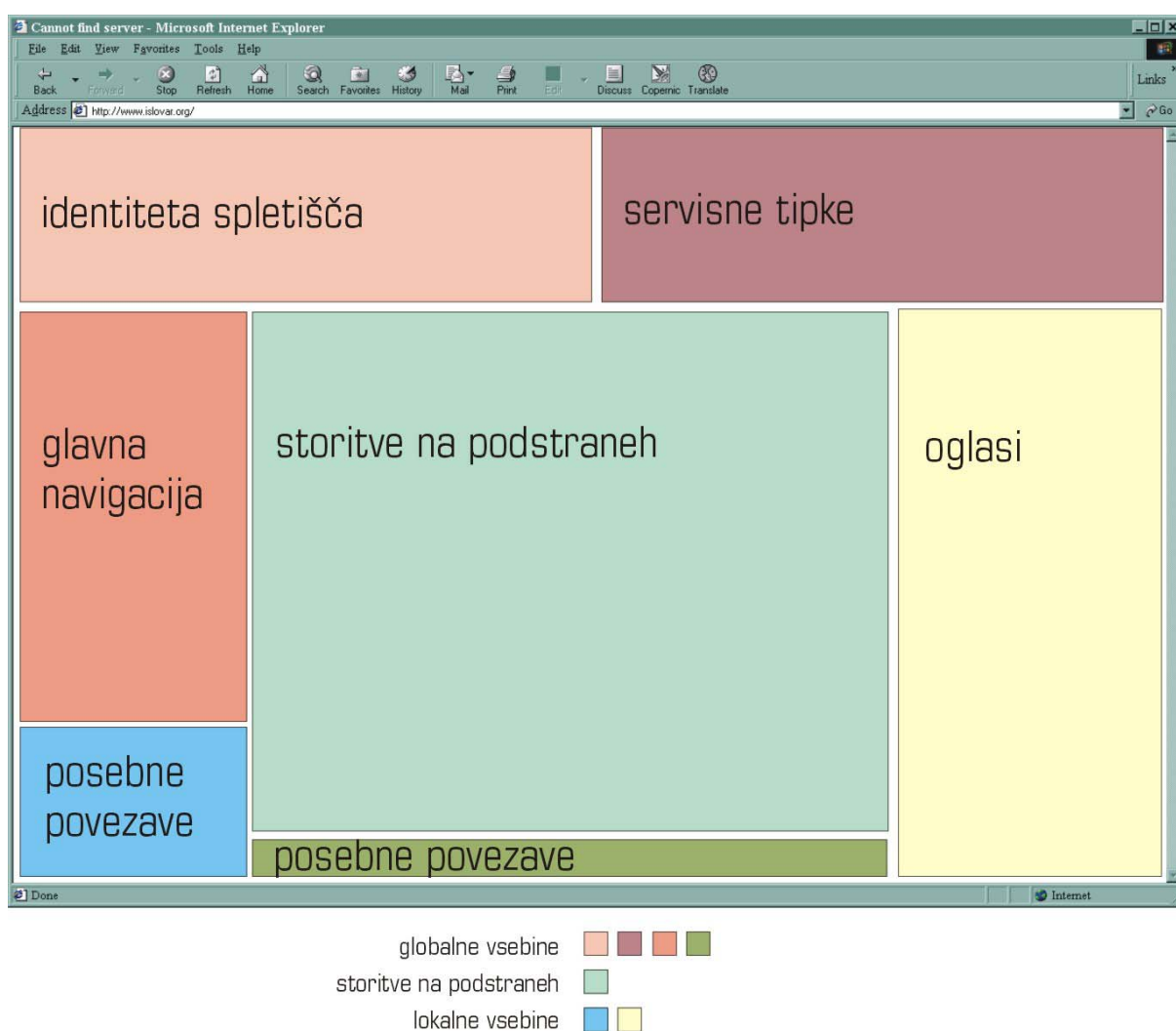
Osnovni storitvi – iskalniku izrazov - pripada osrednji del strani, ki zavzema dobro tretjino zaslonske slike. Na osrednjem delu strani instinktivno iščemo spletne vsebine, hkrati pa mora

biti površina zaslona, ki jim je namenjena, dovolj velika, da lahko pritegne pozornost bolj kot oglasni prostor in navigacija, ki ravno tako zavzemata dobršen del prostora.

Preostanek prostora (desni rob in levi rob pod navigacijo) je namenjen oglaševanju in manj pomembnim povezavam, oboje je lahko globalnega ali lokalnega značaja.

Skrajni spodnji rob strani je namenjen manj uporabljanim, vendar globalnim povezavam, v našem primeru povezavi na nosilca projekta, spletno stran Slovenskega društva informatika in drugim povezavam bolj informativnega značaja.

