

Skærmlayout på websiden

Af Kaj Søndergaard

En bog i et flot layout er dejlig at få i hånden. Man får lyst til at bladre i bogen for at finde ud af om indholdet ser ud til at være værd at ofre tid på.

Hvis layoutet på en internetside er indbydende og overskueligt er brugerne mere tilbøjelige til at kigge nærmere på indholdet. Jo hurtige de kan skimme teksten og skaffe sig et overblik over indholdet, jo hurtige læses selve brødteksten. Hvis ikke brugeren hurtigt bliver klar over, hvad siden handler om, forlader han den.

Denne artikel fortæller i korte træk om nogle enkle retningslinier for, hvordan man kan tilrettelægge udseendet af Internetsider, så de opfylder behovet for at meddele sig til en nærmere bestemt målgruppe.

Artiklen henvender sig primært til den, der skal i gang med sine første websider.

Hvis elever arbejder med websider i undervisningen, skal de også undervises i, hvordan de laver layout, så de kan formidle et budskab på Internettet. Layoutet er vigtigt, hvis kommunikationen skal lykkes.

Hjemmesider, websider og websteder

Når vi ser en skærmside fra Internettet i en browser, bliver den til på baggrund af et dokument, der er skrevet i det såkaldte html-sprog. Det er en række koder der beskriver, hvad der skal komme frem på skærmen og hvordan det skal se ud.

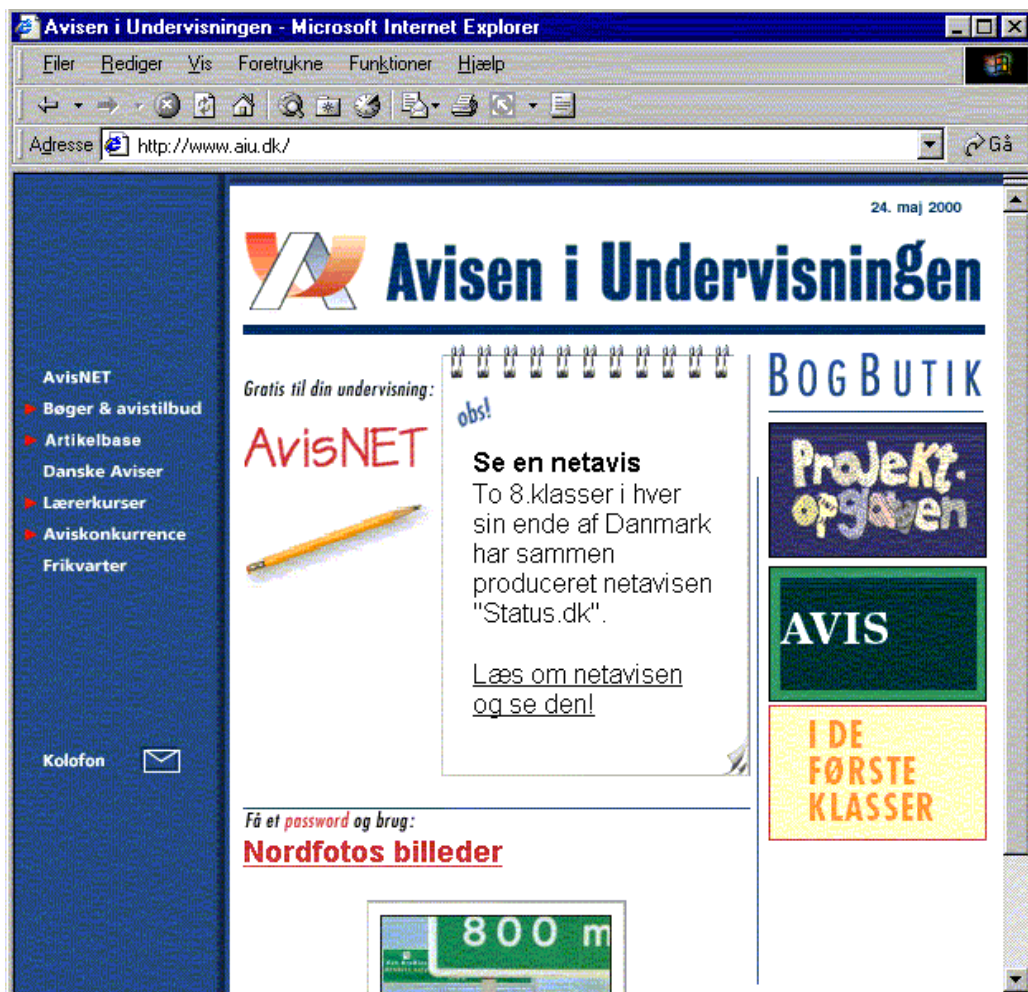
Det er ikke nødvendigt at kende noget til html-sproget for at lave enkle sider til Internettet, hvis man bruger et program som fx FrontpageExpress eller Netscape Composer. De fleste tekstbehandlingspro-

grammer kan også lave tekstsider om til html-dokumenter.

