

چکیده

پایگاه‌های اسلامی، منابع عظیم و ارزشمند مذهبی‌اند که هدفشان را اشاعه و تبلیغ دینی قرار داده‌اند و همواره در مسیر کار، دچار خطاها و اشتباهاتی می‌گردند که به عللی همچون روزمرگی پایگاه، تجربه ناکافی، یا عدم دقت کافی توسط مدیران پایگاه‌ها دیده نمی‌شوند؛ اما باعث آزار کاربران و در نتیجه، رویگردانی آنان از پایگاه می‌گردند. در این مقاله سعی می‌شود با اشاره به چندین مورد از رایج‌ترین این خطاها، مدیران پایگاه‌های اسلامی را متوجه این مسئله نموده و آن‌ها را در جهت انجام هر چه بهتر رسالتشان یاری رسانیم. کلیدواژگان: خطاهای طراحی، طراحی وب، طراحی پایگاه‌های اسلامی، خطاهای رایج پایگاه‌ها.

خطاهای رایج در طراحی پایگاه‌های اسلامی



محمد مصطفی حسینی

mmhosseini@noornet.net

مقدمه

متأسفانه در دنیای طراحی وب، سلیقه حرف اول را می‌زند؛ یعنی بیشتر طراحی‌ها بر مبنای سلیقه برنامه‌نویسان یا مدیران و حتی سفارش دهندگان صورت می‌پذیرد. این اولین خطا در مدیریت یک پایگاه و بزرگ‌ترین آن‌ها می‌باشد. در نظام مدیریت پایگاه باید هر چیزی در جای خودش قرار گرفته باشد. وظیفه مدیر، مدیریت کردن پروسه اجرای پایگاه است، وظیفه حامی مالی یا سفارش دهنده، مشخص کردن خواسته‌ها و اهدافش از راه اندازی پایگاه، و وظیفه برنامه‌نویس، آماده‌سازی کدها و برنامه‌نویسی با توجه به خواسته طرح و مدیریت با کمترین مشکلات و باگ‌هاست.

اما طراحی صفحات وب، وظیفه متخصص طراحی وب (۱) می‌باشد. تنها اوست که می‌تواند مشخص کند چرا و چگونه اجزای صفحات در کنار هم قرار بگیرند. برای روشن‌تر شدن مسأله، تصور کنید که قرار باشد مدیر یک کارخانه خودروسازی، خود طرح خودروی جدیدی را که قرار است به بازار عرضه شود، طراحی نماید، یا این که مهندسان قطعه‌ساز خواسته باشند مشخص کنند که طرح خودروی جدید به چه صورتی باشد. در این صورت، مسلماً نتیجه با آن چیزی

که باید باشد، فاصله بسیاری خواهد داشت. البته ممکن است که مدیران یا برنامه‌نویسان بر حسب تجربه به یافته‌هایی دست پیدا کرده باشند، اما حقیقت این است که مشکلات عدیده‌ای که امروز بر سر راه بالندگی بسیاری از پایگاه‌های اسلامی و حتی سایر پایگاه‌ها دیده می‌شود، ناشی از این خطا، یعنی عدم استفاده از متخصصان طراحی وب که به اصول و قواعد طراحی وب واقف می‌باشند است. در ادامه، ۶۰ خطای رایج پیش پا افتاده در طراحی که مانع کاربردپذیر بودن پایگاه‌ها می‌شود، ذکر می‌گردد؛ البته اشاره به راه‌های رفع و چگونگی بررسی این خطاها، فضای دیگری را می‌طلبد.

خطاهای رایج در محتوا (۲)

محتوا، درون‌مایه و اصل یک پایگاه می‌باشد. بدون محتوا سایر چیزها ارزش چندانی نخواهند داشت. جاکوب نیلسن، یکی از اساتید طراحی وب می‌گوید: در واقع کاربران برای رسیدن به محتوا وارد پایگاه می‌شوند، چیزهای دیگر در پس پرده قرار دارند. هدف اصلی در طراحی باید دسترسی دادن به کاربران برای رسیدن به محتوا باشد. (۳)

اما همواره کاربران در راه رسیدن به محتوا با موانعی روبرو هستند. این موانع از خطاهای طراحی سرچشمه گرفته‌اند و به صورت مختصر عبارت‌اند از:

۱. بحران هویت در صفحه اصلی: صفحه اصلی پایگاه باید برای مراجعه کنندگان به پایگاه این امکان را فراهم کند که با یک بررسی سریع اهداف پایگاه را دریابند. کاربران می‌خواهند بدانند وارد چگونه پایگاهی شده‌اند. در طراحی پایگاه‌های اسلامی حتماً باید این نکته در نظر گرفته شود که کاربران به محض ورود به پایگاه متوجه ماهیت پایگاه گردند.

۲. مغشوش بودن دسته بندی: یکی از مهم‌ترین جنبه‌های ارائه محتوای یک پایگاه این است که این محتوا چگونه سازماندهی شده است. سازماندهی نامناسب، به معنای عدم دسترسی به بخش عمده‌ای از محتوای پایگاه خواهد بود. بنابراین، لازم است که مدیران پایگاه بر روی دسته‌بندی‌های پایگاه بیشتر تأمل نموده و با دقت دسته‌بندی‌ها را انتخاب و به‌روز نمایند.

