
Tillæg

til Rapport om test af brugervenlighed af www.silkeborg-bibliotek.dk

Udarbejdet af
DialogDesign ved Rolf Molich

August 2001

Udarbejdet af DialogDesign ved Rolf Molich, Skovkrogen 3, 3660 Stenløse

Indhold

1. Overordnet målsætning med www.silkeborg.bib rapporten 3
 - 1.1. Hovedformål 3
 - 1.2. Silkeborg Biblioteks rolle i denne test 3
 - 1.3. Silkeborg Biblioteks kommentar til denne test 4
 - 1.4. Bedst på Nettet kommentar til denne test 6
2. Procedure forud for test 7
 - 2.1. Målgruppen 7
 - 2.2. Rekruttering 7
 - 2.3. Testopgaver 8
 - 2.4. Kortsortering 10
3. Hvorfor ser rapporten ud som den gør? 11
 - 3.1. Resumeet 11
 - 3.2. Ikonerne 11
 - 3.3. Citaterne 11
 - 3.4. Skærbillederne 11
 - 3.5. Testdeltagernes opgaveløsning 11
 - 3.6. Rapportens længde 12
 - 3.7. Kvalitetssikring af rapporten 12

Copyright 2001 DialogDesign. Det er tilladt at kopiere og citere denne rapport helt eller delvis under forudsætning af præcis kildeangivelse. Ved kopiering skal hele denne notits desuden indgå i det kopierede materiale.

Denne tillægsrapport findes på www.dialogdesign.dk. Følg linket "Rapporter fra DialogDesign". Hovedrapporten "Rapport om test af brugervenlighed af www.silkeborg-bibliotek.dk", der beskriver selve testresultaterne, findes samme sted.

1. Overordnet målsætning med rapporten Test af brugervenlighed af www.silkeborg-bibliotek.dk

Denne rapport er et tillæg til DialogDesigns *Rapport om test af brugervenlighed af www.silkeborg-bibliotek.dk*. Denne tillægsrapport indeholder supplerende bemærkninger til testen og metoden, som ikke naturligt hører hjemme i selve testrapporten.

DialogDesign har udgivet to rapporter om sin brugervenlighedstest af www.silkeborg-bibliotek.dk:

- *Rapport om test af brugervenlighed af www.silkeborg-bibliotek.dk*.
- *Tillæg til Rapport om test af brugervenlighed af www.silkeborg-bibliotek.dk* (denne rapport)

Begge disse rapporter er gratis tilgængelige på DialogDesigns websted www.dialogdesign.dk under punktet *Hvis du vil vide mere.....*

1.1. Hovedformål

Silkeborg Biblioteks websted er i maj 2001 blevet vurderet af Bedst på Nettet, som er et initiativ, der er igangsat af IT- og Forskningsministeriet. Silkeborg Bibliotek fik tildelt 5 netkroner, hvilket er topkarakteren for offentlige websteder. I begrundelsen hedder det bl.a.: ”Især hjemmesidens brugervenlighed er helt i top”. Bedst på Nettets vurderingsgrundlag har ikke omfattet udsagn fra typiske brugere.

Hovedformålet med undersøgelsen af www.silkeborg-bibliotek.dk og udgivelsen af *Rapport om test af brugervenlighed af www.silkeborg-bibliotek.dk* er at undersøge hvorvidt tildelingen af 5 netkroner er et udtryk for reel brugervenlighed. DialogDesign mener ikke at Bedst på Nettets vurdering af et websted siger noget om brugervenligheden på webstedet. Bedst på Nettet har ikke defineret brugervenlighed nærmere end god kvalitet inde for tilgængelighed, navigation, sprog og brugerrettethed. Bedst på Nettet har så vidt vi ved ikke foretaget nogen form for undersøgelse, der har inddraget brugerne.

DialogDesign har gennemført en test af brugervenlighed af www.silkeborg-bibliotek.dk med 7 almindelige Silkeborgensere.