For den enkelte side, der vises på skærmen bruges betegnelsen webside.

Et websted er en samling af flere websider, der er indbyrdes forbundet med hinanden ved hjælp af links. Siderne på et websted indeholder som regel information fra en person eller organisation: Fx en skole, en avis, et firma, en butik....

Ordet website bruges af og til i stedet for websted



Hjemmeside for webstedet **Avisen i Undervisningen**

Den første side brugeren kommer til, når han besøger et websted, kaldes stedets hjemmeside. Den indeholder ofte en indholdsfortegnelse, hvorfra man kan klikke til de andre sider på webstedet. Homepage er det engelske ord for begrebet.

En webside kan sættes op, så den fremtræder inspirerende med farver og illustrationer. Illustrationer i form af fotos, tegninger, enkle animationer, m.v. kan forholdsvis enkelt gøre siden inspirerende og spændende at se på. Lyd og video

er også muligheder, men de er lidt vanskeligere at integrere.

Det er billigt at formidle på Internettet. Mange kan få adgang til dit websted og du har hele tiden mulighed for at ændre indholdet.

Hvem skal læse på webstedet?

Som ved al anden kommunikation er det vigtigt at kende målgruppen. Man skal vide, hvilken information, brugerne ønsker adgang til, når de besøger webstedet. Tekst og illustrationer skal passe til deres for-

ventninger, så budskabet umiddelbart kan afkodes. De må ikke bliver forstyrrede eller irriterede over smarte og unødvendige effekter.

Planlægning og forberedelse

Det meste af den information, der skal udgives på et websted, foreligger måske allerede i papirform. Den har derfor en lineær struktur – den er beregnet på at blive læst fra den ene ende til den anden. Når den skal tilrettelægges med henblik på at blive læst som websider bør indholdet struktureres, så brugeren let kan skaffe sig et overblik over hele webstedets indhold. Dernæst skal han kunne vælge, hvilke sider han vil læse først.

Før de enkelte websider laves, skal den overordnede struktur være på plads.

Læsning på skærm

Undersøgelser viser, at vi læser tingene på en skærm på en bestemt måde. Det første på man ser på en webside er ting, der bevæger sig, video eller animationer. Dernæst får vi øje på fotos, først farve, så sort/hvid. Så kommer illustrationer og vignetter.

Først herefter begynder vi at se på teksten: Overskrifter, links, markerede ord i teksten, billedtekster og endelig til sidst, måske det vigtigste – brødteksten.

Typografi

Måden bogstaverne sættes op på kaldes typografi. Vi bestemmer typografien bl.a. på baggrund af vores viden om den bruger, vi laver vores websted til. Vi kan også støtte os til nogle retningslinier

for, hvordan funktionel typografi kan tilrettelægges.

Det kan være nyttigt at skelne mellem tre slags typografi: Displaytypografi, læsetypografi og konsultativ typografi.

Displaytypografi



Formålet med en flot og inspirerende overskrift er at fange brugers opmærksomhed og gerne signalere en stemning, der siger noget om emnet. Displaytypografier er ikke alene lavet med henblik

på at skulle læses for informations skyld. Tit ser man, at læseligheden ikke er så høj, men derimod ser det godt eller smart ud.

Læsetypografi

Læsetypografi bruges til længere tekststykker. Brugeren skal kunne afkode budskabet med mindst muligt besvær. I nogle tilfælde lægger man større vægt på funktionaliteten, end på at udseendet er smukt.

Vælg en læsbar skrifttype

Skrifttypen er af stor betydning for læsbarheden. Det giver en god læsbarhed, hvis skriften er enkel og har passende store 'inderfor-

mer', dvs store huller i fx 'a' og 'e'. Skrifter fra 'sans serif'-familien – fx Arial, Tahoma eller Verdana – regnes af mange for at være gode skærmskrifter.

Kursiv skrift er sjældent velegnet, da på skærmen kan fremstå med brudte, kantede linier i de lodrette strøg. Nedenfor ses et udvalg af skærmskrifttyper

Arial

Tahoma

Verdana

Trebuchet MS

Farver og baggrund

Skriften skal stå klart på baggrunden. En mørk skriftfarve på en lys ensartet baggrund giver ofte et læsevenligt resultat.