Slika 13: Struktura tipične podstrani



Slika 13 prikazuje shemo strukture podstrani, ki je zaradi obvladljivega obsega ponujenih vsebin na spletišču skoraj enaka domači strani. Ocenjujemo, da lahko globalne vsebine na tipični podstrani zasedejo enako površino kot na domači strani. Osrednje vsebinsko okno je dovolj veliko, da lahko prikaže vse vsebine podstrani ob nespremenjeni lokaciji navigacijskih

elementov. Taka rešitev je, kadar si jo le lahko privoščimo, za uporabnika najpreglednejša, najbolj zapomnljiva in torej ugodno vpliva na uporabnost.

6.5 Vizualni vidiki in oblikovalski pristop

Celostna grafična podoba (v nadaljevanju CGP) spletišča je podvržena enakim oblikovalskim zahtevam kot npr. CGP podjetja ali blagovna znamka izdelka. Izžarevati mora poslanstvo projekta in pritegniti skupino ljudi, ki ji je namenjena.

Ciljno skupino TSI smo že opisali kot srednje široko, različnih starosti, vendar tehnološko relativno dobro osveščeno in izobraženo skupino ljudi. Projekt sam, po drugi strani, ni komercialen, njegove storitve so brezplačne, ambicije pa raziskovalno-izobraževalne.

Pri grafičnem oblikovanju vmesnika si kot cilj torej zastavljamo oblikovanje po eni strani sodobno in prijazno izgledajočega, po drugi pa vendar resno, strokovno in ne trženjsko naravnane spletišča.

Glede na to, da Slovensko društvo informatika, nosilec projekta, nima dorečene celostne grafične podobe, imamo pri oblikovalski zasnovi TSI razmeroma proste roke.

7 Oblikovalska zasnova novega uporabniškega vmesnika

Celostna grafična podoba na posreden način predstavlja organizacijo ali – v našem primeru - projekt, ustvarja o njem mnenje in imidž. Govori o njem, ne da bi ga videli, slišali, otipali, okusili ali kako drugače zaznali njegovo realnost (Repovš, 1995, str. 23).

Glede na to, da se v procesu spoznavanja ljudem v večini zdijo odločujoče vidne zaznave, postaja celostna grafična podoba kot del simbolnega identitetnega sistema pomembno orodje za predstavljanje realne identitete organizacij oz. projektov in vzpostavljanje pravilnega in ustreznega imidža.

Ker so spletni projekti po svoji naravi nematerialni, je vizualna komunikacija z uporabnikom najmočnejše orodje za izražanje njihove identitete, poslanstva in ciljev, njihova celostna podoba pa mora biti torej še posebej jasna, prepoznavna in enovita.

Oblikovalska zasnova uporabniškega vmesnika je le ena od aplikacij celostne grafične podobe projekta, ki je sicer sestavljena iz:

- osnovnih elementov:
 - znak,
 - logotip,
 - barvna lestvica,
 - tipična tipografija,
- predstavitvenih in promocijskih materialov v tiskani in digitalni obliki:
 - prospekti,
 - plakati,
 - vabila,
 - pdf dokumenti itd.
- spletnega vmesnika,
- ostalih aplikacij:
 - pojavitve na sejnih, konferencah, seminarjih,
 - poslovna darila itd., ter
- priročnika celostne grafične podobe.

Tokrat se bomo omejili samo na oblikovalsko zasnovo spletnega vmesnika, pa vendar je tudi za to potrebno razviti vsaj osnovne elemente CGP.

7.1 Predlog oblikovalske zasnove vmesnika

V praksi načrtovanja spletnih strani navadno govorimo o treh velikih fazah projekta: o načrtovanju, grafičnem oblikovanju in izvedbi.

Načrtovalno fazo razvoja uporabniškega vmesnika za TSI opisuje šesto poglavje tega besedila, njen povzetek pa predstavlja struktura spletišča, predstavljena v točki 6. 4.

Glede na to, da izvedbena faza ni predmet te naloge, nam torej preostane še grafična zasnova vmesnika. Smernice zanjo so podane v točki 6. 5.

Grafično zasnovo uporabniškega vmesnika mora zasnovati skupina primerno izobraženih in izkušenih oblikovalcev v sodelovanju s skupino, ki je izvedla načrtovanje. V našem primeru nam bodo pri oblikovanju pomagali sodelavci oblikovalskega studia Bons.

Oblikovalsko zasnovo v danem primeru sestavljajo naslednji elementi:

- predlog znaka za i-slovar,
- predlog logotipa za i-slovar,
- predlog postavitve domače strani,
- predlog postavitve ene ali večih tipičnih podstrani,
- oblikovalske rešitve tipičnih grafičnih elementov na spletnem mestu:
 - navigacija,
 - povezave,
 - tipografije,
 - barvna lestvica,
 - posamezni gumbi.

Vsi naštetí oblikovani elementi morajo dovolj nazorno opisati sistem podstrani, da lahko izvajalec po analogiji izvede celoten sistem spletišča.

7.1.1 Znak

Glede na to, da smo se odločili za uvedbo skrajšanega imena »Slovar informatike« in dovolili tudi uporabo izraza »i-slovar«, se za znak ponuja črka I, seveda ustrezno oblikovana.

