

User interfaces voor Websites

ir. Lucy Fransen, Paul Vink

Stoas afdeling Media-Ontwikkeling
Stadsbrink 427, Postbus 78, 6700 AB Wageningen
telefoon 0317-472711, telefax 0317-424770

Referaat

Veel bedrijven hebben een presentatie op het World Wide Web (WWW) of zijn daar mee bezig. Zo'n site moet er goed uitzien en actuele informatie bieden. Een goed ontwerp stelt een aantal eisen aan de user interface. Belangrijke aspecten zijn de structuur van de site en de navigatie, de vormgeving van de pagina's en de snelheid waarmee de pagina's op het scherm verschijnen. Vooraf moet duidelijk gemaakt zijn voor wie de site bedoeld is en wat op de site te vinden moet zijn. Als de site op het Web staat, moet het plan voor onderhoud en beheer in werking treden.

Het begin

Voordat er ook maar iets geproduceerd wordt, moeten de belangrijkste vragen beantwoord worden: voor wie is deze site bedoeld, wat wil ik overbrengen en hoe kan ik dat bereiken. Dit lijkt duidelijk, maar is het allerm minst. Het valt niet mee om de doelgroep duidelijk te omschrijven, en wat je met een site wilt bereiken moet wel iets meer inhouden dan 'ook op Internet staan'. Als voldoende aandacht besteed wordt aan deze vragen, wordt de keuze voor een bepaalde stijl of user interface meteen een stuk eenvoudiger. Als er meerdere doelgroepen te onderscheiden zijn, bijvoorbeeld naar taal, is het raadzaam te overwegen een paar verschillende sites te maken. Dit is ook bij andere media vanzelfsprekend. Voor elke doelgroep wordt een aparte folder ontwikkeld. Op het WWW gebeurt dit nog weinig. Een site kan gebruikt worden om informatie aan te bieden, als visitekaartje en om klantcontacten te verwerven. Maak het de bezoekers gemakkelijk om te reageren en maak het aantrekkelijk. Laat bezoekers iets aanvragen of iets invullen. De Postbank heeft bijvoorbeeld een eenvoudig programma om uit te rekenen of een doorlopende reisverzekering voordeliger is dan een gewone reisverzekering. Als je belangstelling hebt voor zo'n verzekering, kun je naam en adresgegevens intypen en is de Postbank weer een interessant adres rijker.

