

VAD BEHÖVER EN BRA WEBBSIDA?

(översatt från Opera Curriculum: [What does a good web page need?](#))

av Mark Norman Francis

INTRODUKTION

Denna artikel är en fortsättning av [den förra](#). Jag kommer att granska innehållet från webbplatsen om "The Dung Beatles" för att ge dig en smak av vad en bra webbplats och webbsidor behöver innehålla.

Vi kommer inte att titta i den underliggande koden än. I stället kommer du enbart att undersöka de olika sidorna och tänka kring vad som behöver finnas på dem. Vi kommer att ta upp saker som konsekvens, användbarhet och tillgänglighet. Innehållsförteckningen är följande:

- [Startsida](#)
 - [Vad innebär detta för vår sajt?](#)
- [Navigering](#)
- [Andra vanliga element på en sajt](#)
- [Kontext betyder allt](#)
 - [Relevant innehåll](#)
 - [Rubriker](#)
- [Användbarhet](#)
- [Tillgänglighet](#)
- [Sammanfattning](#)
- [Övningsfrågor](#)

STARTSIDA

Komna så här långt tänker många "vi börjar med den första sidan många besökare kommer att se – startsidan. Det är väl logiskt?"

Det kanske låter logiskt, men tänker du efter är det nog inte bästa platsen att börja. Det är ett vanligt misstag att fokusera på startsidan. Startsidor kan bli ett eftertraktat byte att försöka sammanfatta allt på webbplatsen. Ett försök att vara allt för alla. Det kan leda till att allt blir en uppsvällad sörja.

Som ett exempel på vad jag menar: kika på startsidan för msn på bilden nedan (som den såg ut när artikeln skrevs *övers anm.*). Förundras över den stora mängden av länkar och innehåll. MSN har ett stort nätverk av webbplatser – från resor till TV, dejting till rådgivning, prylar till miljöinformation. Alltsammans pockar på din uppmärksamhet.

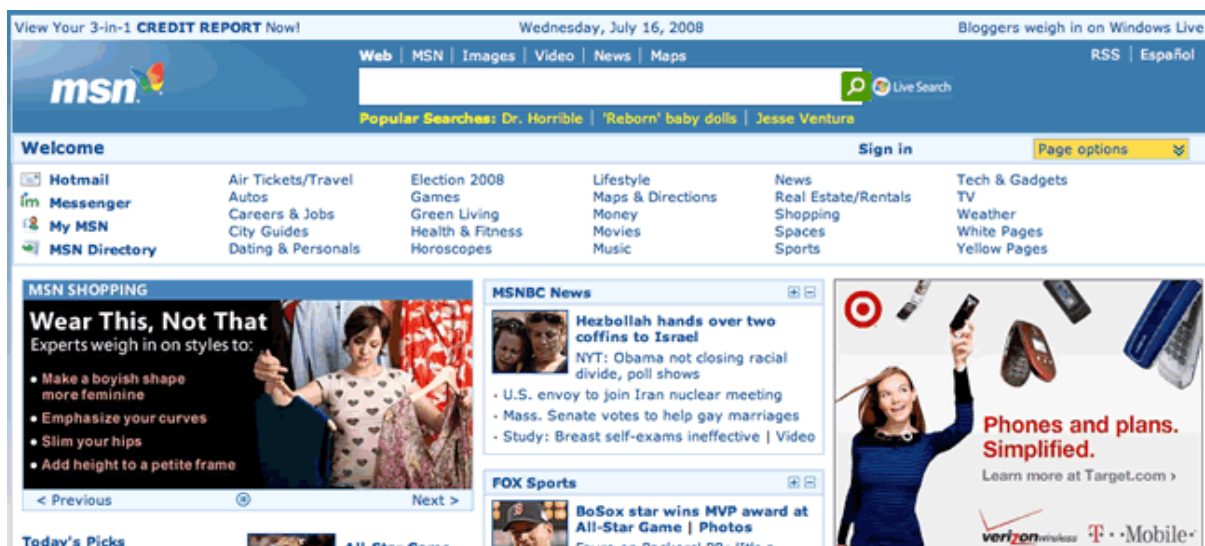


Bild 1: MSNs startsida – förskräckligt många länkar!