Odločili smo se za simboliziran i, ki s svojo urejenostjo in matrično zasnovo namiguje na digitalnost projekta in podatkovne baze.

Slika 14: Znak za Slovar informatike, pozitiv, negativ



7.1.2 Logotip

Za logotip smo izbrali sodobno oblikovano tipografijo Eurostyle Extended. Je brezserifna, dobro berljiva tudi ob pomanjšavah ali slabi ločljivosti.

Tipografije iz družine Eurostyle, ki obsegajo cel razpon od lahkih do krepkih, pa tudi stisnjene različice, bo mogoče uporabljati za tiskane in druge promocijske materiale.

Slika 15: Logotip Slovarja informatike

**slovar
informatike**

7.1.3 Barvna lestvica

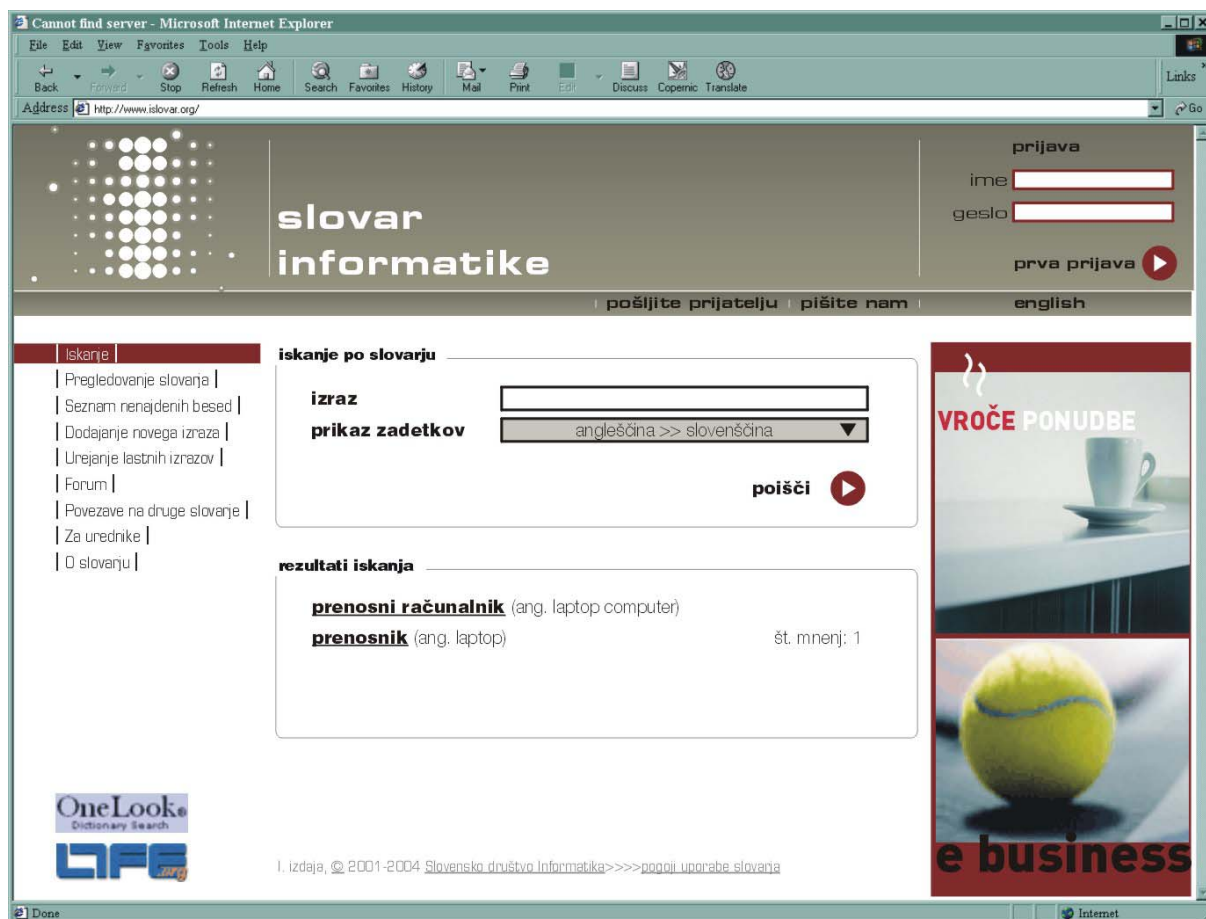
Barvna lestvica predvideva tipične barve, ki se jih uporablja v vseh predstavitvenih in promocijskih materialih, pa naj bodo tiskani ali digitalni.

Slika 16: Barvna lestvica

	C 42 M 98 Y 95 K 4
	C M Y 20 K 60
	C M Y 20 K 100
	C 7 M 41 Y 29 K 0

7.1.4 Domača stran

Slika 17: Domača stran novega vmesnika



V skladu z že opisanimi smernicami za izdelavo učinkovite domače strani slovarja predlagamo minimalističen, strokoven izgled s poudarkom na vsebinah (slika 17).