En helt hvid baggrund virker trættende på øjnene i længere tid. Vælg i stedet en lys pastelfarve.

Fotografier og illustrationer med store kontraster er ikke egnede som baggrundsbilleder.

De fleste opfatter det som ubehageligt, hvis der er valgt kontrastfarver med samme lysintensitet til tekst og baggrund – fx lys grøn på rød eller orange baggrund.

Linielængde og afsnit

Hvis brugeren skal flytte blikke flere gange for at læse tværs over skærmen, skal blikket flyttes en hel skærbredde for at finde næste linie. Der skal bruges for megen opmærksomhed på at holde den horisontale orientering. På papir ville man vælge en opstilling i spal-

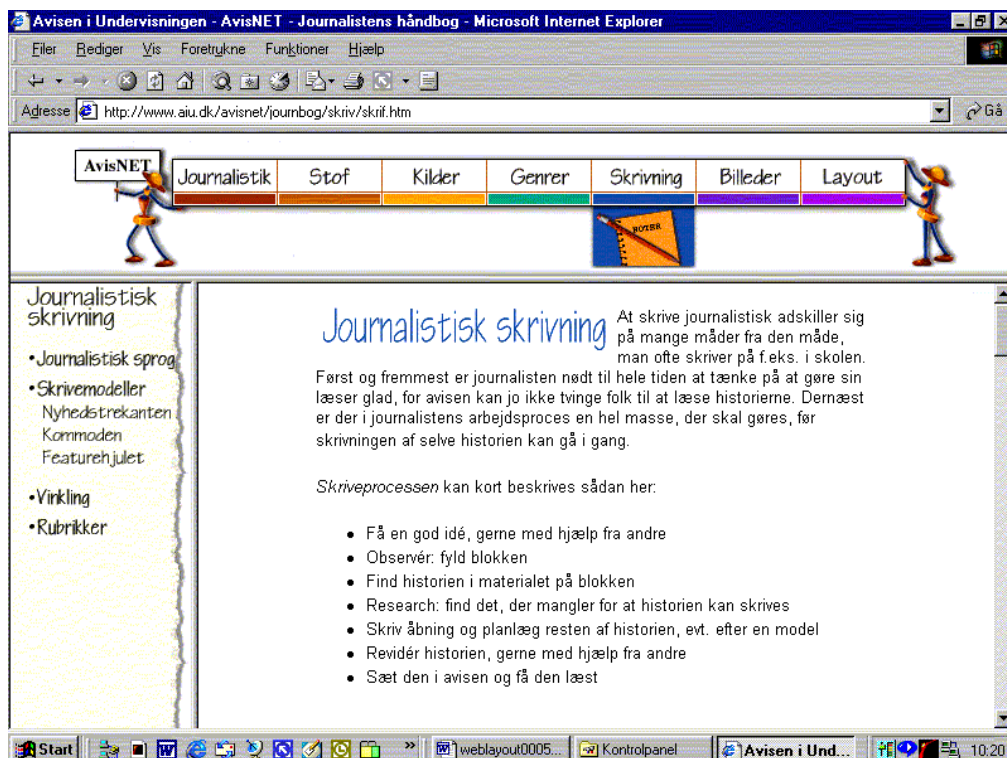
ter. Teksten kan i stedet sættes op i en smal klumme, der fylder en mindre del af skærmsiden. Det er imidlertid ikke særlig hensigtsmæssigt på en skærm, hvis man skal scrolle for at komme til toppen af næste spalte.

Ved at opdele teksten i passende afsnit og forsyne dem med en overskrift, vil brugeren let kunne orientere sig.

Ved at indskyde 'luft' mellem afsnittene kan teksten gøres endnu mere overskuelig. Ved at sætte en overskrift på hvert afsnit, vil brugeren kunne skaffe sig overblik over teksten på en webside. Så kan han let finde det sted i teksten, hvor det mest interessant for ham står.

Ved opremsninger gør en punktstilling det lettere for brugeren at få overblik.

Der kan vælges mellem punkt tegn eller nummererede lister. Punkt tegn må ikke udformes, så de tiltrækker for stor opmærksomhed.