Denna överdrivna mentalitet för startsidan "släng in allt du har - och sen lite till", kanske fungerar för en så stor samling av sajter, men för hemsidan till vårt band skulle det definitivt bli för mycket och skulle få fler att lämna sidan än att besöka den.

Dessutom är det en missuppfattning att startsidan är den första sidan en besökare ser. Om de hört om bandet eller sett en affisch eller flygblad kanske de skulle knappa in adressen i webbläsaren och hamna på startsidan.

Det är mer troligt att dina besökare hamnar på din sajt efter en sökning. Om de söker efter bandets namn är det troligt (fast inte garanterat) att de kommer till sajtens startsida. Om någon till exempel söker efter "Beatles tribute gig" i stället, kan de mycket väl hamna på sidan med "turnédatum" som första sida. Om man i stället söker efter "band Moose Jaw" kan första träffen bli sidan "Om TDB" eftersom den nämner att bandet är från Moose Jaw, men det gör inte startsidan.

I [artikeln om sitt beslut att sluta ta betalt för åtkomst till gamla artiklar](#) konstaterar New York Times att besökarnas beteende har förändrats. Det som förändrats var, enligt New York Times

... allt fler läsare började komma till sajten från sökmotorer och länkar från andra sajter i stället för direkt till NYTimes.com. Dessa indirekta läsare kunde inte komma åt sidorna bakom betalningsspärren och skulle troligen inte i lika hög grad betala prenumerationsavgift som de trogna läsarna. Man såg dessa som en möjlighet för flera sidträffar och ökade annonsintäkter.

VAD INNEBÄR DETTA FÖR VÅR SAJT?

Detta innebär att trots att du behöver dela upp dina sidor i underavdelningar med unika sidor, ska du tänka på hur dina besökare kommer att hitta det de faktiskt söker efter, eller vart på sajten de kan tänkas gå när de väl börjar undersöka den vidare.

Det kan visserligen vara lockande att försöka klämma in lite av det mesta på startsidan, men det är bättre att använda den för att lyfta fram andra områden på sajten och få trafik till dem. Använd startsidan som vilken annan sida på webbplatsen som helst och ge den ett speciellt syfte (att visa vad som är nytt, ge en översikt, att introducera bandet och hjälpa folk vidare in på sajten m.m.). Sidan behöver även någon form av navigering till andra avdelningar och skapa igenkänning.

Nu ska vi gräva lite djupare och lära oss mer om detta...

NAVIGERING

Hur man navigerar på en webbplats är en av de viktigaste, om inte den allra viktigaste, faktorerna att göra korrekt. Du bör identifiera de vanligaste platserna på din sajt och lägga dessa i din huvudnavigering.

En annan vanlig missuppfattning om att navigera på sajter du kan ha hört om – en sida ska vara högst tre klick bort. Att denna uppfattning spritts har lett till några av de värsta och komplicerade navigeringarna på Internet. Titta till exempel på de flesta e-handels eller prisjämförelsesajterna på nätet – de försöker ofta klämma in så många länkar som möjligt, bara för att göra det möjligt att klara av mantrat: kunden ska vara så få klick bort som möjligt innan de köper något, så de inte ger sig av och vänder sig till en konkurrent. Detta leder till slut att användarna får för mycket information för att kunna bearbeta och använda den effektivt. Alltför många val är lika förlamande som alltför få.

Så länge det finns en tydlig ordning från en länk till nästa, och det är tydligt att man fortfarande är på rätt spår för att nå sitt mål, kommer användarna att stanna på sajten.