Projekt v skladu s strategijo razvoja dobi krajše, bolj učinkovito ime Slovar informatike s pripadajočim znakom in logotipom. Predvideni tipični barvi sta siva in temno rdeča, dovoljena je uporaba nekaterih svetlejših tonov obeh barv in črne.

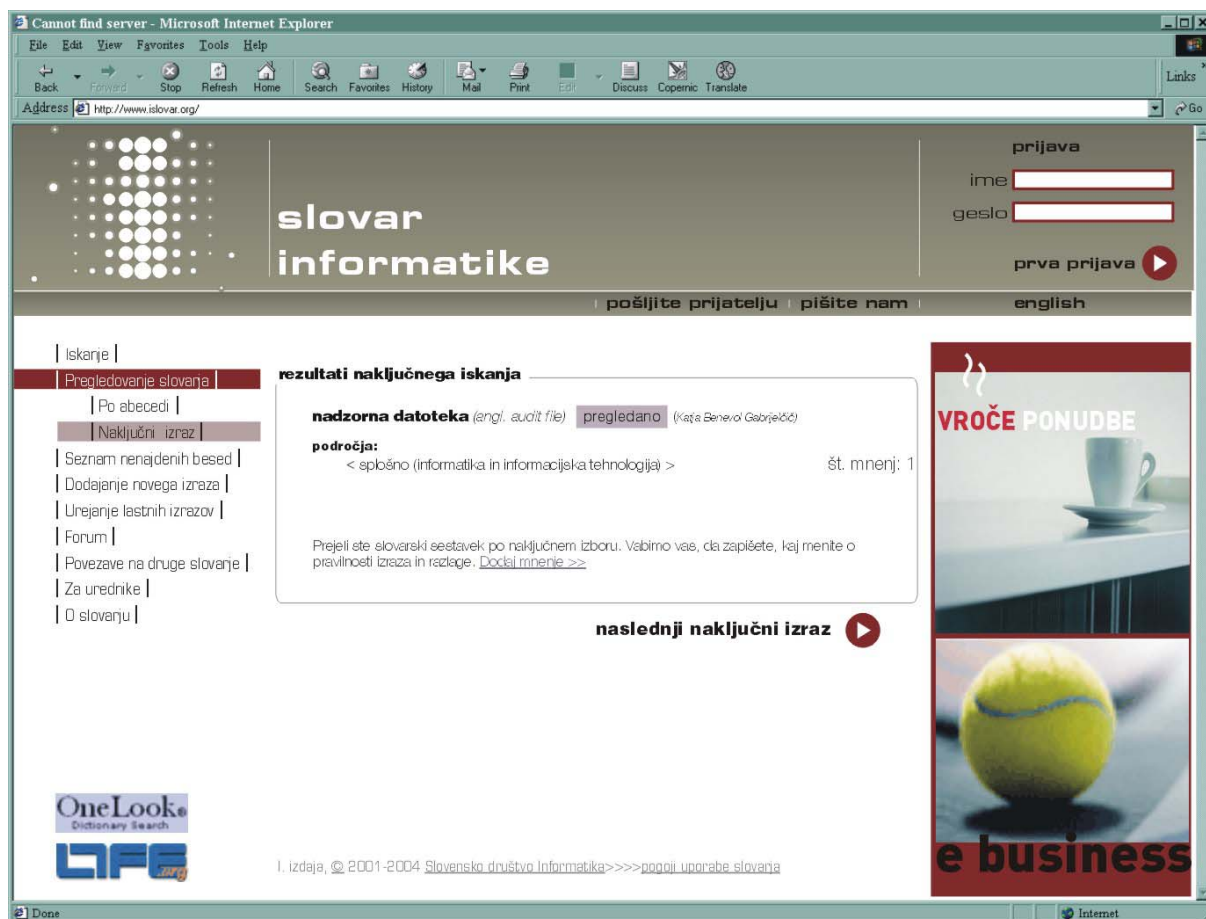
Tipična tipografija logotipa je Eurostyle Extended Black, vendar se za izpis vsebin uporablja eno od družin sistemskih brezserifnih tipografij kot npr. Verdana, Arial ali Helvetica.

Domena se spremeni v www.islovar.org.

Uporabili smo tudi spremenjeno (krajšo) dikcijo pri izpisih spremnih besedil, o kateri smo že pisali v razdelku 6. 3.