User interface

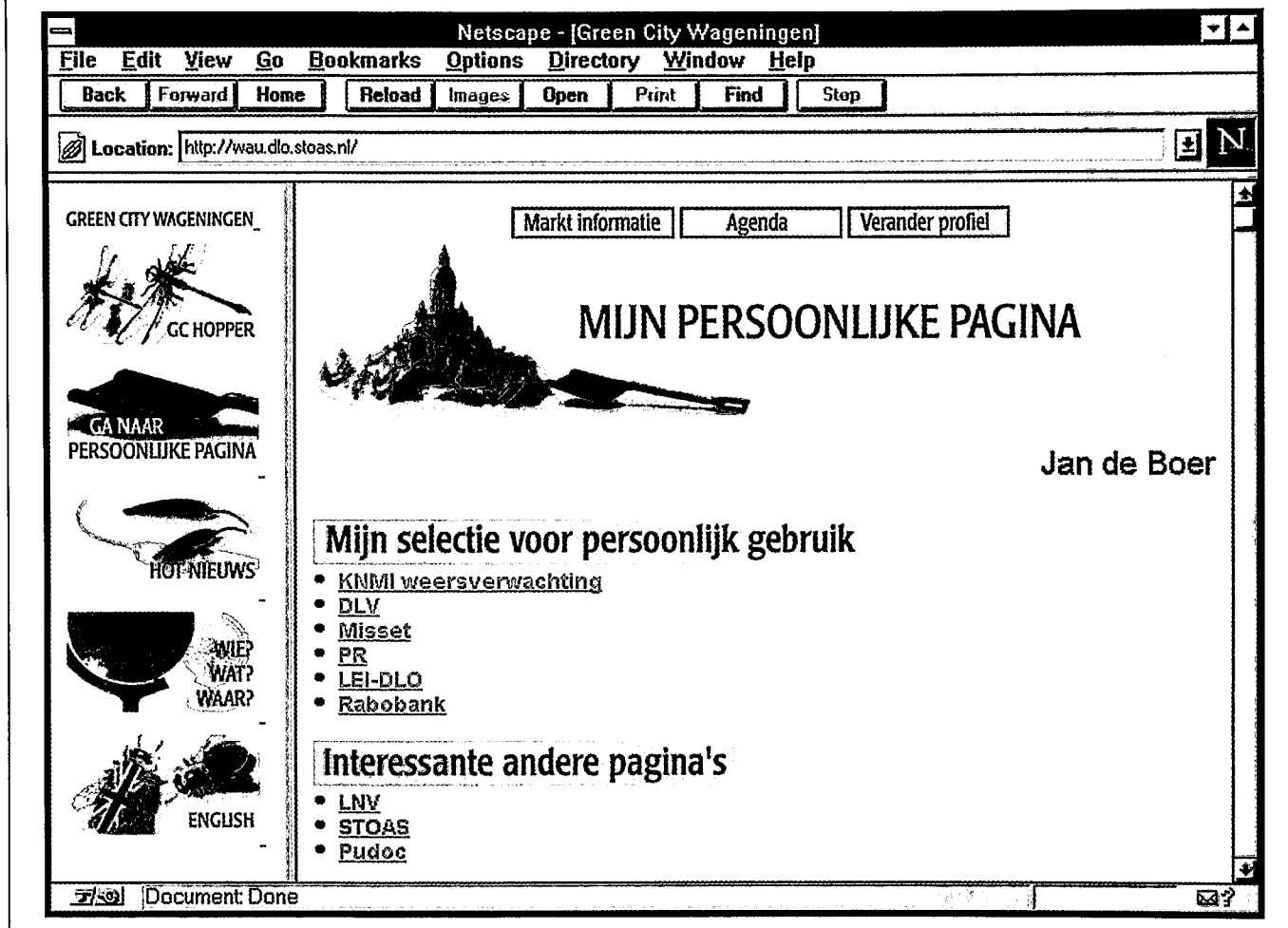
Belangrijke zaken voor het ontwerp van een user interface van een WWW site

zijn: structuur en navigatie, vormgeving en snelheid.

Structuur en navigatie

Om te zorgen dat de bezoeker zijn weg weet te vinden op de site, moet de site in de eerste plaats logisch opgezet zijn. In dat opzicht verschilt dit niet erg van een hoofdstukindeling van een boek. Kriskras door de informatie springen kan echter niet in veel andere media. Met hypertext kan dat wel omdat in een tekst verwijzingen naar compleet andere onderwerpen opgenomen kunnen worden. Het resultaat is een enorm web van pagina's waarvan elke structuur ontbreekt. Om de bezoeker toch enig overzicht te bieden en om snel (terug) te vinden wat hij zoekt, is een aantal regels te geven. De pagina's kunnen gerangschikt worden in een boomstructuur. Die structuur moet goed te overzien zijn: niet te breed en niet te diep. In de praktijk betekent dit dat een aantal van ongeveer 7 hoofdonderwerpen genoeg is. Meer kunnen mensen niet in een blik overzien. De hoofdonderwerpen kunnen een plaats krijgen op de homepage. Wanneer de site een sterk hiërarchische structuur heeft, kan een indexpagina gemaakt worden waarin directe links staan naar alle pagina's. Dit wordt bijvoorbeeld toegepast op sites waar complete handleidingen staan.

Op grotere sites die veel informatie bevatten, kun je overwegen om de bezoekers aan te bieden een persoonlijke pagina samen te stellen, compleet met links naar de voor hen interessantste pagina's van de site. In het prototype van de site voor



Green City Wageningen is deze optie opgenomen (figuur 1).