Om vi lär oss av IA-strukturen (förra artikeln *övers. anm.*) bör huvudnavigeringen för TDBs sajt innehålla likaväl länkar till avdelningarna/sidorna *Store*, *About*, *Contact*, *the Music* och *Band News* som tillbaka till startsidan. Det behövs faktiskt inte länkas till sidor under det, som till exempel sidorna *Tour Dates* och *Lyrics*. Länkarna till dessa sidor ska enbart finnas på detta område. Om någon behöver bege sig från sidan för en speciell text direkt till *Tour Dates* kan man navigera till *Band News* och därifrån till *Tour Dates*.

Konsekvens är en av de viktigaste aspekterna för en lyckad navigering. Tittar du på flikarna högst upp på denna sida (som t.ex. *Home*, *Articles*, *Forums* m.fl.) när du navigerar runt på sajten dev.opera är denna navigering likadan hela tiden (OBS som sajten såg ut när artikeln publicerades, *övers. anm.*). Navigeringen förändras och signalerar var du för tillfället befinner dig på sajten och innehåller ytterligare länkar djupare inom området. Om du t.ex. klickar på fliken *Articles* kommer du till huvudavdelningen för artiklar, som i sin tur innehåller länkar till några av de senaste artiklarna och en samling länkar till underområden för ämnen som *Accessibility*, *CSS* och *mobile* (se även bild 2).



Welcome to Dev Opera

Dev Opera is a community resource site where developers can share tips, tricks, extensions and more. This is the place where ideas are born, so [contribute](#) today! More in the [forums...](#)



Articles: [Archived](#) | [Published](#) | [Inbox](#)

Tools:



Accessibility

[Replacing <noscript> with accessible, unobtrusive DOM/JavaScript](#)

by Frank M. Palinkas

[Accessible Context-sensitive Help with Unobtrusive DOM Scripting](#)

by Frank M. Palinkas

[Creating Accessible Data Tables](#)

by Frank M. Palinkas

[Building Accessible Static Navigation with CSS](#)

by Frank M. Palinkas



CSS

[Fonts for web design: a primer](#)

by CraigGrannell

[CSS text shadows and background sizing](#)

by Christopher Schmitt

[Progressive Enhancement with CSS 3: A better experience for modern browsers](#)

[Styling Forms with Attribute Selectors - Part 2: adding in some CSS3](#)

ANDRA VANLIGA ELEMENT PÅ EN SAJT

Förutom navigeringen finns det som regel andra delar av en sajt som förekommer upprepat på sidor.

Det flesta webbplatser har någon form av igenkänningstecken, logo eller sidhuvud, för att visa vem som driver sajten. I princip varje sida på Yahoos sajt har t.ex. logon i övre vänstra hörnet och denna logo ska innehålla den del av Yahoos nätverk du befinner dig på (som *Travel*, *Movies*, *Author* etc.).

Sidhuvudet (tvärs över sidans topp) kan emellertid innehålla mer än enbart logo. Den kan även innehålla eller hänga samman med huvudnavigeringen. Det är inte ovanligt med en sökbbox, som gör det möjligt för användarna att söka genom hela sajten i stället för att navigera runt genom att använda menyer och länkar. Du bör ha med de flesta eller alla av dessa element på varje sida på din sajt.

Sidfoten (sista områden på sidan) bör innehålla extra information, som dina copyrightnoteringar och länkar till eventuella extra sidor på din sajt (ex. *Om oss, Villkor, Kontakt*).

Färg, layout, användning av former och ikoner, typografi och bilder samverkar för att skapa ett helhetsintryck så man uppfattar att sidan "hör hemma" på webbplatsen. Konsekvens är nyckeln. Konsekvent placering och utseende hjälper till att hålla dig orienterad var du befinner dig på sajten och blir en del av upplevelsen från den föregående sidan efter som de visuellt hänger samman. När du designar sajten måste detta finnas med och inte skapa olika utseende för de olika sidorna på webbplatsen.

