

Usability – abilitatea crearii paginilor web eficiente

Usability – the ability of creating the web pages in an efficient way

Usability – abilitatea crearii paginilor web eficiente

Site-ul unei biblioteci trebuie sa deserveasca un scop practic. El este folosit ca un instrument de marketing on-line si in general este mijlocul de acces la distanta la informatii puse la dispozitie de biblioteca.

Articolul abordeaza tema analizei uzabilitatii unui site. In contextul analizat uzabilitatea se refera la:

- 1.-continutul site-ului
- 2.-structura site-ului
- 3.-design-ul site-ului
- 4.-elementele de navigare
- 5.-interactiunea cu vizitatorul

Este subliniata importanta tot mai mare pe care o are crearea unei pagini web, enumerand cateva reguli pentru a obtine o pagina web eficienta.

In final autorul realizeaza o scurta trecere in revista si analiza a home-pageurilor bibliotecilor publice romanesti.

Cuvinte cheie: usability, pagini web, evaluare, vizitatori virtuali, navigare, biblioteci publice

Usability – the ability of creating the web pages in an efficient way

The site of a library must cater for a practical purpose. The site is used as an on-line marketing instrument and, in general, is the way of accessing the information offered by the library from a distance.

The article approaches the theme of analysis of the usability of a site. Under the given context, the usability refers to:

1. the content of the site
2. the structure of the site
3. the design of the site
4. the elements of navigation
5. the interaction with the visitor

It is underlined the growing importance which the creation of a web page has and there are presented some rules to obtain an efficient web page.

Finally, the author makes a short presentation and analysis of the Romanian public libraries home pages.

Keywords: usability, web pages, evaluation, virtual visitors, navigation, public library.

I. Introducere

Vi s-a intamplat sa va invaritati printre rafturile cu carti ale unei biblioteci si sa nu gasiti un anumit domeniu? Un site deficitar conceput este ca o biblioteca in care domeniile nu sunt marcate corespunzator. Intr-o astfel de biblioteca vizitatorul apeleaza la “bunavointa” bibliotecarului. Dintr-un site iese insa cu un click.

Cum sa-l faci sa stea la tine pe site depinde in mare masura de nivelul de “usability” al site-ului.

In literatura de specialitate, notiunea de “web usability” este mentionata in relatie cu:

- eficacitatea, eficienta si satisfactia cu care un vizitator isi poate indeplini sarcinile, sau
- utilitatea site-ului si usurinta in folosire, sau
- eleganta si claritatea cu care se face navigarea vizitatorului intr-un site.

Prin definitie, standardizata in domeniu de altfel, expresia **software usability** se considera a fi: “capacitatea unui produs software de a fi inteles, studiat, folosit si de a fi atractiv pentru utilizator, atunci cand este utilizat in conditii specifice”(1)

Dictionarele de specialitate romanesti nu mentioneaza acest cuvant. Singurul dictionar in care s-a intalnit acest termen este cel al lui Simon Collin, *Dictionar de multimedia, englez-roman*, Editura Universal Dalsi, 2001, p.273. Aici este data urmatoarea traducere: usability = aplicabilitate (usurinta cu care poate fi folosit un hardware sau un software). Deoarece cuvantul aplicabilitate nu pare a fi o traducere foarte reusita si pentru ca pe blogurile si pe site-urile romanesti a aparut cuvantul uzabilitate, in continuare vom considera usability=uzabilitate.

Un site bun inseamna ca acesta este util si usor de folosit. Degeaba este util daca vizitatorul nu va putea sa-l foloseasca. La fel, degeaba este foarte usor de folosit daca nu contine nimic interesant pentru vizitator.

Ce putem obtine imbunatatind un site din punct de vedere al uzabilitatii?

- cresterea numarului de vizitatori virtuali;
- marirea loialitatii si satisfactiei vizitatorilor (vizitatorii revin);
- rata crescuta de transformare a vizitatorilor virtuali in utilizatori ai serviciilor de biblioteca.

Este prea putin? Nu cred. Consider ca merita efortul de a ne apleca putin asupra acestui termen si mai ales de a afla cum putem aplica aceste notiuni asupra site-ului unei biblioteci publice.