Hovedformålet med udgivelsen af *Tillæg til Rapport om test af brugervenlighed af www.silkeborg-bibliotek.dk* er at vise konkret hvordan DialogDesign arbejder systematisk med brugervenlighed. Vi fremlægger i denne tillægsrapport vores prioriteringer og overvejelser.

DialogDesign tager gerne imod konstruktiv kritik af vores fremgangsmåde og rapporteringsform, for uden konstruktiv kritik havde vores metode og rapporteringsform ikke udviklet sig til det som den er i dag. Konstruktiv kritik kan rettes til molich@dialogdesign.dk.

1.2. Silkeborg Biblioteks rolle i denne test

DialogDesign kontaktede Silkeborg Bibliotek efter kroningen for at meddele, at vi havde i sinde at foretage denne test. Silkeborg Bibliotek er ikke vores kunde og har ikke bestilt eller betalt for udarbejdelsen af testen. Under almindelige omstændigheder deltager vores kunde som en aktiv medspiller ved en test af brugervenlighed. Det fik Silkeborg Bibliotek også tilbuddet om.

Silkeborg Bibliotek har bidraget betydeligt med positiv begejstring, venlig assistance til at rekruttere brugere, lån af medarbejdere til interviews og lån af pc og lokaler til at afvikle selve testen.

1.3. Silkeborg Biblioteks kommentar til denne test

DialogDesign har inden offentliggørelsen forelagt testrapporten for Silkeborg Bibliotek. Per Hofman Hansen, webredaktør og bibliotekar på Silkeborg Bibliotek havde følgende kommentarer:

Er Bedst på Nettet nu også bedst på nettet?

Nogle overvejelser om Bedst på Nettets vurdering af Silkeborg Biblioteks hjemmeside sammenlignet med brugernes oplevelser.

Det skal ikke være nogen hemmelighed, at det var med stor glæde, at vi på Silkeborg Bibliotek i juni i år modtog meddelelsen om at IT- og Forskningsministeriets projekt "Bedst på Nettet" havde tildelt vor hjemmeside 5 netkroner. Efter halvandet års ihærdige anstrengelser med etableringen af en helt ny hjemmeside var det naturligvis en stor tilfredsstillelse at blive "belønnet" på denne måde. Baseret på studier, undervisning, lærebøger, vejledninger og erfaring havde vi lagt stor vægt på, at hjemmesiden skulle opfylde de krav, som man med rette kan stille til *brugervenlighed, tilgængelighed, nytteværdi og åbenhed*. Anstrengelserne havde altså ikke været helt forgæves.

De 5 netkroner kom lidt bag på os

Skal jeg være helt ærlig, kom tildelingen af de 5 netkroner nok lidt bag på os. For selv om vi havde gjort os umage, vidste vi udmærket, at der var adskillige steder på hjemmesiden, der haltede. Gennem den daglige kontakt med vore lånere, det være sig via samtaler på biblioteket eller e-mails til redaktionen eller diskrete iagttagelser af lånernes brug af vore hjemmesider, havde vi opsamlet temmelig stor viden om mangler og fejl. I det omfang det har været muligt, har vi da også forsøgt at afhjælpe disse mangler.

Hindringer på vejen

Men to ting hindrede en markant ændring til det endnu bedre: Fra mit virke som censor på Danmarks Biblioteksskole har jeg temmelig stor viden om begrebet brugerundersøgelser, hvorfor da også en sådan i lang tid har stået højt på min ønskeseddel, men både tid og penge havde hidtil forhindret os i at få udført en sådan. Jeg vidste særdeles godt, at ville vi seriøst "afluse" vor hjemmeside for de værste katastrofer, var der kun én vej: Spørg brugerne.