۳. توضیحات غیر ضروری: ارائه توضیحات برای معرفی خدمات و محصولات باید به جا و مختصر باشد، تا کاربران بتوانند با خواندن کوتاه‌ترین توصیفات آن را درک نمایند. ارائه توضیحات طولانی باعث می‌شود که کاربران همه توضیح را نخوانده و فقط قسمت ابتدایی توضیحات را مطالعه کنند. در این صورت، ممکن است توضیحات مهمی که در انتهای متن طولانی گنجانده شده‌اند، مورد غفلت واقع شوند.

۴. برخورد محتوایی: اگر در یک پایگاه یک محصول، خدمات، یا خبر، در بیش از یک صفحه و در صفحات مختلف نمایش داده شود، این دلیلی بزرگ برای کاربران خواهد بود که پایگاه سازماندهی خوبی ندارد. باید دقت داشت که یک محتوا فقط یک‌بار در یک پایگاه نمایش داده شود و برای بهتر دیده شدن آن محتوا، راه‌های دسترسی مختلفی برای آن محتوا به وجود آورد.

۵. محتوای منسوخ شده: این خیلی بد است که کاربران در پایگاه با اطلاعاتی مواجه شوند که منسوخ شده است و یا زمان آن گذشته است. در صورتی که قرار است در یک پایگاه صرفاً اطلاعات قدیمی ارائه شوند، این باید به صورت واضح به کاربران اعلام گردد.

۶. فقدان یا بلااستفاده بودن محتوا: نباید وقتی که کاربران برای دیدن اطلاعات در مورد چیزی که در پی آن بوده‌اند وارد صفحه مورد نظر می‌شوند، با فقدان محتوا یا اطلاعات بدون استفاده مواجه شوند؛ به عنوان مثال، اگر محتوای صفحه‌ای هنوز آماده نشده است، ایجاد صفحه و برقراری لینک بین آن صفحه و صفحات دیگر، به هیچ وجه کار صحیحی نیست و موجب بی‌اعتمادی کاربر به پایگاه می‌گردد.

۷. محتوای ناتمام: باید دقت داشت که خیلی مهم است که پایگاه‌های اسلامی توجه داشته باشند که محتوایی که به طور آشکارا ناتمام است، در پایگاه وجود نداشته باشد.

خطاهای رایج در خدمات‌دهی (۴) به کاربران

باید به این نکته توجه داشت که پایگاه‌های مذهبی فقط یک سری بروشور نیستند که کاربران آن‌ها را بخوانند و بعد دیگر هیچ کاری با آن‌ها نداشته باشند. باید به خواسته‌های کاربران توجه نمود و به سؤالاتشان پاسخ داد. راه‌اندازی یک پایگاه با برنامه‌نویسی، گرافیک و محتوا تمام نمی‌شود؛ بلکه باید به خواسته‌های کاربران و چگونگی خدماتی که به آن‌ها در تعامل با پایگاه داده می‌شود، توجهی ویژه نمود. در ادامه، چند مورد از خطاهایی که در تعامل با کاربران با آن مواجه هستند، ذکر می‌گردد:

۸. تقاضای زاید پایگاه‌ها: کمتر چیزی کاربران را به اندازه دوبار گرفتن اطلاعات توسط سیستم ناراحت می‌کند. گرفتن چند باره یک نوع اطلاعات از کاربران، این تلقی را برای کاربران به وجود می‌آورد که پایگاه از انسجام و نظم درستی برخوردار نیست، یا این که پایگاه در شناسایی کاربران دچار ضعف می‌باشد.

۹. درخواست اطلاعات غیر ضروری: پایگاه‌ها نباید در مورد اطلاعاتی که به نوع رابطه‌شان با کاربر ارتباطی ندارد، چیزی بپرسند. این طراحی نادرستی است که پایگاهی در فرم عضویت کاربران اطلاعاتی نظیر: نام پدر یا محل تولد که داشتن این اطلاعات به روند کار پایگاه مربوط نمی‌باشد، یا در صورت عدم ارتباط پایگاه از طریق تلفن همراه با کاربران، شماره تلفن همراه را از کاربران درخواست نماید.



محتوا، درون‌مایه و اصل یک پایگاه می‌باشد. بدون محتوا، سایر چیزها ارزش چندانی نخواهند داشت. جاکوب نیلسن، یکی از اساتید طراحی وب می‌گوید: در واقع کاربران برای رسیدن به محتوا وارد پایگاه می‌شوند، چیزهای دیگر در پس پرده قرار دارند. هدف اصلی در طراحی باید دسترسی دادن به کاربران برای رسیدن به محتوا باشد



۱۰. فیلدهای نابجا: این درست نیست که برای کاربر فیلدهای نابجا و غیر ضروری به وجود آورده شود؛ به عنوان مثال، قرار دادن گزینه «تکرار ایمیل» فیلدی نابجا و غیر ضروری است که فقط موجب آزردن شدن کاربران می‌گردد.