Un alt argument ar putea fi si faptul ca directiile de dezvoltare ale unei biblioteci (directii incluse in proiecte de dezvoltare pe termen mediu si lung) trebuie sa fie rezultatul unor decizii luate ca urmare a cunoasterii noilor tehnologii informatice, a posibilitatilor de absorbtie si a efectelor implementarii unor astfel de tehnologii.

Site-ul unei biblioteci trebuie sa deserveasca un scop practic. El este folosit ca un instrument de marketing on-line si in general este mijlocul de acces la distanta la informatii puse la dispozitie de biblioteca.

In acest context uzabilitatea se refera la:

- 1.-continutul site-ului
- 2.-structura site-ului
- 3.-design-ul site-ului
- 4.-elementele de navigare
- 5.-interactiunea cu vizitatorul

Uzabilitatea unui site poate fi masurata prin prisma performantelor si a erorilor (uzabilitate crescuta inseamna erori putine) sau prin prisma productivitatii (mai multi vizitatori virtuali inseamna uzabilitate mai mare). Uzabilitatea poate fi masurata si prin caracteristicile interfetelor sau, subiectiv, prin preferintele vizitatorilor (imi place, nu imi place).

Pentru a sti daca un site corespunde criteriilor de baza ale uzabilitatii este bine sa testati site-ul.

Exista metode diferite pentru a evalua uzabilitatea unui website.

-evaluarea prin intermediul unor utilizatori dintr-un grup tinta. Se incearca a se indeplini anumite scenarii si se analizeaza cat de repede poate un utilizator, care nu a mai vazut niciodata site-ul sa rezolve situatiile impuse de scenariu. Pentru un utilizator care a mai vazut site-ul se verifica cat de usor isi aminteste cum a realizat anumite operatiuni, cat de usor navigheaza pe site, cat de mult ii place site-ul etc.

-evaluarea prin intermediul unui grup de experti, care vor aplica principiile de baza ale uzabilitatii.

Se pot realiza si studii bazate pe experimente cu dispozitive de detectie a centrului de interes (eye-tracking). Noile tehnologii si cercetarile in domeniul designului vizual pot „descifra” privirea oamenilor in momentul in care „scaneaza” o pagina web (unde s-a oprit privirea, pentru cat timp, unde a revenit, de cate ori, ce elemente au fost omise etc.). Deocamdata aplicarea acestor tehnologii de catre o biblioteca reprezinta deziderate deoarece preturile sunt prohibitive si de asemenea firmele si specialistii romani in domeniu sunt putini.

Conceptul de uzabilitate a unui site reprezinta o suma de cunostinte legate de comportamentul standardizat al utilizatorului de Internet. Modul in care un utilizator poate aprecia un site depinde si de experienta sa, gradul de educatie si cultura, chiar de starea psihica in momentul vizitei virtuale.

Pentru foarte multi termenul de „web usability” este sinonim cu Jakob Nielsen, cofondatorul Nielsen Norman Group, autorul a foarte multor studii referitoare la cresterea uzabilitatii unui site prin analiza comportamentului navigatorilor in Internet (2).

II. Sfaturi si trucuri pentru a obtine o pagina web eficienta

Reluand cele spuse in prima parte referitor la uzabilitate sa detaliem putin, fara a avea pretentia de a acoperi tot ceea ce s-a spus sau scris in domeniu.

1. Continutul site-ului:

O privire rapida asupra paginilor de start ale site-urilor bibliotecilor publice ne arata ca exista foarte multa informatie despre istoricul institutiei, misiunea ei sau modul de organizare. Oare cati vizitatori sunt interesati de o transpunere a ghidului de prezentare al bibliotecii pe pagina de start? Informatia din pagina de start trebuie sa se limiteze la strictul necesar, sa fie clara si concisa, sa ofere link-uri functionale (link-uri care sa fie descrise exact, nu de genul Click aici), sa nu contina greseli gramaticale, sa foloseasca o exprimare clara (fara termeni de stricta specialitate), sa raspunda intrebarilor utilizatorilor.

Continutul text al unui site web trebuie sa fie:

-scurt

-scanabil

-sa ajunga repede in miezul problemei

-sa fie actualizat permanent.

Vizitatorii trebuie sa stie ce le ofera site-ul dumneavoastra.