The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying a website titled "Avisen i Undervisningen - AvisNET - Journalistens håndbog". The address bar shows the URL "http://www.aiu.dk/avisnet/journalbog/skriv/skrif.htm". The website has a navigation menu with tabs for "Journalistik", "Stof", "Kilder", "Genrer", "Skrivning", "Billeder", and "Layout". The "Skrivning" tab is selected. The main content area is titled "Journalistisk skrivning" and contains the following text:

Journalistisk skrivning

- Journalistisk sprog
- Skrivemodeller
 - Nyhedstrekanter
 - Kommoden
 - Featurehjul
- Vinkling
- Rubrikker

Journalistisk skrivning At skrive journalistisk adskiller sig på mange måder fra den måde, man ofte skriver på f.eks. i skolen. Først og fremmest er journalisten nødt til hele tiden at tænke på at gøre sin læser glad, for avisen kan jo ikke tvinge folk til at læse historierne. Dernæst er der i journalistens arbejdsproces en hel masse, der skal gøres, før skrivningen af selve historien kan gå i gang.

Skriveprocessen kan kort beskrives sådan her:

- Få en god idé, gerne med hjælp fra andre
- Observér: fyld blokken
- Find historien i materialet på blokken
- Research: find det, der mangler for at historien kan skrives
- Skriv åbning og planlæg resten af historien, evt. efter en model
- Revidér historien, gerne med hjælp fra andre
- Sæt den i avisen og få den læst

Links

Når brugeren klikker på et link, føres han i de fleste tilfælde til en ny webside et sted på nettet. Linket kan også sætte en handling i gang, fx afspille lyd eller video.

Linket skal være tydeligt markeret, så brugeren er klar over, at der er tale om et link. Blå understreget skrift har nærmest været standard for links, men andre markeringer bruges også. Det er en hjælp for brugeren, at musepilen skifter udseende, når den føres hen over et link.

Et link skal indeholde en tydelig forklaring på, hvad der venter brugeren, når han klikker

Hvis der er mange links i brødteksten, kan den være vanskelig at læse, fordi der hele tiden skal tages stilling til om man vil følge linket eller ej. Og der er jo også en fare for, at brugeren følger et link og ikke vender tilbage!

Et alternativ til at anbringe links inde i teksten kan være at trække dem ud i margin eller anbringe dem efter teksten.

Fremhævning i teksten

På skærmen er der mulighed for at fremhæve ord og afsnit i teksten på mange måder. Farver, skrifttyper,

rammer m.v. er lette at bruge, men overdreven anvendelse vil give et forvirrende skiftbillede, hvor effekten af fremhævningen forsvinder.

Det er en god tommelfingerregel kun at bruge få fremhævninger og være konsekvent i valg af metoden gennem hele teksten.

Understregning bør man helt holde sig fra, idet det forveksles med links.

Teksten kan fremhæves ved at blive placeret i en boks. Der skal være luft mellem boksens kant og teksten, ellers ser det ud som om teksten er klemt.

Hvis kanterne er for kraftige, kan helhedsindtrykket komme til at virke tungt.

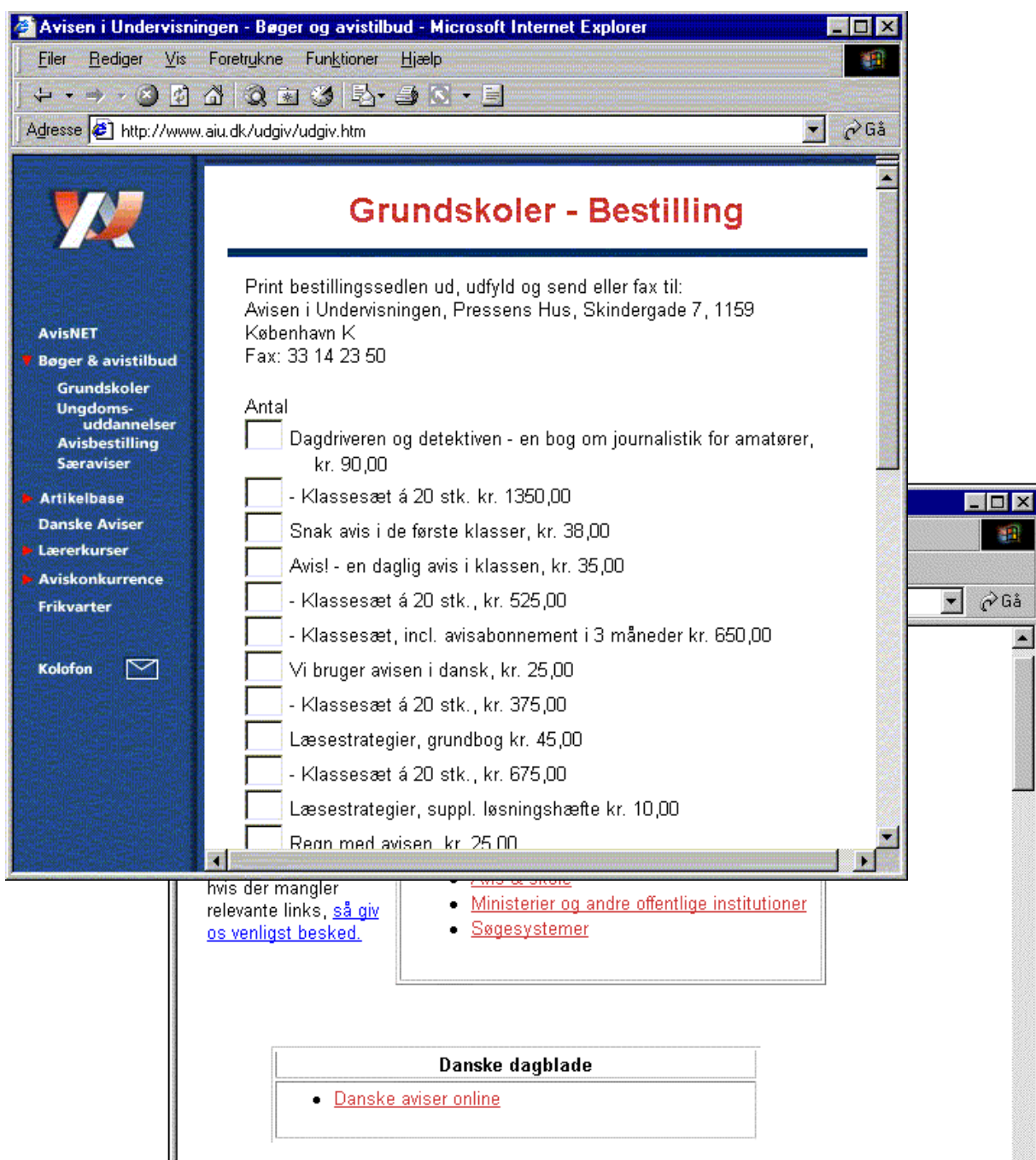
Margin og 'luft'