Den anden hindring er mangel på programmeringsmæssig indsigt i hjemmesidens kerneydelse, biblioteksdatabase, hvorfra centrale tjenester som søgning i databasen, reservering, fornyelser og lånerstatus foregår. Havde vi rådet over denne indsigt, ville vi for længst have forsøgt at afbøde det værste. Det var nemlig ikke mindst her, vi oplevede de store katastrofer, hvor brugerne ofte gav op. Ofte fik de ingen resultater ved en søgning, andre gange var resultaterne meningsløse, og havde brugerne endelig held med søgningen, havde de næsten altid endda særdeles svært ved at aflæse og tolke resultatet. Desværre gælder det for de fleste bibliotekssystemer, at de lader meget tilbage at ønske i brugervenlighed.

En venlig håndsrækning

Men tildelingen af de 5 netkroner satte skub i en mindre lavine. Da jeg sætter stor pris på Rolf Molichs bøger om og metoder til undersøgelse af brugervenlighed, kontaktede jeg ham umiddelbart efter tildelingen. DialogDesign, tilbød at udføre en brugerundersøgelse af vor hjemmeside for at se, hvordan det går med brugervenligheden på et fem-kronet websted, når man inddrager brugerne.

Nu foreligger resultatet af DialogDesigns brugerundersøgelse. Og det kommer for så vidt ikke bag på mig. Som sagt vidste vi udmærket, at der var fejl og mangler, men med undersøgelsen har vi nu fået dem afdækket systematisk på en professionel måde – og gennem brugerne, ikke mindst! Heldigvis kan vi da også konstatere, at der er mange både fremragende og hensigtsmæssige funktioner på vor hjemmeside.

Resultaterne er tankevækkende

Her står vi så: På den ene side 5 flotte netkroner og på den anden side en lang liste af kritisable punkter, som vore brugere peger på. Hvad skal vi stille op med det? Og er den ene undersøgelse forkert og den anden rigtig?

Vi skal hverken hvile på laurbærrerne eller gå beskæmmet bort. Vi skal bruge resultaterne til at komme videre med. Jeg ser Bedst på Nettet, som en effektiv metode til på systematisk vis at højne den generelle standard på Danmarks offentlige hjemmesider. Blandt andet fordi man ikke skal være blind for, at Bedst på Nettet utvivlsomt har igangsat et ikke umiddelbart synligt kapløb de offentlige institutioner imellem, da de fleste naturligvis ønsker at opnå så godt et resultat som muligt, og "det er jo ik' så ring' endda"! På Bedst på Nettet er en checkliste, som enhver webmaster bør gå slavisk igennem og indrette sin hjemmeside efter. Gør han det, undgår han under alle omstændigheder en række tekniske faldgruber, og han sikrer sig også at de basale krav til offentlige hjemmesider vedrørende nytteværdi og åbenhed er indfriet.

Men er den hellige grav da velforvaret dermed? Nej, for kriterierne fra Bedst på Nettet kan kun "redde" de formelle krav. For selvom de er opfyldt, kan vi ikke føle os sikre på, at brugerne problemfrit kan navigere rundt på hjemmesiden og uden videre finde det ønskede.

1 + 1 = 3

Bedst på Nettets vurderingsgrundlag består af 80 kvalitetsindikatorer samt et lille pop-up spørgeskema, der er rettet mod brugerne. Dette meget enkle skema benyttede vi os også af, og vi fik på en uge godt 100 svar, som også pegede på visse mangler og uhensigtsmæssigheder. Men en egentlig brugerundersøgelse vil jeg bestemt ikke kalde det. Kun en egentlig brugerundersøgelse, som f.eks. den DialogDesign netop har udført for Silkeborg Bibliotek, kan bringe os dette skridt videre. Men havde vi ikke først fulgt Bedst på Nettets retningslinier, er jeg overbevist om, at resultatet havde været endnu mere nedslående. Derfor kan vi hverken undvære redskaber som Bedst på Nettet eller egentlige brugerundersøgelser, som den som DialogDesign netop har udført for Silkeborg Bibliotek.