7.1.5 Podstran »pregledovanje slovarja«

Slika 18: Podstran »pregledovanje slovarja«

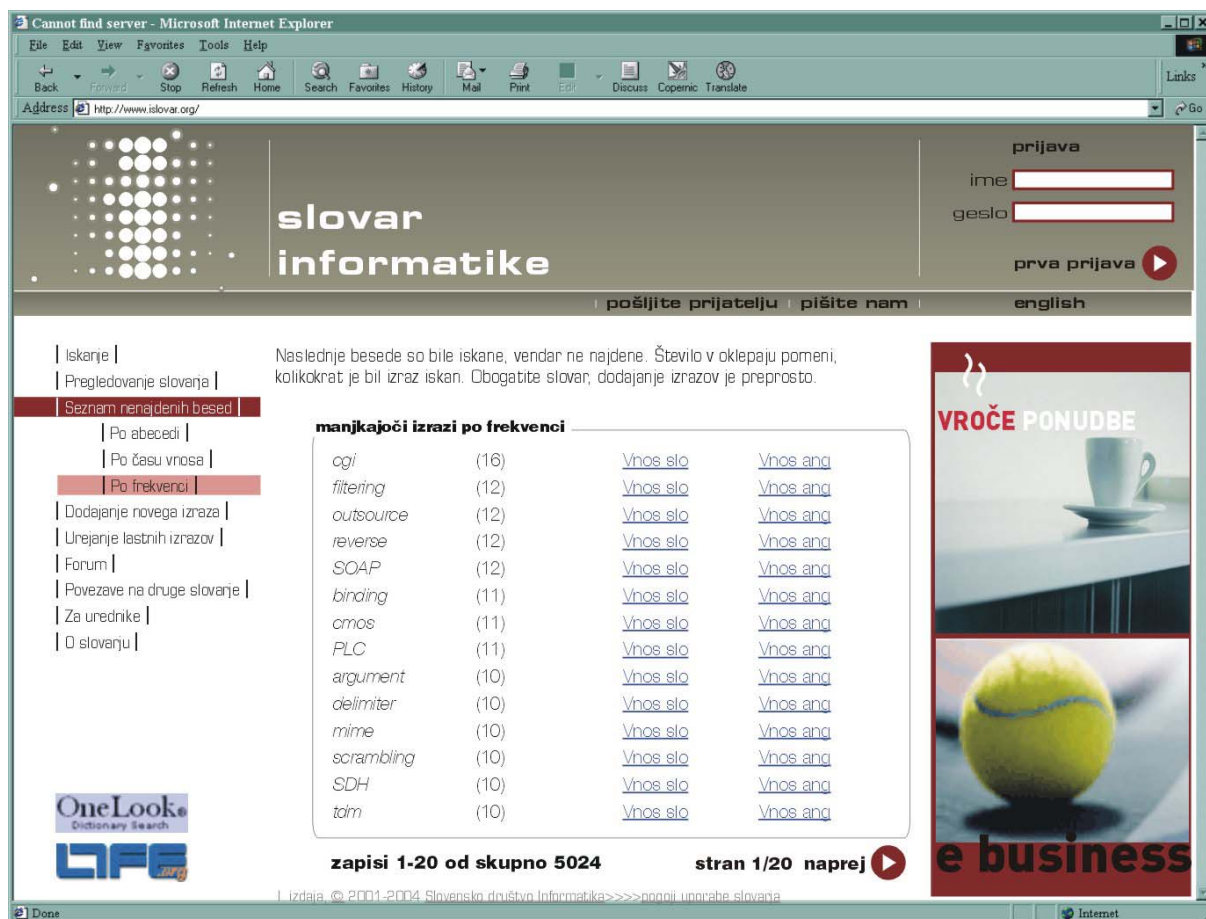


Slika 18 prikazuje tipično podstran vmesnika, npr. način naknadnega izpisa podizbir sklopa »pregledovanje slovarja« v glavni navigaciji, način izpisa izraza in označevanje pozicije uporabnika na spletišču z obarvanjem izbranih opcij v navigacijskem meniju.

Tudi tu smo pri oblikovalski zasnovi že upoštevali krajšo formulacijo besedila iz razdelka 6.3.

7.1.6 Podstran »nenajdeni izrazi«

Slika 19: Podstran »nenajdeni izrazi«



Slika 19 prikazuje še eno od podstrani in sicer sklop »nenajdeni izrazi«, kjer je potreben izpis daljšega seznama izrazov. Določa format in tipografije izpisa, število naenkrat izpisanih izrazov in možnosti za nadaljnje pregledovanje nenajdenih izrazov.

7.2 Implementacija

Implementacija vmesnika ni tema naloge, omenjamo pa jo zato, ker bi radi omenili nekatere pomembne naloge, ki načrtovalca spletne strani spremljajo med to fazo projekta.

Vmesnik navadno začnemo graditi od zgoraj navzdol, torej najprej postavimo domačo stran in postopoma dodajamo podstrani. Kljub temu, da sodobni sistemi za upravljanje z vsebinami lastniku spletne strani dovoljujejo dinamično upravljanje tako z objavljenimi in arhiviranimi

vsebinami kot tudi sprotno spreminjanje strukture spletišča, so s spremljanjem prakse opazne močne tendence proti stalnemu revidiranju strukture. Skupini, ki načrtuje in izvaja spletno stran, je torej veliko do tega, da bi bila tako struktura, kot vsebina strani ob vzpostavitvi začetnega stanja oz. primopredaji projekta kar se da blizu optimalni.