I det hele taget er det vigtigt at tilrettelægge de enkelte websider, så informationen ikke kommer til at stå for sammenpresset. Det fremmer helhedsindtrykket og læseligheden, hvis der er god plads omkring teksten. Det er især vigtigt, at teksten ikke når helt ud til skærmerkanten.

Konsultativ typografi

Konsultativ typografi bruges, når informationerne har opslagskarakter og ikke består af længere tekster, der skal læses i en helhed. Her kan vælges en skrifttype og -størrelse, der ikke kræver så meget plads.

Her gør det ikke så meget, at man skal anstrenge sig en smule for at se, hvad der står. Man skimmer listen igennem og nærlæser den oplysning man skal bruge.



The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer window with the address bar displaying <http://www.aiu.dk/udgiv/udgiv.htm>. The page title is "Avisen i Undervisningen - Bøger og avistilbud". The main content area is titled "Grundskoler - Bestilling" and contains the following text:

Print bestillingssedlen ud, udfyld og send eller fax til:
Avisen i Undervisningen, Pressens Hus, Skindergade 7, 1159
København K
Fax: 33 14 23 50

Antal

- Dagdriveren og detektiven - en bog om journalistik for amatører, kr. 90,00
- Klassesæt á 20 stk. kr. 1350,00
- Snak avis i de første klasser, kr. 38,00
- Avis! - en daglig avis i klassen, kr. 35,00
- Klassesæt á 20 stk., kr. 525,00
- Klassesæt, incl. avisabonnement i 3 måneder kr. 650,00
- Vi bruger avisen i dansk, kr. 25,00
- Klassesæt á 20 stk., kr. 375,00
- Læsestrategier, grundbog kr. 45,00
- Klassesæt á 20 stk., kr. 675,00
- Læsestrategier, suppl. løsningshæfte kr. 10,00
- Regn med avisen kr. 25,00

The sidebar menu on the left includes:

- AvisNET
- ▼ Bøger & avistilbud
 - Grundskoler
 - Ungdomsuddannelser
 - Avisbestilling
 - Særaviser
- Artikelbase
- Danske Aviser
- Lærerkurser
- Aviskonkurrence
- Frikvarter
- Kolofon

Below the main content area, there are two boxes:

hvis der mangler relevante links, [så giv os venligst besked.](#)

- [Læs på nettet](#)
- [Ministerier og andre offentlige institutioner](#)
- [Søgesystemer](#)

Danske dagblade

- [Danske aviser online](#)

Illustrationer

Et gammelt ord siger, at et billede siger mere en tusind ord. Det gælder også i websammenhænge at illustrationer tiltrækker meget opmærksomhed. Illustrationer og andre effekter kan også betyde, at det tager lang tid for en side at komme frem på skærmen, hvis forbindelsen ikke er så hurtig.