Da vi netop har omprioriteret i vor medarbejderstab med henblik på nye udviklingsmuligheder, ser jeg optimistisk frem til, at vi i den kommende tid vil være i stand til at udføre markante forbedringer. Dermed kan vi forhåbentlig slippe af med en lang række af de kritiske problemer og endda være i stand til at udvikle nye services, som brugerne enten værdsætter eller ligefrem kræver.

Per Hofman Hansen, webredaktør og bibliotekar på Silkeborg Bibliotek

1.4. Bedst på Nettet kommentar til denne test

DialogDesign har bedt Bedst på Nettet om en kommentar.
Projektleder for Bedst på Nettet Boris Andersen, Statens Information havde følgende kommentarer:

Det skal ikke være nogen hemmelighed, at det var med nogen bekymring jeg sagde ja til DialogDesigns tilbud om at kommentere på den kvalificerede og omfattende brugervenlighedstest de har foretaget af Silkeborgs Biblioteks hjemmeside.

Kunne Bedst på Nettet metodik - der jo skal kunne sige noget meningsfyldt om alle kvalitetsaspekter på over 2000 offentlige hjemmesider - stå distancen?

Men jeg er blevet beroliget. Og egentlig har jeg ikke meget at tilføje til Per Hofman Hansens kommentarer ovenfor; den rammer i bemærkelsesværdig grad intentionerne bag Bedst på Nettet, og illustrerer fint, hvordan Bedst på Nettet resultater kan suppleres på bedste måde.

Man skulle da være en metodisk kvajpande, hvis man troede, at vi med Bedst på Nettet metodik kunne nå til bunds i forhold til "hvad der er kvalitet på nettet". For hvert enkelt af de mange aspekter dette begreb indeholder gælder, at der er tale om en åben invitation til at gå videre. Det centrale for os har været at sætte skub i denne proces, at give lyst og inspiration, både til det konkrete udviklingsarbejde, men også på vejen mod en egentlig fælles forståelse af hvad god e-service er for en størrelse.

Og hvor er det rart at der i markedet findes private firmaer, der står parat til at tage bolden op på kvalificeret vis.

Når vi i det sene efterår har været alle de offentlige institutioner igennem vil tiden være inde til en samlet evaluering af det første års erfaringer. Til den tid vil vi på vores net-sted www.bedstpaanettet.dk indbyde alle til at deltage med bidrag om hvordan vi kommer videre. Heller ikke vi har nemlig nogen ambition om at hvile - hverken på laurbær eller eventuelle tidsler.

Boris Andersen, Bedst på Nettet

2. Procedure forud for test

Proceduren for denne test har været den samme som for alle andre test DialogDesign foretager. I rapporten *Test af brugervenlighed af www.silkeborg-bibliotek.dk* har vi beskrevet selve testforløbet og de konkrete testresultater. I dette kapitel vil vi beskrive proceduren forud for testen, nemlig overvejelser omkring målgruppe, rekruttering og opgaveformulering.

2.1. Målgruppen

Målgruppen blev defineret delvist i samarbejde med Silkeborg Bibliotek. Her er vore kriterier for udvælgelse af testdeltagere:

