

# Pattern recognition: wzorce WWW

Architektura informacji jest wtedy czytelna, kiedy posiada duży stopień swojskości odczuwany przez użytkownika, tj. użytkownik nie ma problemu z jej czytelnością i przez to eksploracją; rozmieszczenie najważniejszych opcji funkcjonalnych tam, gdzie spodziewają się je zastać użytkownicy, znacznie przyczynia się do ich używalności. Dlatego tak istotne jest poznanie bagażu doświadczenia użytkowników z grupy docelowej, dla których projektujemy aplikację bądź usługę, czy stronę WWW.

Coś, co w psychologii określane jest jako tzw. background knowledge, kształtuje w dużym stopniu nasze zachowanie. Funkcjonując na co dzień, bazujemy na automatyzmach poznawczych, ukształtowanych z jednej strony przez bagaż ewolucyjnego przystosowania, z drugiej strony – przez środowisko. Dlatego w ramach projektowania stron WWW ważne jest poznanie środowiska naturalnego dla użytkowników, a w nim zidentyfikowanie elementów kluczowych – wzorców – które wykształtowały takie, a nie inne typy zachowania.

Prosty przykład: spora część użytkowników polskich stron internetowych, chcąc zalogować się do swojego konta, bądź utworzyć nowe konto w serwisie, w ramach automatyzmu podąża wzrokiem (a często i – mimowolnie – kursorem myszy) w prawy górny róg strony WWW. Umieszczenie opcji logowania i rejestracji konta w innych miejscach, niż prawy górny róg, jest średnim pomysłem i wpływa na obniżenie stopnia dopasowania strony do modelu mentalnego użytkownika, który został wdrożony w ramach interakcji z innymi stronami WWW (ze środowiskiem). Podobnie możemy mówić o wzorcowej przestrzeni na logo, wyszukiwarkę, system wyszukiwania i rezerwacji wycieczek na stronach e-travel (jak na projektowanej przeze mnie [BlizejSłońca.pl](http://BlizejSłońca.pl)), etc.

Bardziej ogólne wzorce można wychwycić poddając analizie strony z danego sektora, np. e-commerce (Michael L. Bernard, Criteria for optimal web design).

W przypadku pracy projektanta, trzeba także uważać z generalizowaniem wniosków powstałych w wyniku badania naturalnego środowiska i zważać na regionalne wpływy. Do klasycznych regionalizmów należą chociażby – w przypadku Internetu – rozmieszczenie na anglojęzycznych stronach bankowych logowania do systemu w lewej kolumnie (a nie w prawej); w przypadku desktopu – rozmieszczenie opcji zamykania okienek w systemie Mac OS, w lewej górnej części, a nie prawej, jak to ma miejsce w innych systemach (ten regionalizm to tak na prawdę rodzaj atawizmu interfejsowego – pierwsze GUI było obsługiwane częściej z klawiatury, niż myszą, w związku z czym elementy Anuluj i Zatwierdź zostały przypisane odpowiednio klawiszom Esc i Enter; szkoda, że już rodzime strony przeznaczone dla użytkowników jabłuszek nie grzeszą konsekwencją – zarówno formularze na Macplug, jak i opcje dostosowania boksów na stronie głównej MyApple, to przykłady typowo windowsowego podejścia).

Rzadko kiedy zdarza się diametralnie przełamanie panujących wzorców, ale jednak czasem się zdarza, a skutki tego mogą być różne.

Niedawno, wertując The Art & Science of Web Design Jeffrey'a Veena, natrafiłem na schemat wzorca klasycznej strony WWW (rysunek 1). Książka wydana w 2001 roku miała istotny wpływ na innych projektantów, a rysunek ten doczekał się wielu omówień i przedruków (w tym w wydanej u nas: June Cohen, Serwisy WWW. Projektowanie, tworzenie i zarządzanie).