Derfor bør man udvælge sine illustrationer med omhu. Brug billeder, når de skal understøtte budskabet eller forklare en tekst. Vurder om billedet indeholder vigtig information, om det skal bruges til at tiltrække opmærksomheden eller om det skal være med til at give websiden

en særlig karakter: 'Dette er mit websted'.

På eksemplet nedenfor bliver trekanten brugt til at fremhæve og pointere indholdet af teksten ovenover. Illustrationen indeholder information, som hjælper brugeren til at forstå idéen med en nyhedstrekant.

De to små personer, der 'bærer' menubjælken, har ingen informativ funktion. De giver til gengæld brugeren et signal om webstedet: Vi er ikke så formelle og højtidelige her hos os

http://www.aiu.dk/avisnet/journbog/skriv/skrif.htm - Microsoft Internet Explorer

Adresse <http://www.aiu.dk/avisnet/journbog/skriv/skrif.htm>

AvisNET Journalistik Stof Kilder Genrer Skrivning Billeder Layout

Journalistisk skrivning

- Journalistisk sprog
- Skrivemodeller
 - Nyhedstrekanten
 - Kommoden
 - Featurejulet
- Virkning
- Rubrikker

Næsten alle nyhedshistorier (også i TV) konstrueres i den såkaldte **nyhedstrekant**. I trekanten fordeles stoffet efter faldende vigtighed: først kommer konklusionen på historien, gerne som en rubrik, derefter det meget vigtige, så det vigtige, det mindre vigtige, det uvigtige, det kedelige og så det, der alligevel var på blokken, men sagstens kunne undværes.

Nyhedstrekanten

Konklusion
Meget vigtigt
Vigtigt
Mindre vigtigt
Ikke vigtigt
Kedeligt
Rest

Fordelen for læseren er, at man straks får at vide, hvad historien handler om og kan holde op med at læse når som helst, fordi det vigtigste allerede er fortalt. Fordelen for redaktionssekretæren er, at historien kan forkortes ved simpelthen at klippe væk bagfra, uden at kernen i historien bliver ødelagt.

Ryggraden i alle nyhedshistorier er hv-ordene: *hvem, hvad, hvor, hvornår, hvorfor, hvordan, hvad så*. Hvis historien ikke dækker dem, sidder læseren tilbage med ubesvarede spørgsmål.

Kommoden **Kommoden** er en form, der egner sig godt til...

Illustrationen kan bestå af fotos, tegninger og grafik. Hvis de skal illustrere tekstens indhold, skal de placeres i umiddelbar nærhed af den tilhørende tekst. Drejer det sig om større billeder, der kræver meget plads, kan man i stedet placere et link, enten i form af en teksthenvisning eller en såkaldt 'thumbnail'. Det er en miniudgave af billeder, der indeholder et link, der fører til en større udgave.

Når man laver websider og bruger billeder skal man være opmærksom på, hvor lang tid det vil tage for brugeren at hente siden ned til sin computer. Derfor bør billeder og illustrationer være enten i gif- eller jpg-format. (billedformater, der ikke fylder så meget og derfor er velegnede til at sende over Internettet).

Metaforer – knapper m.v.

En del af kommunikationen mellem bruger og webside bliver formidlet af små billeder, fx i form af grafiske knapper og små ikoner. Rigtigt brugt kan grafikken hjælpe brugeren til at finde vej på webstedet. Det er vigtigt, at modtageren (brugeren) og afsenderen tillægger de grafiske symboler den samme betydning.

Navigationsmærker

Ved den overordnede planlægning af webstedets struktur og design, skal man sørge for at brugeren hele tiden er klar over, hvor han er. Det kan ske ved at placere symboler med links, der fx fører til webstedet hjemmeside, tilbage til forrige side osv.

	<p>Et billede af et hus på en webside indeholder næsten altid et link til webstedets startside, hjemmesiden.</p>
	<p>Pilen her kan have flere betydninger: Tilbage til forrige side i et lineært forløb, tilbage til sidste side, tilbage til hjemmesiden.</p>
	<p>Luppen henviser til en søgefacilitet, hvis den optræder som link.</p>
	<p>Kombination af ikon og tekst. Brugeren kan blive i tvivl om han føres tilbage til hjemmesiden eller til toppen af den aktuelle side.</p>

Websider på skærmen

Brugeren betragter altid websiden gennem browserens vindue. I eksemplet nedenfor er vist, hvordan man kun ser en del af et helt dokument på skærmen. Brugeren kan

scrolle dokumentet i vinduet ved at benytte scrollbaren. Den kommer frem, når man ser et dokument, der fylder mere end en skærmside

Journalistisk skrivning

At skrive journalistisk adskiller sig på mange måder fra den måde, man ofte skriver på f.eks. i skolen. Først og fremmest er journalisten nødt til hele tiden at tænke på at gøre sin læser glad, for avisen kan jo ikke bingte folk til at læse historierne. Demæst er der i journalistens arbejdsproces en hel masse, der skal gøres, før skrivningen af selve historien kan gå i gang.