- **Køn**
Vi stræber mod halvt af hvert køn. Resultaterne må ikke kunne afvises med, at der var overvægt af henholdsvis kvinder eller mænd. I praksis har vi aldrig set testresultater der viste en tydelig forskel på mænds og kvinders handlingsmønstre på et websted.
- **Alder**
Vi stræber mod en god spredning. Aldersspredning har dog heller ikke den store betydning når blot vi har repræsentanter både over og under 40 år.
- **Rekrutteringskriterier**
For at sikre, at testdeltagerne falder inden for samme målgruppe, bliver de dels spurgt om deres alder, men også:
 - Hvor ofte kommer du på Silkeborg Bibliotek?
 - Aldrig -> *Frasorteret*
 - Sjældent, en gang om måneden eller tiere -> *Videre*
 - Har du nogensinde lavet hjemmesider selv?
 - Ja -> *Frasorteret som overkvalificerede*
 - Nej -> *Videre*
 - Kender du Yahoo og Jubii, og hvis du gør, hvad bruger du dem så til?
 - Dem kender jeg ikke -> *fraserteret som for uerfaren*
 - Jeg ved, at man kan skrive et ord og så kommer der en masse op, men jeg bruger dem ikke så tit -> *Videre som "Let øvede"*
 - Dem bruger jeg til at søge med -> *Videre som "Erfarne"*
 - Kender du Silkeborg Biblioteks hjemmeside?
 - Cirka halvdelen Ja og den anden halvdel Nej
- **Anvend egen pinkode**
Alle testdeltagere skal helst anvende egen pinkode ved f.eks. genlån af bøger. Dette lægger vi vægt på for at testsituationen skal blive så realistisk som muligt. Har testdeltageren ikke en pinkode, bliver han bedt om at oprette én. Kun i nødstilfælde anvender vi en til lejligheden oprettet test-pinkode.
Det er vigtigt for os at testresultaterne bedst muligt afspejler den virkelige verden.

2.2. Rekruttering

DialogDesign fører ikke kartotek over tidligere testdeltagere. Hyppigt genbrug af tidligere testdeltagere kan føre til det vi kalder "professionelle testdeltagere", dvs. testdeltagere som gennemskuer processen og siger ting, de tror, vi bliver glade for. Disse testdeltagere mister med

andre ord deres spontanitet og får fokus på selve testen i stedet for webstedet. Sådanne testdeltagere er atypiske. En gang imellem støder vi dog på testdeltagere som er ekstraordinært gode til at formulere deres oplevelse af et websted og gode til at være konstruktive. Sådanne deltagere kan vi bruge op til 3 gange, hvis de tilfældigvis falder indenfor målgruppen og testmaterialet er væsentligt forskelligt fra test til test.

Vore testdeltagere er en væsentlig kilde til nye testdeltagere. Ofte forhører vi os om vore testdeltagere har familie, venner eller kolleger, der er brugere af internettet som de selv, og som har lyst til at deltage. Den hjælp betyder at vi kommer nemt uden om den uprofessionelle situation det er at teste med et fast testhold, egen familie, venner og bekendte af DialogDesign.

DialogDesign annoncerer ikke efter testdeltagere, da det er vores erfaring at folk, der reagerer på webannoncer for testdeltagere er atypiske brugere, fordi de har mod på selv at henvende sig til en test.

DialogDesign honorerer sine testdeltagere pænt, men ikke overvældende. Det skal ikke være gavekortets størrelse der får testdeltageren til at møde op. En testdeltager hos DialogDesign får i dag typisk et gavekort på mellem 150 og 300 kr. for en test, der varer 90-100 minutter plus transport til og fra teststedet.

Det er vigtigt for testens resultater at vi ikke tester med 7 tilfældige mennesker fra forskellige kommuner, der blot forestiller sig at de bor i Silkeborg, da www.silkeborg-bibliotek.dk kan indeholde lokale konnotationer og lokal viden, som er irrelevant for ikke-silkeborgensere. Derfor flyttede testlederen midlertidigt til Silkeborg og gennemførte testene der.

Ved denne test deltog 7 testdeltagere. Normalt er det helt optimalt at teste med blot seks testdeltagere, men da udeblivelser kan forekomme i bestemte sæsoner, valgte vi at sikre os ved at hyre 7 testdeltagere, der alle tilhører Silkeborg Biblioteks målgruppe .

Halvdelen af testdeltagerne blev rekrutteret af testlederen umiddelbart efter at de havde ordnet almindelige biblioteksårinder i skranken på Silkeborg Bibliotek. Den anden halvdel blev kontakten telefonisk af testlederen ud fra en liste over typiske brugere, som bibliotekets medarbejdere havde lavet.

2.3. Testopgaver

Vi arbejder for at motivationen hos testdeltageren skal være så ægte som muligt. Vi ser ofte motivationen stige hvis testdeltageren finder opgaven relevant og situationen så realistisk som muligt.