• *Navigatie*

Bied een heldere navigatie aan waardoor bezoekers snel toegang hebben tot de voor hen belangrijke pagina's. De navigatiebuttons of -links moeten steeds op een vaste plaats staan. Op langere pagina's kan het handig zijn om navigatiebuttons zowel bovenaan als onderaan de pagina te zetten. Een home button op elke pagina zorgt voor een snelle terugkeer naar de homepage.

Om een snelle toegang tot de hoofdonderwerpen te garanderen, wordt veel gebruik gemaakt van frames. Hierbij wordt een deel van het scherm bestemd voor een inhoudsopgave. Deze verandert (meestal) niet. De teksten verschijnen in een tweede deel van het scherm (figuur 2). Er zijn nogal wat sites waarin 'Terug' en 'Verder' knoppen en een knop 'Een niveau omhoog' zijn opgenomen. Dergelijke knoppen op de pagina impliceren dat de bezoeker weet hoe de site is

opgebouwd, 'Verder' is de volgende logische bladzijde en 'Terug' de vorige. In het algemeen weet de bezoeker dat niet. Je kunt beter een onderwerp of naam in die knoppen zetten, liever 'Projecten' dan 'Een niveau omhoog', een pijltje omhoog of een andere abstracte aanduiding. De 'Back' en 'Forward' knoppen van de browser hebben een heel andere functie. Die leveren de volgorde waarin de pagina's opgevraagd zijn, dit is een geheel andere functie dan de zelfde knoppen op pagina's.

• *Links, vermijd zinloos klikken*

Zorg er voor dat de bezoeker bij elke klik zinvolle informatie vindt. Klikken van opsomming naar opsomming kan beter vermeden worden. Als je inhoudsopgaven van tijdschriften wilt vermelden, kun je op de pagina waar een index van alle uitgaven staat ook alvast de inhoudsopgave van het laatste nummer zetten. De kans is immers groot dat daar de meeste interesse naar uitgaat.

Links in een pagina vallen op, gebruik

daarom trefwoorden voor links. 'Nieuwe producten' zal door de bezoeker sneller herkend worden als een link naar actuele informatie dan een constructie als 'Klik hier voor een overzicht van onze nieuwe producten'.

• *Zoeken*

Een site waar veel informatie ondergebracht is, biedt de bezoekers veel extra's als een zoekmogelijkheid voor de site is opgenomen. Zeker voor bezoekers die vaker informatie komen halen is dit een prettige optie.

Vormgeving

Je kunt bij het vormgeven van een site uitgaan van een al aanwezige huisstijl of je begint bij nul. Veelal gelden bij vormgeven rondom een bestaande huisstijl duidelijk omschreven regels die je in acht dient te nemen. Deze regels betreffen het gebruik van lettertypes, een logo, hoe groot dit maximaal en minimaal kan zijn en regels omtrent gebruik van kleur.

Is er geen sprake van een huisstijl en heb je 'carte blanche', dan moet je je extra bewust zijn van de doelgroep en het doel van de site in wording. Als het bijvoorbeeld bekend is dat de doelgroep over snelle apparatuur beschikt en monitoren met een hoge resolutie, dan mag je spreken van een 'designer's dream'. De ontwikkelingen gaan zo snel dat het zonde is om je te laten beperken door hardwarematige keuzes.

Is de doelgroep hoofdzakelijk geïnteresseerd in de inhoud van de site, dan geldt slechts één regel: houd het eenvoudig! Zorg voor een glasheldere structuur en bied navigatie aan liefst in de vorm van buttons of links die voor zich spreken en die een duidelijke, liefst vaste plaats in het scherm krijgen.