Skriveprocessen kan kort beskrives sådan her:

- Få en god idé, gerne med hjælp fra andre
- Observer: fyld blokken

http://www.ans.dk/avisnet/jourbog/skriv/skrif.htm - Microsoft Internet Explorer

Adresse http://www.ans.dk/avisnet/jourbog/skriv/skrif.htm

AvisNET
Journalistisk
Stof
Kilder
Genrer
Skrivning
Billeder
Layout

Journalistisk skrivning

- Journalistisk sprog
- Skrivemodeller
 - Nyhedstrekanter
 - Kommoden
 - Featurehjul
- Vinkling
- Rubrikker

Næsten alle nyhedshistorier (også i TV) konstrueres i den såkaldte **nyhedstrekanter**. I trekanter foredeles stoffet efter faldende vigtighed: først kommer konklusionen på historien, gerne som en rubrik, derefter det meget vigtige, så det mindre vigtige, det vigtige, det kedelige og så det, der alligevel var på blokken, men sagstens kunne undværes.

Nyhedstrekanter

Fordelen for læseren er, at man straks får at vide, hvad historien handler om og kan holde op med at læse når som helst, fordi det vigtigste allerede er fortalt. Fordelen for redaktionsskriveren er, at historien kan forkortes ved simpelthen at klippe væk bagfra, uden at kernen i historien bliver ødelagt.

Ryggraden i alle nyhedshistorier er *hvem, hvad, hvor, hvornår, hvorfor, hvordan, hvad så*. Hvis historien ikke dækker dem, sidder læseren tilbage med ubesvarede spørgsmål.

Kommoden

Kommoden er en form, der egner sig godt til baggrundhistorier, interviews og kommentarer. Her fordeler man stoffet efter guldmetsmetoden, sådan at der i hver af skufferne er en belønning til læseren i form af spændende oplysninger, citater, scener, oplevelser o.l. Indgange og udgange vælges med omhu til at give oplevelser og perspektiver. Den kan ikke skrives bagfra, men må kortes af ved at fjerne skuffer.

Feature-hjulet kombinerer oplevelser med faktuel viden, sådan at læseren bliver underholdt og gjort klogere på samme tid. Scene åbner med det eksempel, læseren alligevel vil forlange, fortalt helt konkret, gerne som en scene i en novelle. *Problem* var rede for det problem. *Indgangen* var et

Brugeren vil i første omgang blive præsenteret for det øverste af dokumentet, når han slår op på adressen.

Den første tekst brugeren præsenteres for skal være kort og præcis, så han kan få et indtryk af hvad hele teksten drejer sig om.

Menuer og oversigter

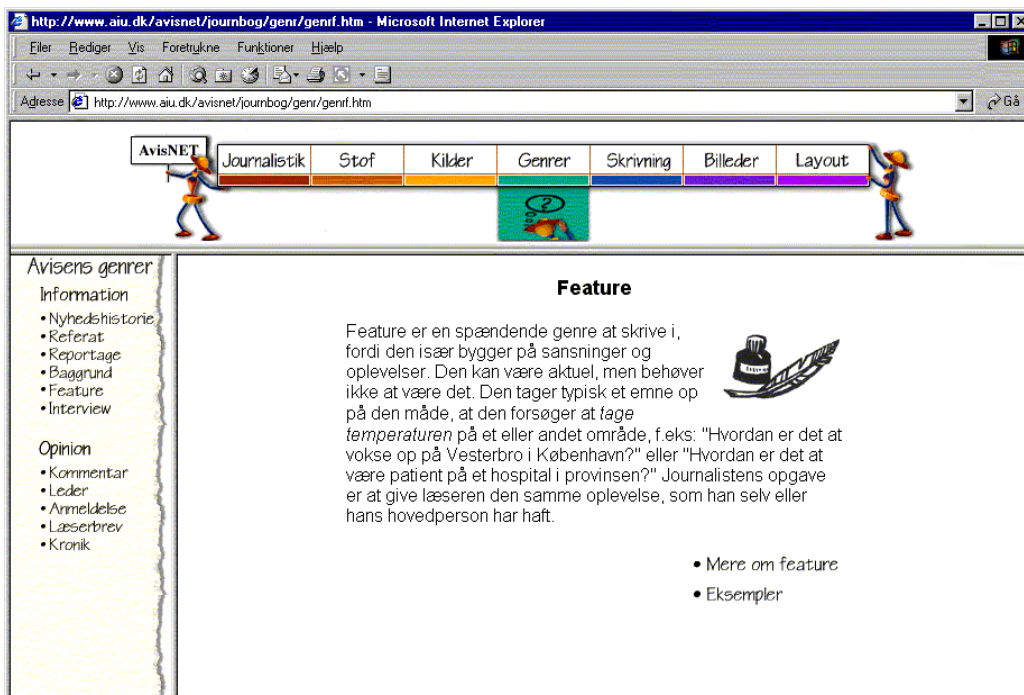
Billedet i browserens vindue er tit delt op i felter. Typisk vil et af felterne være bestemt til selve indholdet, mens de øvrige felter indeholder menuer og oversigter.