Posamezne faze izvedbe morajo torej spremljati, sproti vrednotiti in revidirati kar tri stranke:

- a načrtovalci, ki najbolj poznajo strukturo in delovanje spletišča
- b oblikovalci, ki natančno poznajo koncept oblikovne zasnove in
- c naročnik oz. nosilec projekta, ki najbolj pozna vsebine.

Kljub temu, da se sliši logično in relativno preprosto, se v praksi izkaže, da je prav to glede količine dela, organizacijsko, prav gotovo pa časovno najbolj obsežen del celotnega projekta. Od tega procesa je v veliki meri odvisna tudi splošna kakovost izdelka.

7.3 Testna faza, objava

Testiranje spletnih strani je obsežna in zahtevna tema, ki bi nedvomno zaslužila širšo obravnavo v kaki samostojni nalogi. Omenjamo ga, ker je za uspeh spletnega projekta izjemno priporočljivo pred otvoritvijo izvesti testiranje. Ker temeljito testiranje praviloma pomeni hudo finančno obremenitev, se največkrat zgodi, da se mu naročnik odpove, pa čeprav strokovna literatura (Krug, 2000, str. 147) vztrajno ponavlja, da je kakršnokoli testiranje boljše od nikakršnega. Zgornji avtor navaja metode finančno izjemno nezahtevnega testiranja, ki bi jih v primeru implementacije tega predloga najverjetneje lahko izvedli.

V vseh fazah izdelave vmesnika so se z njegovo uporabnostjo ukvarjali strokovnjaki, kar je zaželeno in nujno, neizogibna posledica tega dejstva pa je, da so torej vse dosedanje "testne" osebe projekt in njegov koncept zelo dobro poznale. Ker pa nam neprecenljivo oceno uporabnosti predstavlja šele mnenje osebe, ki domačo stran zagleda in uporabi prvič, je tovrstno testiranje ključnega pomena.

Ne glede na to, za kakšno testiranje smo se odločili, to predstavlja zaključno fazo izvedbe. Če je testiranje pokazalo pomanjkljivosti v strukturi, dikiiji ali vizualnih komponentah, jih odpravimo. Nato stran objavimo in si zastavimo rok testnega delovanja, v katerem kolikor mogoče vestno beležimo odzive na uporabnost.

7.4 Vrednotenje rezultatov

Glede na to, da med avtorjem rešitve in uredniškim odborom Terminološkega slovarja informatike ni trdnega dogovora o tem, ali bo rešitev uporabljena in če bo, kdaj, je o vrednotenju rezultatov težko govoriti. Tudi če bo rešitev uporabljena, je iz razlogov, opisanih v tretjem poglavju, težko kvantitativno vrednotiti donosnost take naložbe. Pa vendar se na koncu dela težko izognemo vprašanju, kaj si lahko v najboljšem primeru obetamo, če bi rešitev implementirali.

Iz tretjega poglavja, ki se ukvarja z donosnostjo naložbe v uporabnost sledi, da je pri neprofitnem projektu, kakršen je ta, glavna pridobitev večje uporabnosti povečan obisk spletišča. Statistike kažejo (glej razdelek 3.2, tabela 2), da se obisk poveča povprečno za 150%, učinkovitost uporabe (v številu uspešno opravljenih poizvedovanj) za 161%, uporaba naprednih storitev pa za 202% (med te bi v našem primeru lahko šteli vnose novih izrazov).

Če bi se po implementaciji predlagane rešitve zgornjim številkam res približali, bi torej projekt lahko imenovali uspešen, saj bi sledil ciljem srednjeročnega razvojnega načrta in olajšal možnosti dodatnega financiranja, trženja in povezovanja z drugimi spletnimi slovarji.

8 Zaključek

Ko v zadnjem odstavku razdelka 7.3 napišemo, kako se konča zadnja faza izvedbe uporabnega spletnega vmesnika, se zdi v nadaljevanju mogoč en sam stavek: »Nato se vrnemo na začetek načrtovalnega procesa in ga, z na novo zbranim vedenjem, začnemo znova.«

Svetovni splet je izjemno dinamičen medij. O njem se je že precej pisalo in se še veliko piše, in vendar na to temo ni mogoče napisati sestavka, za katerega bi lahko trdili, da je ažurno predstavil zadnja dejstva.

S spletno uporabnostjo ni nič drugače. Težko bi jo uvrstili med eno od bolj raziskanih področij neke znanosti. Celo če bi bila, bi mnogo zaključkov ne veljalo več.