Als een site vol foefjes en gimmicks zit, wordt de wachttijd vanzelfsprekend langer. Is het niet in het belang van de doelgroep, laat ze dan weg. Kleine graphics zorgen voor ritme en geven een site een

eigen gezicht. Het ligt aan de aard van de graphics welk format je kiest. JPEG is een zwaar gecomprimeerd format. Een trage computer heeft tijd nodig om deze data 'uit te pakken', maar een trage verbinding is niet zo'n bezwaar. Vaak een goede keuze waar het foto's en grote graphics betreft.

GIF's kies je veelal voor een logo. Ze zijn groter in size, maar worden door trage computers sneller naar het beeldscherm gebracht dan JPEG.

- *Randvoorwaarden*

De website ontwerper heeft beperkte middelen om precies te bepalen hoe de site bij de surfer op het scherm verschijnt. De lay out mogelijkheden van HTML (HyperText Markup Language) voor webpagina's zijn zeer beperkt.

In HTML wordt aan delen van een tekst een bepaalde betekenis toegekend met behulp van codes, dit zijn geen opmaaktekens. Het programma waarmee je webpagina's bekijkt, de browser, interpreteert

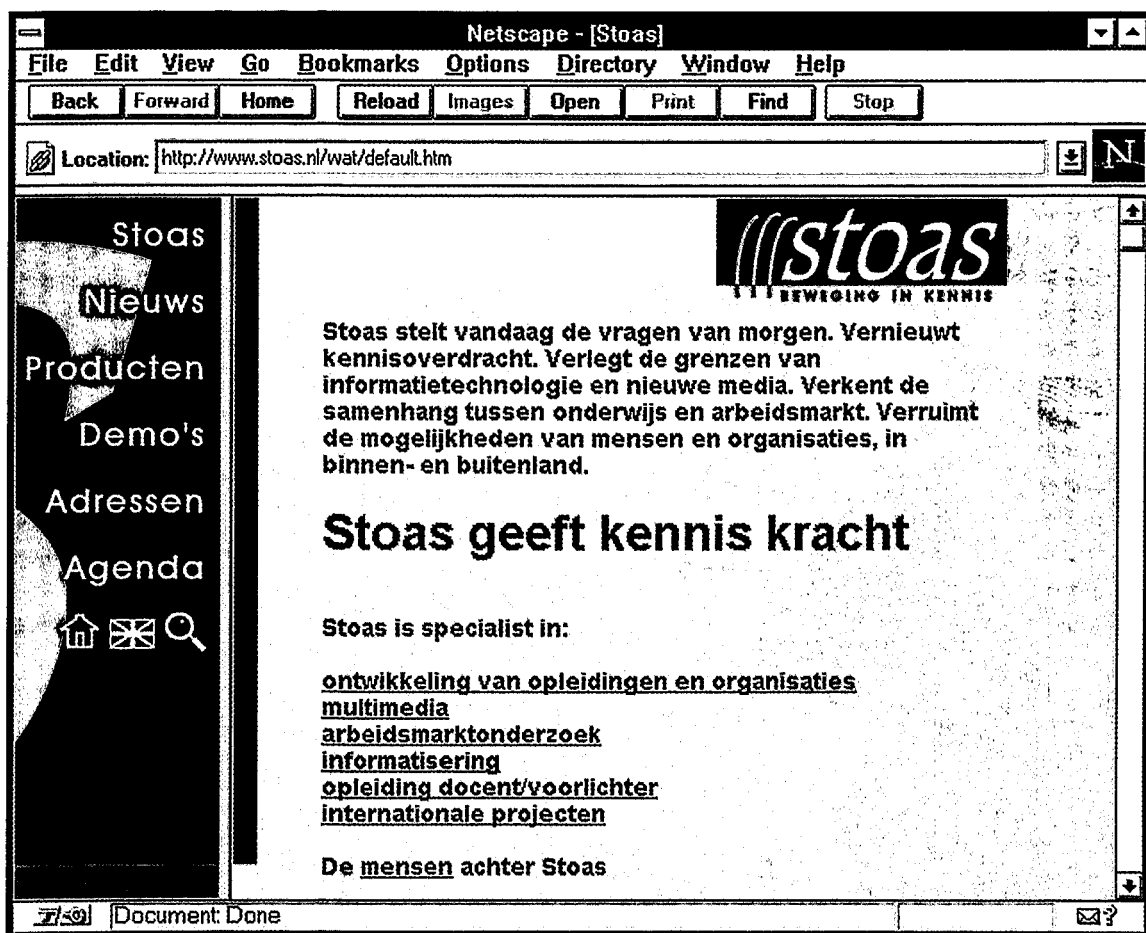
de codes in de HTML-pagina en bepaalt hoe de pagina er op het scherm uitziet.