Vi er opmærksomme på at testopgaver med skjult hjælp kan påvirke testresultatet. Skjult hjælp kan både finde sted i ord, indhold og funktion.

1. "Find og reserver "vanillepigen" som lydbog."
Her er givet skjult hjælp i form af nogle væsentlige stikord, nemlig en korrekt stavet titel (vanillepigen)og et fagord (lydbog). Et bedre alternativ: "Du mangler en god bog til ferien, kan bibliotekets websted hjælpe dig?"
2. "Tilmeld dig to forfatteraftener i efteråret."
Her er givet skjult hjælp i form af en oplysning om indhold på webstedet, som brugeren måske aldrig ville have tænkt på eller ledt efter af sig selv.
3. "Foreslå biblioteket at bestille en bestemt cd med Anette Bjergfeldt hjem til biblioteket."
Her er givet skjult hjælp i form af afsløring af webstedets funktion.
Et bedre alternativ: Biblioteket har ikke cd'en med Anette Bjergfeldt, hvad gør du?

Interviews med bibliotekets personale

I forbindelse med formuleringen af de enkelte opgaver har vi interviewet 5 bibliotekarer og skrankepersonaler fra forskellige afdelinger og med forskellige funktioner på biblioteket om de typiske ting lånerne spørger om:

- A Hvad er det primært lånerne kommer til dig for?
- B Hvad har dine seneste 3 ekspeditioner drejet sig om?
- C Hvad spørger lånerne typisk om?
- D Hvad er lånerne typisk i tvivl om?
- E Kan du hjælpe lånerne?
- F Hvad gør du hvis du ikke kan hjælpe lånerne?
- G Er der andre spørgsmål biblioteket typisk hjælper med?
- H Er det dit indtryk at biblioteket inspirer folk?
- I Hvordan, til hvad?
- J Er der noget socialt ved at komme på biblioteket? (Er det hyggeligt?)
- K Spørger lånerne typisk med udgangspunkt i en bogtitel, emne, forfatter, eller?
- L Spørger lånerne til kulturelle arrangementer?
- M Er det almindeligt at bruge biblioteket til at holde sig ajour med kulturlivet i byen?
- N Er der andre årsager til at komme på biblioteket?
- O Hvor tit kommer lånerne på biblioteket?
- P Er biblioteket typisk et mødested?
- Q Er biblioteket typisk et sted for børn?
- R Er biblioteket typisk et sted hvor man kommer for at få ro?
- S Er biblioteket typisk et sted man kommer for at læse aviser?
- T Bruger brugeren typisk flere biblioteker? Hvorfor? (nabokommuner eller lign.)

Ligeledes har vi interviewet 5 typiske lånere om omtrent de samme ting, blot set fra en låners vinkel.

Interviews med bibliotekets lånere

- a) Hvad er det primært du kommer til bibliotekaren for? Hvad er de seneste 3 ting du har spurgt bibliotekaren om?
- b) Hvad spørger du typisk om?
- c) Hvad er du typisk i tvivl om?
- d) Kan de hjælpe dig?
- e) Hvad gør du hvis de ikke kan hjælpe dig?
- f) Er der andre spørgsmål biblioteket typisk hjælper med?
- g) Bliver du inspireret på biblioteket?
- h) Hvordan, til hvad?
- i) Er der noget socialt ved at komme på biblioteket? (Er det hyggeligt?)
- j) Spørger du typisk med udgangspunkt i en bogtitel, emne, forfatter, eller?
- k) Spørger du til kulturelle arrangementer?
- l) Er det almindeligt at du bruger biblioteket til at holde dig ajour med kulturlivet i byen?
- m) Er der andre årsager til at du kommer på biblioteket?
- n) Hvor tit kommer du på biblioteket?
- o) Er biblioteket typisk et mødested?
- p) Er biblioteket typisk et sted for børn?
- q) Er biblioteket typisk et sted hvor du kommer for at få ro?
- r) Er biblioteket typisk et sted du kommer for at læse aviser?
- s) Bruger du typisk flere biblioteker? Hvorfor? (nabokommuner eller lign.)