Drugi izziv glede uporabnosti nam predstavlja odgovor na vprašanje: »Kako smo prišli do konvencij, ki krmilijo bolj ali manj vse uspešne spletne vmesnike?« Odgovor: »Po naključju,« ni daleč od resnice. Gre za različice nekoliko razširjenih vmesnikov, ki so jih za svoje potrebe, s kadrovskimi in časovnimi omejitvami, razvila računalniška megapodjetja. Zasnovali so jih tehniki, olupševali pa oblikovalci. Če bi začeli z ničle in proces obrnili na

glavo, če bi torej koncept zastavili ustvarjalci brez tehničnega znanja, koncepte izboljšali psihologi s poznavanjem intuitivnih človekovih reakcij, vmesnike testirali in izboljšali uporabniki, ki še niso uporabljali svetovnega spleta, implementacijo pa bi zaupali tehnologom, mar ni zelo verjetno, da bi bili ti vmesniki povsem drugačni od nam znanih?

Pričujoča naloga torej odgovarja na zelo specifično zastavljeno vprašanje. Glede na zgoraj opisano problematiko najprej kolikor mogoče natančno povzame teoretična stališča strokovne javnosti, ki so skupaj z izkušnjami in navadami uporabnikov svetovnega spleta oblikovala nekaj najuspešnejših in najuporabnejših uporabniških vmesnikov na področju spletnih slovarjev. Nekaj jih preizkusimo v naslednjem poglavju. Sledi povzetek lastnosti, ki definirajo dober spletni slovar, pravzaprav lastnosti, ki spletnemu slovarju omogočijo, da postane orodje z neprimerno širšo uporabnostjo od preslikave klasičnega slovarja v digitalno obliko. Na osnovi vsega naštetega zasnujemo spletni vmesnik za Terminološki slovar informatike, ki naj bi bil uporaben v najširšem pomenu te besede, torej funkcionalen, koristen in prijazen za uporabo, hkrati pa še vizualno dovršen.

Predlagana rešitev – kot vse podobne teoretične študije na osnovi praktičnega primera – odpira vprašanje, kako bi se izkazala v praksi. Nanj bomo lahko odgovorili samo v primeru, da se bo naročnik v kratkem času odločil za implementacijo in da bomo to lahko testirali. Temeljito testiranje, stalna aktivnost na področju izboljševanja uporabnosti, nenehno spremljanje prometa na strani ter merjenje in vrednotenje zadovoljstva uporabnikov storitev namreč praviloma odpre še vrsto vprašanj, neposredno povezanih s tematiko, poleg tega pa še veliko daljšo vrsto globalnih vprašanj glede tega, kako intuitivna in človeku prijazna bi lahko bila nekoč uporaba svetovnega spleta.

9 Literatura in viri

Literatura

1. Cooper Alan, Saffo Paul: The Inmates Are Running the Asylum : Why High Tech Products Drive Us Crazy and How To Restore The Sanity. Sams, 1999, 261 str.
2. Cooper Alan, Singer Andrew: About Face: The Essentials of User Interface Design. John Wiley & Sons, 1995, 580 str.
3. Cunliffe, Daniel: Developing usable Web sites – a review and model. Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy Vol. 10 No. 1, 2000, str. 295-307.

4. Ćosić Vuk: E-relevance, www.paloma.si. Delo, Informacijske tehnologije, 28. aprila 2003
5. Fundamentals of Portals, Enterprise Portal Resource: www.portalscommunity.com
6. Harej Katja, Rozman Tomislav: Predlogi za dopolnitev spletnega slovarja TSI. Inštitut za informatiko Fakultete za elektrotehniko, računalništvo in informatiko, 2003, 6 str.
7. Hitt Michael A., Ireland Duane R. et al.: Strategic Management. Cincinnati, South-Western College Publishing, 2001, 670 str.
8. Klein Gary: Sources of Power: How People Make Decisions. MIT Press, 1998
9. Kotler Philip: Marketing Management. Upper Saddle River, Prentice Hall, 2000, 740 str.
10. Kragelj, Boris: Izdelovanje spletnih strani: Ključ je kakovost. Moj mikro, številka 4, letnik 18, 2002, str. 74-75.
11. Kragelj Boris: Kaj pomeni "uporabnost" spletne strani. Zbornik referatov. Dnevi slovenske informatike. Portorož: Slovensko društvo Informatika, 2003, str. 255-261
12. Krug Steve, Black Roger: Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability. Indianapolis, New Riders Publishing, 2000, 150 str.
13. Lee Lawrence: Tomalak's Realm – Strategic Web Design [URL: www.tomalak.org]
14. Maligoj Tadej, Kragelj Boris: Uporabnost spletnih strani: testiranje uporabnosti spletnih strani vlade Republike Slovenije. Zbornik referatov. Dnevi slovenske informatike. Portorož: Slovensko društvo Informatika, 2002, str. 255-261
15. McGuigan James R., Moyer R. Charles et al.: Managerial Economics: Applications, Strategy and Tactics. South Western, 2002, 780 str.
16. Miller Robert B.: Response times. Fall Joint Computer Conference, 1968, 117 str.
17. Nielsen Jakob: Designing Web Usability. Indianapolis, New Riders Publishing, 2000, 420 str.