-In primul rand trebuie ales un nume de domeniu. Pe cat este posibil, adresa trebuie sa fie scurta, usor de memorat, expresiva, sa se regaseasca in denumirea/sigla institutiei.

De asemenea este bine sa aveti domeniul propriu. Un site gazduit pe un alt domeniu ar trebui sa reprezinte doar o solutie temporara pentru o institutie serioasa. De asemenea un domeniu secundar are sanse mai mici de a fi regasit de motoarele de cautare.

-Este important sa punctati, din pagina de start, serviciile oferite de biblioteca prin intermediul paginii web. Nu lasati vizitatorul sa navigheze pana la ultima pagina pentru a afla ca acel site contine catalog on-line, liste bibliografice sau link-uri spre documente full text.

2. Structura site-ului

Exista o regula, devenita clasica, in web design, regula celor 3 click-uri. Aceasta spune ca in orice loc dintr-o pagina trebuie sa se poata ajunge prin maxim 3 click-uri. In caz contrar vizitatorul se va simti ratacit in pagina, va uita pe unde a fost deja si nu va mai sti sa revina la partea care l-a interesat. Datorita structurii ierarhice a unui site se impune ca bara de navigatie sau meniurile drop-down sa fie nelipsite de pe o pagina de start. Ele vor ghida vizitatorul spre a gasi mai repede informatia dorita. Atentie insa, in general vizitatorilor le place sa navigheze pe site dar nu le place sa deruleze paginile pana la final. Pastrati deci paragrafele scurte si concise.

O alta regula cunoscuta este regula celor 5 degete. Intr-o insiruire de tip lista e bine sa existe cel mult 5 optiuni, 60% dintre vizitatori le vor citi, oricum, numai pe primele 5, restul fiind ignorate.

Oricat de clara si explicita aveti impresia ca ati facut pagina de start, niciodata sa nu credeti ca va fi la fel de limpede si pentru vizitatori. Ar fi bine sa testati impactul pe care il produce site-ul dvs asupra prietenilor sau colegilor, urmarindu-le reactiile si impresiile.

3. Designul site-ului

Regula principala in design este de a face site-ul usor de citit. Textul, fundalul si imaginile plasate pe pagina trebuie sa aiba un contrast cat mai puternic. Partea grafica poate fi atragatoare dar plasand un text peste o imagine va fi foarte greu de citit. Imaginati-va cum ar fi sa cititi un text rosu peste un fundal albastru. Marimea literelor si stilul acestora de asemenea nu trebuie sa ingreuneze citirea textului, care oricum, se stie, este mai inceata cu aproximativ 25% pe monitor fata de citirea pe pagina de hartie. Fonturile decorative pot fi pastrate intr-un logo dar ocoliti-le in corpul textului. Cele mai uzuale corpuri de litera sunt tipurile serif (in general Times – pentru texte de mari dimensiuni) si sans-serif (Arial sau Helvetica). Stilurile de litera italic sau condensat sunt mai greu de citit, iar daca o intreaga pagina este scrisa astfel ea va fi ocolita. Nu combinati prea multe stiluri de litera (doua ar fi suficient), lasati spatii intre randuri.

Daca vreti ca textul dumneavoastra sa fie citit faceti-l usor de citit.

Pastrati aliniamentul textului la stanga, nu centrat. Textul centrat poate fi folosit pentru titluri.

Aspectul si modul de expunere a paginii (layout) trebuie sa ramana consecvent pe parcursul navigarii in cadrul aceluiasi site. Coerenta si consecventa informatiilor si imaginilor sunt esentiale in conturarea imaginii unei institutii profesioniste. Daca aveti anumite efecte atasate unor butoane, trebuie sa pastrati efectele de-a lungul paginilor. Codul de culoare, efectele de fundal, antetul, sigla, logo-ul, aliniamentul paginilor trebuie sa se pastreze in toata ierarhia site-ului pentru a nu crea confuzii in mintea vizitatorului. In caz contrar acesta nu mai stie daca se afla pe acelasi site de biblioteca sau pe un alt site.

Imaginile dintr-o pagina sunt amplasate pentru a sublinia sau detalia mesajul textului. Pentru a nu creste timpul de incarcare a paginii este indicat sa folositi fotografiile thumbnail (fotografiile cu dimensiunea aproximativa de 100*100 pixeli). Daca utilizatorii vor o poza mai mare, atunci aratati-le o poza mai mare (printr-un zoom atasat) deoarece asta inseamna ca sunt dispusi sa astepte pana cand imaginea se incarca.