Om webstedet:

- t) Har du brugt bibliotekets hjemmeside?
Ja: Til hvad? Hvordan gik det?
Nej: Hvad vil du forvente af bibliotekets hjemmeside?
- u) Ville du kunne finde på at bruge hjemmesiden? Til hvad?
- v) Er der forskel på biblioteket på nettet og biblioteket i "virkeligheden"?
Forklar?
- w) Kan det ene afløse det andet? Supplere?
- x) Hvad kan man på biblioteket som man ikke kan på nettet?
Hvad kan man på nettet som man ikke kan på biblioteket?

Ud fra resultaterne af disse interviews har vi formuleret testopgaverne og hele testdrejebogen. Se Rapport om test af brugervenlighed af www.silkeborg-bibliotek.dk, appendiks A

2.4. Kortsortering

Inden testdeltageren løste opgaverne blev de bedt om at sortere opgaverne i relevant rækkefølge. Dvs. at alle testdeltagere løste opgaverne i hver deres personlige rækkefølge. Dette valgte vi at gøre for at motivere testdeltagerne mest muligt og for at se hvilke opgaver der blev prioriteret højest.

Vi måtte notere os undervejs at nogle testdeltagere havde svært ved at tænke abstrakt og opfattede opgaverne meget bogstaveligt. F.eks. lød en opgave *Hvad har biblioteket om emnet "dykning"*. *Du er især interesseret i dykning i koralrev (eller anden relevant interesse)*. Et par testdeltagere prioriterede i første omgang dette lavt, da de ikke var interesseret i dykning. De kunne ikke se opgaven mere abstrakt som søgning efter et bestemt emne efter egen interesse.

Opgaverne bør evt. formuleres mere abstrakt til denne kortsorteringsøvelse, og derefter udleveres det egentlige opgavesæt. F.eks. abstrakt: "Finde oplysninger om bibliotekets åbningstider."
Konkret: "Hvornår lukker biblioteket på lørdag."

3. Hvorfor ser rapporten ud som den gør?

DialogDesign har udviklet sit rapportformat over flere år. Det er vores erfaring at rapporten ikke må overskride 25-30 sider. Hvis rapporten er meget længere, er der risiko for at vores målgruppe ikke har tid til at læse den.

3.1. Resumeet

Rapporten indeholder et resume, der på én side fortæller hovedkonklusionerne. DialogDesign har den regel, at resumeet aldrig må overstige én side. Resumeet er beregnet til ledelsen, mens udviklere og andre direkte involverede bør læse resultatafsnittet.

Vore resumeer indeholder altid:

- De tre bedste ting vi fandt på webstedet.
- De tre mest alvorlige problemer vi fandt på webstedet
- De to til tre vigtigste ting som virksomheden bør gøre for at forbedre brugervenligheden af webstedet. I dette sidste punkt lægger vi stor vægt på at se webstedet i et større perspektiv.

3.2. Ikonerne

Hver kommentar er forsynet med et af fem ikoner. Disse ikoner anvender vi for at markere hvilken grad af alvor de enkelte problemer har.

Vi har også et ikon for de positive ting, for selv om der ikke skal rettes på positive resultater er de gode at lære af. Det ville jo være ærgerligt om udviklerne fjernede nogle af de ting på webstedet, som testdeltagerne godt kunne lide, blot fordi ingen ulejlige sig med at fortælle udviklerne hvad testdeltagerne syntes godt om.

De positive fund fremhæver vi også af pædagogiske årsager. Det er væsentligt nemmere at acceptere de alvorlige problemer, når der også falder lidt ros af.