18. Nielsen Jakob: useit.com [URL: www.useit.com]
19. Nielsen Jakob: Return on Investment for Usability. Jakob Nielsen's Alertbox, 2003, 110 str.
20. Norman Donald A.: Things That Make Us Smart. Basic Books, 2002, 272 str.
21. Norman Donald A.: The Psychology of Everyday Things. Currency/Doubleday, 1990, 257 str.
22. Pastore, Michael: How Wide is The Web? Jupitermedia Corporation, [URL: http://cyberatlas.internet.com/big_picture/traffic_patterns/article/0,1323,5931_199701,00.html], 2003.
23. Raol M. Jaydip et. al.: An identification and classification of enterprise portal functions and features, Industrial Management & Data Systems, 2002, Volume 102, Number 7, str. 390-399.
24. Raskin Jef: The Humane Interface: New Directions for Designing Interactive Systems. Addison-Wesley Pub Co, 2000, 256 str.
25. Repovš Jernej: Kako nastaja in deluje celostna grafična podoba kot del simbolnega identitetnega sistema organizacij. Ljubljana, Studio marketing, 1995, 177 str.
26. Rosenfeld Louis et al.: Information Architecture for the World Wide Web. O'Reilly, 1998
27. Rubin Jeffery: Handbook of Usability Testing. Jon Wiley & Sons, 1994, 221 str.
28. Schonfeld, Grit in Tim Bosenick: 'Vorsprung durch technik' in the Internet. V Net effects 5, Esomar publications series Vol. 250, 2002, str. 79-108.
29. Singh, I. K.: Criteria for the development of effective university Web sites. South African Journal of Information Management, 2003, 17 str.
30. Trstenjak Anton: Človek in barve. Dopolna delavska univerza Univerzum, Ljubljana, 1978, 425 str.

31. Turban Efraim, McLean Ephraim et al.: Information Technology for Management. John Wiley & Sons, 2002, 771 str.
32. Underhill Paco: Why We Buy: The Science of Shopping. Simon & Schuster, 1999
33. yourDictionary.com, The Last Word in Words, [URL: www.yourdictionary.com]

Viri

1. Amazon.com, [URL <http://www.amazon.com>], 12. 12. 2003
2. The Economist: Guide To Economic Indicators. London, Profile Books Ltd, 2000, 228 str.
3. Evroterm, [URL: <http://www.sigov.si/evroterm>], 10. 1. 2004
4. Internet Dictionary Project [URL: <http://www.june29.com/IDP>], 5. 12. 2003
5. krstarica [URL: <http://www.krstarica.com/recnik/nemacko-srpski>], 5. 12. 2003
6. Merriam-Webster Online [URL: <http://www.m-w.com/home.htm>], 5. 12. 2003
7. Puc, Katarina: Cilji in strategija oblikovanja spletnega terminološkega slovarja informatike, Dopolnjeno besedilo sklepov sestanka uredniškega odbora 9. julija 2003, 2003, 3 str.
8. Slovar slovenskega knjižnega jezika - SSKJ [URL: <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html>], 12. 12. 2003
9. Terminološki slovar informatike [URL: <http://www.ef.uni-lj.si/terminoloskislovar/>], 15. 1. 2004
10. Tomalak's Realm [<http://www.tomalak.org>], 11. 11. 2003
11. yourDictionary.com [URL: <http://www.yourdictionary.com>], 5. 12. 2003
12. Walsh Ciaran: Key Management Ratios. London, Pitman Publishing, 1996, 347 str.

Slovar slovenskih prevodov tujih izrazov

Banner – oglasna pasica

Bookmarks - bližnjice do priljubljenih strani

Computer-mediated interaction – računalniško posredovane komunikacije

Content management system – sistem za upravljanje z vsebinami

Corporate Identity – celostna grafična podoba

Eyetracking system – sistem za spremljanje gibanja oči

Favorites – bližnjice do priljubljenih strani

Findability – dosegljivost storitev

Focus groups – diskusijske skupine

Home page – domača stran

Host – gostitelj

Human Computer Interaction – interakcija človek-računalnik

Interface - vmesnik

Learnability – učljivost

Memorability – zapomnljivost

Navigation system - navigacijski sistem

Page layout analysis – analiza uporabe prostora

Privacy policy – izjava o varovanju zasebnosti

Readability - berljivost

Remote usability evaluation – vrednotenje uporabnosti na daljavo

Response time – odzivni čas

Screen snapshots – posnetek zaslona

scrolling – drsanje

Sensitivity analysis – analiza občutljivosti

Shortcut – bližnjica

Site identity – identiteta spletišča

Site map – zemljevid spletišča

Site structure – struktura spletišča

Teaser – slogan, ki draži

Usability – uporabnost

Usability testing – testiranje uporabnosti

Usefulness – funkcionalnost

User interface – uporabniški vmesnik

Utility – koristnost

Validity check – test veljavnosti

Web page – spletna stran

Web site – spletišče, spletno mesto

Web site interface – spletni vmesnik

World Wide Web – svetovni splet