Falę dyskusji wywołałem w swoim czasie wpisem nt. prawostronnego menu i jego ewentualnych zalet. Koncepcję swoją – pokrótce – miałem także stosownie omówić na zeszłorocznym World Usability Day (nawet powstał komiks nawiązujący do tego wydarzenia). Tymczasem, przyglądając się stronom z nurtu Web

2.0 – blogom, które zastąpiły web-jedno-zerowe home-page – czy też serwisom twitteropodobnym, trudno oprzeć się wrażeniu, iż nurt ten w dużym stopniu propaguje model odwrotny do klasycznego (rysunek 2).

Co z tego wynika dla projektowania?

1. Badaj zachowanie użytkowników, by zidentyfikować wzorce ich zachowań.
2. Analizuj statystyki, zwłaszcza pod kątem tego, w jakich innych niż Twój serwisach internetowych przebywają osoby z grupy docelowej. Gdy wyodrębnisz odpowiednią grupę stron WWW, poddaj analizie ich układ tak, by móc określić wzorce, które sprzyjają takiemu, a nie innemu zachowaniu użytkowników.
3. Strona, którą projektujesz, zyska na czytelności, gdy będzie zbliżona w ramach układu do stron, które już znają Twoi użytkownicy. Jeśli tak dużą osiągasz wartość, to nie bój się kopiowania – skuteczniają to zarówno mniejsi gracze (GL vs Oferia), jak Ci więksi (poprzednia wersja Polska Times vs aktualna Wyborcza), czy w swoim czasie Yahoo! vs WP.
4. Pójście pod prąd, wywołuje przeważnie natychmiastową reakcję. Mogą to być odczucia użytkowników związane z doznaniem nowości (viva Web 2.0), jak i rozdrażnienia („do cholery, gdzie to logowanie?”).
5. Siła wzorców zauważalna jest zwłaszcza w obliczu prac natury redesignu (odczuwam to teraz, gdy siedzę nad redesignem serwisu z kilkumilionową oglądalnością [która przekłada się na używalność] na m-c). Użytkownicy na pewno się przyzwyczaili do takiego, a nie innego układu treści i jeśli zabierzesz im stały i znany im element, z pewnością wzbudzi to niepokój (jak wtedy, gdy pracując dla GoldenLine udało mi się namówić Mariusza do likwidacji zakładki Fora, dublującą w tamtym czasie w dużej mierze funkcjonalność Grup, a dzięki czemu zrobiło się miejsce na Spotkania). Najlepiej wtedy 1)

zlokalizować elementy istotne dla użytkowników, przyczyniające się do wytworzenia w nich takiego, a nie innego modelu mentalnego strony (np. w ramach clicktrackingu, o którym mówiłem ostatnio to tu, to ówdzie), 2) rozważyć ZA i PRZECIW decyzjom natury strategicznej – mimo wszystko czasem trzeba coś usunąć i basta!

6. Wzorce, przez to, że pozwalają zautomatyzować w sporej mierze prace użytkowników, są również bardzo silną podstawą dla systemu oceny produktu. Gdy coś projektujesz i adaptujesz wzorce, nie mów co to ma być, tylko raczej skup się na tym, co przypomina to użytkownikom. Przykład: jeden z serwisów, które aktualnie mam na tapecie, w ramach podstawowego układu oparty jest o główną architekturę Twittera – ale nie służy do tego, co Twitter. Odczucia i system oceny, który wyzwała u testowanych użytkowników, jest zbieżny z generalną strategią serwisu, która ma wiele wspólnego z systemami do mikrobloggingu. Dzięki temu, podczas użytkowania systemu, odpowiednio szybko u użytkowników powinny pojawić się odczucia znajomości systemu i przez to braku skomplikowania. Dodatkowo, naturalnym jest, że pewne odczucia towarzyszące w ramach użytkowania systemów do mikrobloggingu, powinny zostać przeniesione na nowy serwis.

W serwisie [dyplom.com.pl](http://dyplom.com.pl) prezentujemy obronione prace dyplomowe, które mogą służyć za wzór do napisania własnej pracy - gdyby potrzebowali jeszcze Państwo konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](http://pisanieprac.pl) - fachowa pomoc w pisaniu prac.