4. Elementele de navigare

Cresterea complexitatii site-urilor face ca asigurarea unor organizari optime a elementelor de navigare sa devina imperios necesara.

Imaginile grafice de genul butoane, link-uri sau liste trebuie sa fie usor de citit. Este mai important a fi intelese decat de a avea efecte gen flash. Link-urile trebuie sa fie unice, ele nu trebuie sa arate la fel ca restul textului unei pagini. Navigarea trebuie sa fie intuitiva.

In alegerea pozitiei in care vor fi amplasate butoanele sau link-urile trebuie sa tineti seama de faptul ca marea majoritate a vizitatorilor “scaneaza” ecranul monitorului de la stanga la dreapta si de sus in jos (sub forma literei F).

5. Interactiunea cu vizitatorul

-Prima pagina trebuie sa se incarce in cel mult 20 de secunde. In caz contrar, jumatate dintre vizitatori vor apasa butonul back. Daca totusi incarcarea paginii dureaza mai mult e bine sa avertizati vizitatorul printr-un mesaj.

-Majoritatea utilizatorilor de azi folosesc Internet Explorer. Mai sunt insa destui care folosesc si alte browsere (Firefox – din ce in ce mai multi, Opera). E bine sa va optimizati site-ul pentru toate platformele.

-In cazul in care folositi formulare pentru culegere de date (in general pentru “intreaba bibliotecarul”) e bine ca acestea sa nu fie prea lungi si sa nu folositi multe intrebari sau optiuni inutile. Nu creati campuri obligatorii daca acestea nu sunt cu adevarat obligatorii.

-Lipsa informatiei de contact da impresia unei firme fara adresa. Desi numerele de telefon si adresele de e-mail sunt cele mai cerute forme de contact, nu uitati sa treceti si adresa fizica a institutiei, eventual o harta cu descrierea locatiei.

-Ideal ar fi sa aveti pagini si in alte limbi de circulatie internationala. Este adevarat ca majoritatea vizitatorilor sunt cunoscatori ai limbii romane dar ramane un procent de vizitatori straini care, poate, doresc sa va cunoasca sau sa ia legatura cu dumneavoastra.

Acestea sunt doar cateva reguli, necesar a fi cunoscute atunci cand se creeaza sau cand este nevoie a se aprecia si evalua o pagina web construita de o firma pentru o biblioteca. Pentru ca un site eficient din punct de vedere al uzabilitatii castiga atentia vizitatorului, il orienteaza spre serviciul pe care il cauta si in acelasi timp ii permite vizitatorului sa execute actiuni in cel mai simplu mod si in cel mai scurt timp cu putinta.

Abordata corect, o prezentare pe Internet devine un instrument eficient, care va lucra 24h/zi, 365 zile/an pentru promovarea institutiei in cea mai complexa retea de utilizatori – reseaua Internet.

III. Homepage-ul bibliotecilor publice romanesti – scurta analiza

Una dintre cele mai importante parti ale unui site web este pagina de start (homepage). Ea reprezinta primul contact al vizitatorului virtual cu biblioteca. Si asa cum se stie prima impresie este decisiva.

Vor fi remarcate rapid viteza de acces, calitatea graficii si organizarea informatiei. Studiarea unei pagini web sau ignorarea acesteia vor fi decise in primele 20 de secunde. Pentru biblioteca exista un real conflict intre necesitatea de a face informatia din homepage scurta si concisa si dorinta de a oferi informatii despre toate serviciile oferite.

Cine castiga? Evident, si intotdeauna, utilizatorul.

Dar cine sunt utilizatorii? Utilizatorii unei biblioteci publice nu fac parte dintr-un grup omogen (la fel ca in cazul bibliotecilor universitare sau specializate) dar si ei sunt influentati in aceeasi masura de aparitia Internetului. Doar aceasta constatare si este suficienta pentru a ne ingreuna misiunea.

Care sunt informatiile preponderent cautate de utilizatori pe pagina unei biblioteci publice? Utilizatorii pot fi la prima vizita sau, avand experienta navigarii pe site-ul respectiv, cauta exact

elementele care ii intereseaza. Din cate cunostem, in Romania, nu exista studii care sa releve comportamentul vizitatorilor virtuali ai website-ului unei biblioteci.