I vår sajt om TDB ska sidhuvudet innehålla logo och namn för att lyfta fram detta för besökare när de förflyttar sig på sajten. Det ger dem en känsla att känna igen sig och att de fortfarande tar in information om bandet. Sidfoten ska innehålla copyrightinformation om webbplatsen och om sångtexterna, bilder och ljudmaterial på sajten. Den ska även ha länkar till sidor om hur man kontaktar/bokar bandet.

KONTEXT BETYDER ALLT

Oavsett alla dessa olika element ska varje sida vara unik. En bra webbsida har som syfte att göra en eller några få saker – och göra dem bra.

RELEVANT INNEHÅLL

Att göra innehåll relevant och distinkt är en av de viktigaste faktorerna för att göra bra webbsidor riktigt bra. Innehåll ska kunna adresseras unikt (ha en plats de alltid hör hemma på och en fast URL) och ordnas logiskt (både på webbplatsen och på själva sidan) så att det lätt kan hittas.

Ta bandets kommande spelningar som exempel. Det kan vara frestande att placera en modul med "kommande spelningar" på varje sida, men den informationen har ett eget hem och ska finnas där. En enkel modul med "nästa spelning" som länkar till sidan *Tour dates* kan göra det lika effektivt, utan att återge innehållet på flera platser och kanske förvirra både användare och sökmotorer.

RUBRIKER

Nästa gång du tar upp en dagstidning, granska den ordentligt. Lagg märke till hur vissa artiklar är större, med mer svärta i text och bilder och mer framträdande rubriker. Man talar tydligt om för dig vilka berättelser som är viktigast att läsa om du har bråttom och bara vill hämta in de viktigaste nyheterna.

Detsamma gäller webbsidor. Varje avdelning med innehåll ska introduceras med en rubrik, som talar om dess relativa betydelse på sidan (är denna del underordnad den tidigare eller på samma nivå?).

Ta artikeln du läser som ett exempel och rubrikerna "Relevant innehåll" och "Rubriker". Detta är rubriker på en lägre nivå än "Kontext betyder allt", för att visa att de är underavdelningar till avdelningen om kontext.

ANVÄNDBARHET

Användbarhet är ett begrepp som sammanfattar allt som handlar om att sajten uppför sig begripligt och på ett förväntat sätt. Har du nånsin försökt läsa en artikel på en nyhetssajt bara för att upptäcka att du var tvungen att registrera dig innan du kan läsa den? Har du nånsin försökt boka en flygbiljett eller en tågresor på nätet under två minuter - den tid du förväntar dig att det tar för dig att beskriva resan du vill ha över disk eller i telefon? Har du nånsin skrivit in en adress eller ett kreditkortsnummer bara för att få besked att du har skrivit in det i fel format? Har du nånsin fått tillbaka sökresultat utan en enda användbar träff fast du vet att de finns där eller varit på en webbplats som inte har en sökmöjlighet tillgänglig?

Allt detta är exempel på dålig användbarhet – som beror på att man inte tänkt igenom användarnas behov tillräckligt. Genom att sätta dessa behov i fokus för det du designar och skapar, är det mycket troligare att du kommer att göra en tillfredsställande och uppskattad sajt.

Men det är inte enkelt att skapa användbara webbplatser och mycket av kunskapen kommer helt enkelt från erfarenheter. Gör anteckningar på saker som irriterar dig på andra sajter och lär dig att inte göra dem på dina egna. Kom ihåg att det inte finns något bättre än att testa en webbplats på verkliga personer. När du en gång gjort den, se på medan personer använder dem:

- hittar de sidorna de söker?
- ger sökningarna rätt resultat med de sökord som används?
- fungerar bilder/audio/video i deras webbläsare?
- blir de irriterade över något?
- gillar de något?