3.3. Citaterne

Rapporten er krydret med citater fra testdeltagerne for at læseren skal komme endnu tættere på testdeltagerens oplevelse. Det er mere sigende at citere en testdeltager:



”Nu er det jo bare for mig om at finde det helt rigtige søgeord, for maskinen, den er jo ikke rigtig klog.” end at skrive: ”Søgefunktionen var ikke tolerant.”

3.4. Skærmbillederne

Skærmbillederne i rapportens appendiks B sikrer dels at personer, som ikke er fortrolige med webstedet, kan få udbytte af at læse rapporten, dels at rapporten stadig har nytteværdi, selv om webstedet ændrer sig.

3.5. Testdeltageres opgaveløsning

Vi har udviklet et skema der viser hvordan de enkelte testdeltagere har løst de enkelte opgaver. Du kan se skemaet i hovedrapporten, appendiks D. Skemaet kan give et førstehåndsindtryk af hvad der er nemt og hvad der er svært at løse af opgaver på webstedet. Skemaet er et arbejdsredskab som kan give et overblik over hvor vi skal gå ind og undersøge kommunikationen nærmere.

Sværhedsgraden i testopgaverne varierer temmelig meget og det vil derfor give et forkert billede at lade denne oversigt stå alene. Webstedet får f.eks. 5  fordi det lykkes 5 testdeltagere at finde åbningstiderne, men webstedet får samtidig 5  fordi 5 testdeltagere har svært ved at søge og finde en artikel. Disse ”point” kan ikke opveje hinanden netop på grund af variationen i

sværhedsgraden og opgavernes kompleksitet. Skemaet kan på denne måde tage sig væsentlig anderledes ud end testlederens samlede konklusion på testen.


3.6. Rapportens længde

Testrapporter skal også være brugervenlige. Generelt er testrapporter alt for lange. Ingen gider læse rapporter på over 30 sider. Vi har udviklet vores korte form af hensyn til *vores* brugere, som jo er udviklere og designere. Vi tror på at hvis vi får en udvikler til at skimme en kort rapport, så har vi både formidlet konkrete resultater og ændret lidt på hans eller hendes holdning og syn på brugere. Det er bedre end at en udvikler arkiverer en lang rapport lodret.


Derfor reducerer, sorterer og prioriterer vi testresultaterne. Ikke alt kommer med.

Her er et par eksempler på kommentarer, der måtte vige for reglen om at rapporten ikke må overstige et bestemt antal sider:

Reservation

-  Der er foreslået en *interessedato* på reservationssiden, men den er mulig at ændre. Én testdeltager kommenterede og benyttede muligheden.
”Interessedato ændrer jeg til 04.10.01, for jeg vil gerne have den (cd’en)”

Indhold

-  En testdeltager foreslog at webstedet også rummede en guide til at bevæge sig rundt på biblioteket.
”Hvis nu den viste hvor præcis på biblioteket man kan finde emnet.”

Det vigtigste ved en test af brugervenlighed er at få gennemført hensigtsmæssige ændringer af brugergrænsefladen. Kan man opnå fælles fodslag om problemerne og ændringerne på webstedet er man nået langt. Det gør man ikke ved blot at overrække en rapport.

Der findes effektive metoder til at kommunikere testresultater til projektmedarbejdere, f.eks. KJ-metoden. Læs mere om effektiv kommunikation af testresultater i bogen *Brugervenligt webdesign* af Rolf Molich. Se f.eks. afsnit 11.4 der bl.a. handler om KJ-metoden.

3.7. Kvalitetssikring af rapporten

Udover testlederen overværer en anden medarbejder fra DialogDesign sædvanligvis mindst 2 test. Denne procedure følger vi for at en medarbejder kan fungere som sparringspartner i situationer hvor testresultaterne er tvetydige eller uklare og for at kvalitetssikre resultaterne.

Da dette af praktiske årsager ikke kunne lade sig gøre ved denne test, har en medarbejder fra DialogDesign i stedet været deltagende ved udarbejdelsen af testdrejebogen og selve rekrutteringen, samt ved udarbejdelsen af rapporten.