I eksemplet nedenfor er browse-

rens vindue delt op i 3 felter. Øverste felt viser hovedpunkterne i 'Journalistens håndbog', Det er markeret at vi befinder os i underpunktet 'Genrer'.

I venstre side vises underpunkterne. Når et af punkterne vælges, kommer det tilhørende indhold frem i højre side.

Menupunkterne bør bestå af korte ord eller ytringer, der siger noget om det indhold, der kommer frem, hvis man klikker på dem. Det fremmer overskueligheden, hvis menupunktet er markeret, når det er valgt.



Helhed og konsekvens i layout

En bruger skal vide, hvor han befinder sig på Internettet. Det kan han få hjælp til, hvis et websted har et gennemgående layout. Det kan være i farvevalg eller små illustrationer eller logoer, der signalerer tilhørsforholdet.

Brugeren vil også føle sig bedst hjemme, hvis der er et ensartet layout på et websteds forskellige side. Menuer og tekster kan være placeret de samme steder på siden, så han ikke er i tvivl om, hvor han skal finde fx knappen til søgefunktionen.

Godt eller dårligt?

Er et layout godt eller dårligt? Det er en smagsag om man kan li' en webside, fordi den stråler i alle regnbuens farver eller man synes den er for 'tivolagtig'. Nogle brugere foretrækker et enkelt og harmonisk layout, og andre synes bedst om stærke farver, masser af billeder og animationer. Det afhænger ofte af aldertrin og hvilke kulturelle kredse man tilhører.

Som webdesigner kan man lade en række brugere besøge webstedet og iagttage deres reaktioner. Ikke blot efter det første besøg, men hvordan de reagerer, når de skal arbejde med informationerne på stedet. Så finder man ud af, om kommunikationen lykkes og layoutet passer til indhold og målgruppe.

Vurdering af websteders layout

Nedenstående tjekliste kan bruges, hvis man skal vurdere et websted, man selv har produceret eller skal vurdere andre websteder.

Umiddelbart indtryk

- Hvad får du først øje på?
- Hvad handler siden om?
- Får du de informationer du kommer efter?
- Hvad synes du om siden?

Typografi

- Hvordan passer skrifttype og –størrelse til indhold og målgruppe?
- Fremtræder teksten tydeligt på baggrunden?
- Hvordan er teksten placeret?
 - margin
 - linjelængde

Illustrationer

- Understøtter tekst og illustration hinanden?
- Er illustrationerne informationsbærende eller opmærksomhedsskabende?
- Hvilken funktion har knapper, ikoner og vignetter?

Navigering

- Fremtræder links tydeligt?
- Fremgår det, hvor linkene fører hen?
- Kan du komme tilbage, når du har fulgt et link?
- Er skærmens opdeling i felter og menuer formålstjenlig?
- Fremgår det tydeligt, hvor du er på webstedet?

Helhedsindtryk

- Er tekst, illustrationer og andre effekter anbragt, så webstedets sider fremtræder med et fælles præg/helhedspræg?
- Er der gennemgående træk, der viser, at man er på samme websted?

Tjek også..

- Er der en klar angivelse af, hvem der står bag webstedet
- Kan man kontakte udgiveren?

Kilder:

Design til skærmen, Kim Pedersen og Pernille Hansen, forlaget Grafisk Litteratur, 1997.

Designværkstedet, en række artikler om undervisning og computere. En del handler om overvejelser i forbindelse med skærmpresentationer.
<http://www.infoguide.dk/designv/designv.htm>