Ce aflam din literatura de specialitate? Scopul cel mai important al unei homepage este acela de a ghida vizitatorul, pe drumul cel mai scurt catre cea mai utilizata informatie. Intotdeauna vizitatorul unei pagini web va urma linia minimului efort depus.

La cea de-a 73-a Conferinta Internationala IFLA, organizata in Africa de Sud, la Durban, in august 2007 (3), au fost enumerate principalele teme (task-uri) ale homepage-ului unei biblioteci publice, care ar putea fi:

- adresa
- cum ajungem la biblioteca
- programul de lucru cu publicul
- catalogul on-line
- serviciile de imprumut la domiciliu
- permisul de intrare (cum se obtine)
- contul de utilizator
- colectiile digitale
- link-urile
- serviciile de referinta
- taxe
- serviciile pentru copii si tineri
- filialele bibliotecii
- servicii comunitare
- noutati, evenimente

In analiza pe care am facut-o, in perioada 24-30 octombrie 2007, am luat in considerare homepage-ul a 25 biblioteci publice romanesti. Dintr-un total de 40 biblioteci publice judetene, 16 biblioteci fie nu au site web propriu, fie, in perioada amintita, nu a functionat acest site.

Datele extrase se refera la situatia statistica a existentei urmatoarelor informatii:

- informatii de contact (adresa fizica si electronica, nr. de telefon)
- programul de lucru cu publicul
- informatii despre filiale
- catalog on-line
- modul de obtinere a permisului de intrare, conditii de imprumut, taxe
- contor pentru vizitele virtuale
- servicii de referinte (intreaba biblioteca)
- noutati, evenimente, informatii despre manifestarile culturale ale bibliotecii (in afara celor cuprinse in planul anual de activitati)
- informatii despre biblioteca, in limbi straine (engleza, franceza)

S-au luat in considerare site-urile care au prezentate informatiile enumerate mai sus direct pe homepage-ul bibliotecii, sau se poate ajunge la informatia respectiva din maximum 3 click-uri

Deoarece nu avem instrumente de masura eficiente, aprecierile referitoare la originalitate, design grafic, continut eficient, usurinta navigarii le lasam la latitudinea fiecarui vizitator virtual.

Rezultatele sunt urmatoarele:

- informatii de contact (adresa fizica si electronica, nr. de telefon)- sunt prezente pe 25 de site-uri (100%)
- informatii despre programul de lucru cu publicul- sunt prezentate pe 19 site-uri (76%)
- informatii despre filialele bibliotecii- sunt prezentate pe 19 site-uri (76%)