Het resultaat hangt ook af van de monitor: op een 640 x 480 pixels scherm ziet een zorgvuldig opgemaakte pagina er heel anders uit dan op een 800 x 600 scherm. Bij het kleurgebruik moet rekening gehouden worden met het feit dat videokaarten met 256 kleuren veel gebruikt worden.

Verder kan de netsurfer default instellingen van de browser aanpassen, bijvoorbeeld een knoppenbalk al of niet laten zien of het standaard lettertype wijzigen.

HTML bestaat uit codes die door alle browsers herkend worden. Daarnaast ontwikkelen bedrijven als Netscape en Microsoft ook codes, met de bedoeling de standaard te beïnvloeden. Zo lang deze codes niet standaard zijn, kunnen de eigen browsers hiermee overweg, maar andere browsers (nog) niet. Bij het ontwerp van de site moet de

Figuur 2 - Stoas site, gebruik van frames: in het linker deel van het scherm staan de hoofdonderwerpen, rechts verschijnt de tekst van het gekozen onderwerp. <http://www.stoas.nl/>



afweging gemaakt worden welke versie van de standaard aangehouden wordt. Browsers gaan verschillend om met onbekende of foute codes. Het is daarom aan te bevelen om een site ook eens te bekijken met een 'andere' browser. Beter is om de pagina's door een programma te halen dat de HTML code controleert. Op het net zijn programma's te vinden die daarvoor ontwikkeld zijn. Zie bijvoorbeeld Yahoo voor een overzicht van HTML checkers (<http://www.yahoo.com/>).

Snelheid

Schenk aandacht aan de snelheid waarmee de pagina's op het scherm verschijnen. Hiervoor is een aantal eenvoudige regels te geven. Bovenal blijft natuurlijk belangrijk dat de plaatjes in kB's niet te groot mogen worden. Plaatjes in GIF formaat zijn vrij omvangrijk. De plaatjes verschijnen echter vrijwel meteen op het scherm. De snelheid van de verbinding met Internet is dus bepalend voor de snelheid waarmee het plaatje op het scherm verschijnt. Het formaat JPEG is zwaar gecomprimeerd en is in kB's niet groot. Het nadeel is dat die afbeeldingen door de computer geconverteerd worden: dit kost ook tijd, zeker op een trage computer.

De volgorde waarin een pagina wordt opgebouwd, kan het gevoel van onnodig wachten voorkomen: in de HTML pagina kun je bij plaatjes de afmetingen opgeven. De tekst wordt rondom de plek waar het plaatje zal verschijnen alvast opgebouwd. Je kunt al verder klikken voordat de plaatjes compleet op het scherm staan. Het is ook mogelijk om een plaatje in twee fasen op het scherm te zetten: eerst een kleine en snelle GIF, gevolgd door een mooi uitgewerkte complete JPEG. Gebruik zo mogelijk op alle pagina's hetzelfde plaatje voor de achtergrond. De browser slaat eenmaal geladen plaatjes intern op. Als een plaatje eenmaal geladen is, hoeft het de volgende keer niet meer te gebeuren omdat de pagina wordt opgebouwd met het plaatje uit de cache. Eén keer wachten is niet zo'n probleem, als dat echter bij elke pagina gebeurt, zal de bezoeker sneller afhaken.