Ordentliga användbarhetstester är något professionella företag tar mycket betalt för, men även en enkel informell test med vänner och familj kommer att ge dig insikt i problem som du inte tänkt på. Det beror på att du själv gjort sajten och kan gissa hur det ska vara – det kan inte andra.

TILLGÄNGLIGHET

Tillgänglighet uppfattas tyvärr oftast som att "göra så att webbplatsen fungerar för blinda personer." Men sanningen är att tillgänglighet påverkar många, många fler.

Begreppet hjälpteknologi (assistive technology) används för att beskriva varje extra datorutrustning eller hårdvara som hjälper en person att samarbeta med datorn på ett mer framgångsrikt sätt. Oftast tänker man på skärmläsare för synskadade, eller inläsningsmöjligheter för de som inte kan använda en mus eller tangentbord. Men glasögon då? Personer som behöver korrigera sin syn använder också hjälpteknologi. De flest skulle dock inte kalla sig handikappade.

När man tar fram bra webbsidor är det viktigt att vara medveten om de problem man kan stöta på när man försöker använda Internet. Ta inte för givet att dina besökare använder en mus. Ta inte för givet att man kan se bilderna du använt. Ta inte för givet att alla har Flash installerat. Se till att ha alternativ för de som inte har det.

Förutom personer som behöver hjälpteknologi finns det andra personer detta gäller för, till exempel mobilanvändare. Flash är fortfarande en ganska omogen teknologi för de mobiler som har den. Apples iPhone har den inte och kommer förmodligen aldrig att få den, men i övrigt kan de surfa på webben nästan som på stationära versionen av Safaris webbläsare för Mac (Opera Mobile stöder Flash). Teknologier som Opera Mini gör det möjligt för inte lika avancerade mobiler att få tillgång till webben skriver om webbsidorna så de blir lättare och effektivare och bildsidor kommer att visas mycket mindre för de flesta användare. Detta innebär att innehåll som är beroende av fina detaljer kan gå förlorade.

När det gäller vårt band bör du vara medveten om att om du använder många bilder (foton på bandet), bör du beskriva innehållet på bilderna. Om du spelar musiken i en Flashspelare på sidorna, för att man ska kunna lyssna på bandets musik, bör du även länka direkt till musiken, så att de utan Flash fortfarande får tillgång till musiken på det sätt de själva föredrar.

SAMMANFATTNING

I artikeln har jag på ett övergripande sätt tagit upp vad du behöver tänka på när du börjar skapa de olika webbsidorna, för att göra dem mer användbara och få dem att visas smidigare. De olika begreppen kommer att förklaras närmare och mer detaljerat i fortsättningen av denna serie.

ÖVNINGSFRÅGOR

Som övningsuppgift till denna artikel räcker det att du surfar lite grann. Bege dig till några av dina favoritsidor och titta på dem i nytt ljus. Skriv ner några svar på följande frågor:

- Har de konsekventa rubriker, sidfötter och navigeringar?
- Lägg märke till hur navigeringen förändras när du förflyttar dig på webbplatsen.
- Var uppmärksam på om det finns något på sajten som irriterar eller förbryllar dig. Om det skulle vara så, tänk igenom vad sajten *borde göra* i denna situation.
- Stäng av stödet för JavaScript i din webbläsare om du kan eller använd din mobiltelefon och jämför upplevelserna med när du besöker samma sajt på din dator.

OM FÖRFATTAREN

Mar Norman Francis har arbetat med Internet sen tiden före webben uppfanns. På sitt senaste jobb arbetade han för Yahoo! med Front End-arkitektur för världens största webbplats, genom att definiera bästa arbetsätt, kodningsstandarder och kvalitet för internationell webbutveckling.

Före tiden på Yahoo! arbetade han på Formula One Management, Purple Interactive och City University i olika roller, bland annat webbutvecklare, programmerare av CGI och systemarkitekt. Ha låtsas blogga på <http://marknormanfrancis.com>