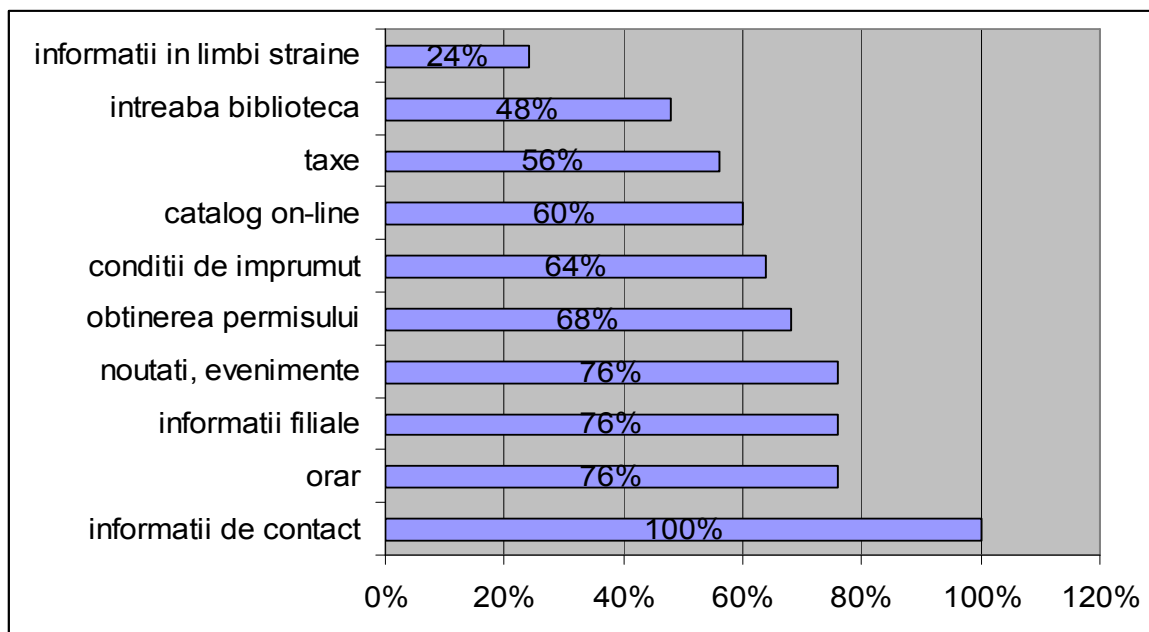
- informatii despre modul de obtinere a permisului de intrare, conditii de imprumut, taxe- sunt prezentate astfel: 17 site-uri ofera informatii despre modul de obtinere a permisului (68%), 16 site-uri ofera informatii despre conditiile de imprumut (64%), 14 site-uri ofera informatii despre taxe (cuantumul lor sau servicii gratuite) (56%)
- catalog on-line- este accesibil pe 15 site-uri (60%). In perioada in care s-a facut studiul, din cele 15 cataloage on-line prezente 4 nu functionau (link inactiv)
- serviciul de referinte prin e-mail (intreaba biblioteca) – este prezent pe 12 site-uri (48%)
- noutati, evenimente, informatii despre manifestarile culturale ale bibliotecii (in afara celor cuprinse in planul anual de activitati)- sunt prezentate pe 19 site-uri (76%). Din pacate pe 5 site-uri informatia este foarte veche, uneori de acum citiva ani.
- informatii despre biblioteca, in limbi straine (engleza, franceza)- sunt prezente pe 6 site-uri (24%), dintre care un site nu are link-ul functional. Informatiile prezentate, cu o singura exceptie, sunt parțiale, in general informatii despre istoricul, misiunea sau datele de contact ale institutiei, informatii ce nu necesita actualizare decat foarte rar.

Alte observatii:

Din cele 25 de site-uri de biblioteca studiate:

- 24 (96%) biblioteci ofera informatii despre istoricul bibliotecii;
 - 20 (80%) site-uri ofera informatii despre structura organizatorica a bibliotecii;
 - 17 (68%) biblioteci ofera informatii despre programul de manifestari culturale (5 site-uri nu sunt actualizate);
 - 10 (40%) site-uri ofera informatii despre proiectele desfasurate sau in derulare (dintre care 2 au informatie foarte veche);
 - 11 (44%) site-uri ofera informatii succinte despre valorile de patrimoniu detinute;
 - 8 (32%) site-uri prezinta informatiile despre documentele de biblioteca nou achizitionate.
- Sintetizand aceste date statistice obtinem urmatoarea reprezentare grafica:

Procentul in care se regasesc anumite categorii de informatii pe site-urile bibliotecilor publice



O problema aparte o reprezinta modul de contorizare a vizitelor (inserarea unui counter) precum si analiza site-urilor din punct de vedere al numarului de vizitatori (inscrierea pe site-uri ce ofera astfel de servicii).

Modul de monitorizare a vizitelor virtuale difera substantial de cel al vizitelor fizice. Existenta acestui indicator statistic este foarte important pentru o biblioteca, el aratandu-ne in acelasi timp evolutia si modul in care se trece de la utilizarea serviciilor traditionale de biblioteca la cele virtuale. Contorizarea paginilor vizitate este dificila din mai multe puncte de vedere:

- nu cunoastem numarul exact al persoanelor care sunt in fata monitorului in momentul vizitei, deoarece, in general, contorizarea se face pe baza IP-ului calculatorului

- in momentul deschiderii unei pagini nu cunoastem cate cautari s-au facut pe acea pagina

- informatiile referitoare la vizitatori (nivel de pregatire, varsta, sex etc) sunt relative si se bazeaza pe statisticile efectuate de firmele ce ofera astfel de servicii -

Acestea sunt cateva dintre lipsuri, dar, totusi, se pot obtine informatii referitoare la analiza traficului (pe ore, zile, saptamani si luni), analiza referrer-ului ("locul" din care s-a ajuns pe pagina bibliotecii), informatii despre vizitatori (sisteme de operare, browsere, tari). Intre a nu avea nici un fel de informatie si a avea o informatie partiala consideram ca este preferabila ultima varianta.