Zijn gedetailleerde afbeeldingen erg belangrijk, dan kun je op de pagina een kleine afbeelding opnemen met een link naar een pagina waar de afbeelding in

groot formaat staat. Alleen voor de echt geïnteresseerden.

Extraatjes

Als je verwacht dat bezoekers van de site een aantal pagina's willen printen, kun je als extra service een printversie van een setje pagina's verstrekken. Het grote voordeel is dat de geïnteresseerde lezer een geordend verhaal krijgt in plaats van een bundeltje losse pagina's. Voor het onderhoud van de site is dit niet zo'n gelukkige oplossing omdat de informatie op twee plaatsen bijgehouden moet worden.

Bestanden van bijvoorbeeld Microsoft Word, Microsoft Excel en WordPerfect kunnen geconverteerd worden naar PDF (Portable Document Format). Deze bestanden zijn te bekijken en uit te printen met het programma Adobe Acrobat Reader dat aan de browser gekoppeld wordt. Voordeel van dit formaat is dat de opmaak behouden blijft en dat de bestanden relatief klein zijn zodat dit ook een aantrekkelijke optie is voor bezoekers met een minder snelle verbinding.

Beheer sites

Een sterke kant van publiceren op het World Wide Web is de actualiteit. Een persbericht dat vandaag uitgegeven wordt, kan meteen op het net gezet worden. De grote vraag is natuurlijk: wie moet dat doen? Beslissingen over grote lijnen, wijzigingen in de structuur, onderzoek naar doelgroepen zijn zaken waar een redactie zich over moet buigen.

Informatie actueel houden kan echter ook door andere medewerkers gebeuren. Een goed uitgangspunt is dat de persoon die in andere media verantwoordelijk is voor het actueel houden van een bepaald stuk informatie, dit ook op Internet doet. Een voorwaarde is dat de site zodanig opgezet moet worden dat onderhoud eenvoudig te realiseren is. Er zijn voldoende mogelijkheden om zelfs zonder enige HTML kennis pagina's op Internet te verzorgen. Bijvoorbeeld met Navigator Gold (een gewone browser, aangevuld met edit mogelijkheden).

Een complicerende factor voor het onder-

houd is een site die in twee talen wordt aangeboden. Wijzigingen moeten steeds minstens twee keer doorgevoerd worden.

HTML pagina's kunnen ook gegenereerd worden uit een database. Het is niet nodig om daarvoor een nieuwe database te ontwikkelen omdat ook bestaand materiaal gebruikt kan worden. Updates zijn gemakkelijk uit te voeren omdat informatie maar op één plaats wordt bijgehouden. HTML pagina's die vanuit een database gegenereerd worden, lijden nogal eens aan een gebrek aan vormgeving en aandacht voor de user interface. Dat hoeft niet zo te zijn. In het programma dat de pagina's aanmaakt, kunnen ook deze zaken opgenomen worden.

Afhandeling van mailtjes naar aanleiding van een bezoek aan de site moet goed geregeld worden. Behandel mail zo veel mogelijk als gewone post: laat mail op een centraal punt binnenkomen en stuur de mailtjes door naar de persoon die actie moet ondernemen. Dit geeft de meeste kans op een snelle afhandeling en dat verwachten mensen die op deze manier contact opnemen.

Tot slot

Een WWW site is een visitekaartje voor het bedrijf net als folders en advertenties. Bij het ontwerp van een site gaat het om inhoud, structuur en vormgeving van de site, maar ook om een plan voor beheer en onderhoud van de informatie in de toekomst. Een website is een serieus medium, het ontwerp en de bouw is een zaak voor specialisten.

Literatuur

- December, John and Mark Ginsburg (1995). HTML and CGI unleashed Sams.net Publishing
- Kentie, Peter (1996). Webdesign & HTML in de praktijk. Addison-Wesley Nederland B.V. <http://www.kentie.com/>
- Sun microsystems inc. (1996). Guide to Web Style <http://www.sun.com/styleguide/> @