Dintr-un numar de 25 site-uri ale bibliotecilor publice, 13 (52%) sunt inscise pe astfel de site-uri de analiza, dintre care 11 sunt pe trafic.ro. De asemenea 10 biblioteci au pe site, vizibil si functional, un counter.

Constatam ca este prezenta, intr-un procent ridicat, informatia „statica”, invariabila (gen istoric, organizare, structura, conditii de acces, program de lucru), ce nu necesita eforturi de comunicare permanenta din partea bibliotecilor. Anumite categorii dintre aceste informatii, de tipul date de contact, program de lucru, modul de obtinere a permisului de biblioteca, conditii de imprumut, taxe le consideram a fi strict necesare pentru a raspunde unor intrebari frecvente ale vizitatorului, dar ele nu trebuie sa constituie categoria majoritara de informatie oferita publicului, nu trebuie sa ne limitam doar la ele.

Comunicarea, prin intermediul paginilor web, trebuie sa se transforme dintr-o comunicare pasiva intr-una constant activa.

Incerari in acest sens s-au facut prin implementarea serviciului „intreaba biblioteca”, serviciu ce raspunde, in general, solicitarilor simple de informare, care necesita un raspuns succint, solicitari care necesita o cercetare bibliografica, dar fara aprofundarea domeniului. Asa cum s-a mentionat acest serviciu este prezent pe 48% din site-urile studiate.

O alta constatare care se desprinde din analiza site-urilor mentionate este referitoare la optimizarea paginilor web ale bibliotecilor. Un site odata creat are nevoie de o analiza continua in vederea optimizarii lui. Optimizarea propriu-zisa se efectueaza in doua moduri:

- On-page (aici sunt incluse, fara a se limita la, urmatoarele: proiectarea, programarea, analiza cuvintelor cheie, analiza traficului etc.)

- Off-page (inscrierea in directoare, schimbul de link-uri, actiuni ce au ca rezultat avansarea pe prima pagina a motoarelor de cautare etc)

Toate aceste informatii referitoare la structurarea site-urilor bibliotecilor publice precum si datele statistice prezentate, le-am extras pentru a sublinia importanta analizei modului in care este construit un site de biblioteca.

Utilizarea tehnologiilor multimedia este o caracteristica pregnantă a tuturor sistemelor actuale de prezentare a site-urilor web comerciale si universitare. Amprenta intuitiva si plusul de atractivitate pe care le confera site-urilor web sunt de neinlocuit.

Intrucat bibliotecile publice isi doresc a fi parte activa in procesul de educare, instruire si informare calea care probabil va fi urmata implica modificari fundamentale in structurarea paginilor web, adaptarea lor la sisteme ce se bazeaza pe interactivitate deplina sau restransa.

Mihaela Voinicu
material publicat in
Revista Romana de Biblioteconomie si Stiinta Informarii,
Bucuresti, Nr. 1/2008

NOTE

1. ISO 9241-11, 1998, International Organization for Standardization, Geneva
2. www.useit.com
3. <http://www.ifla.org/IV/ifla73>

WEBGRAFIE

1. <http://www.ifla.org/IV/ifla73/papers/074-Poll-en.pdf> (accesat: 14 septembrie 2007)
2. <http://www.powerhomebiz.com/vol23/rules.htm> (accesat: 15 octombrie 2007)
3. <http://www.intuitive.com/articles/design-guide.html> (accesat: 15 octombrie 2007)
4. http://www.7nights.com/dkrprod/gwt_three.php (accesat: 10 octombrie 2007)
5. <http://www.grantasticdesigns.com/5rules.html#navigate> (accesat: 10 octombrie 2007)
6. <http://www.metromind.ro/resurse/articole/usability-cel-mai-important-ingredient-pentru-un-site-reusit.html> (accesat: 11 octombrie 2007)
7. <http://www.epayment.ro/articole/articol30.html> (accesat: 11 octombrie 2007)