۱۱. از قلم انداختن انتخاب های مهم: کاربران نباید تصور کنند که پایگاه در موارد مهم به جای وی تصمیم گرفته و انتخاب نموده است. کاربران حق انتخاب را جزو حقوق محفوظ خود می‌دانند؛ به عنوان نمونه، پیشفرض بودن ارسال نامه از سوی پایگاه برای کاربران و مواردی از این دست را می‌توان جزو تصمیم‌گیری پایگاه به جای کاربران دانست.

۱۲. نداشتن راهی برای برگشت یا اتمام: این که کاربران نتوانند به صفحات قبل بازگردند یا از صفحه خارج شوند، موجب سردرگمی آن‌ها می‌شود. قرار گرفتن در چنین وضعیتی، به افتادن در دام یا قفس بی‌شبهت نیست. همیشه باید در مسیر سیر کاربران در پایگاه، راهی برای بازگشت و یا اتمام کار وجود داشته باشد. این مسئله، در فرم‌های چند مرحله‌ای، نمود واضح‌تری دارد.

۱۳. مسیر بن بست: بدون شک، برخورد کردن کاربران با مسیر بن بست در مسیر درخواست، موجب خروج آن‌ها از پایگاه خواهد شد. تصور کنید که وارد صفحه‌ای شوید که لینک به جایی نداشته باشد، یا لینک‌های اساسی مورد نیاز در آن نباشد، چنین حالتی بی‌شبهت به گیر افتادن در بن بست نیست.

۱۴. روند کار خسته کننده: یکی از بالاترین درجات خطا در طراحی پایگاه طراحی، آن است که پایگاه موجب خستگی کاربر شود. مرحله‌های غیر ضروری نباید در مسیر رسیدن کاربر به خواسته اش قرار گیرد. قرار دادن صفحات واسط برای دانلود، از نمونه این روند کار خسته کننده است.

خطاهای رایج در ناوبری (۵)

کاربران در هنگام استفاده از پایگاه‌های دینی، با مشکلات و موانعی برخورد می‌کنند. فراگیرترین این مشکلات، مشکل ناوبری در پایگاه می‌باشد؛ یعنی مشکلات مربوط به استفاده از لینک‌ها. باید گفت که بهترین ناوبری زمانی است که کاربران بدانند کجا هستند، کجا بوده‌اند و کجا خواهند رفت. (۶)

۱۵. پایگاه‌های منعکس کننده چارت سازمانی: به هیچ وجه مناسب نیست همان ساختاری را که در یک سازمان موجود می‌باشد، در پایگاه نیز منعکس شود. این اشتباه بسیار بزرگی است و حالتی را برای کاربران به وجود می‌آورد، مانند زمانی که وارد یک سازمان شده و برای یافتن دفتر مورد نظرشان گیج می‌شوند.

۱۶. داشتن ناوبری‌های متعدد: یکی از خطاهای بزرگ در ناوبری، داشتن چند منوی ناوبری در یک صفحه می‌باشد. این کار موجب انحراف و گیج شدن کاربر می‌شود. یک ناوبری کارآ و در معرض دید، بسیار مؤثرتر و سودمندتر خواهد بود.

۱۷. لینک‌های فریبنده تکراری: این خطا است که در یک صفحه با چند عنوان متنوع یک لینک برقرار گردد. کاربران نباید تصور کنند که پایگاه قصد فریب دادن آن‌ها را دارد.

۱۸. مستقیم نبودن لینک: از قرار دادن صفحات واسط برای لینک‌ها باید خودداری نمایید. این کار در موارد بسیاری موجب می‌شود که کاربر تصور کند که وارد صفحه مقصد شده و محتوای مورد نظر در آن قرار ندارد.

۱۹. لینک‌های ناپیدا در صفحه: گذاشتن لینک‌هایی که بدون عنوان در صفحه به صورت غیرمربئی وجود دارند، موجب انحراف کاربران از مقصود و نارضایتی آن‌ها خواهد شد؛ زیرا عموماً کاربران عادت دارند که بر روی متون کلیک نموده و صفحه را بالا و پایین نمایند و قرار داشتن چنین لینک‌هایی موجب ورود به صفحه‌ای ناخواسته و در نتیجه نارضایتی کاربر خواهد شد.

۲۰. بازی دایره‌وار لینک‌ها: این خیلی ناشایست است که یک صفحه لینکی داشته باشد که به قسمت داخلی خودش لینک شده است. البته می‌توان پانوشته‌های ارائه شده در مقالات علمی را از این مسأله مستثنا دانست.

۲۱. لینک‌های شکسته: این یک خطای جدی است که متأسفانه بسیار هم شایع است. نباید لینک‌های شکسته در صفحات وجود داشته باشند. باید برای کلیک‌های کاربران ارزش قائل بود و آن‌ها را به زحمت نینداخت.

خطاهای رایج در فرم

فرم‌ها، واسط‌های کاربری برقراری ارتباط تعاملی بین پایگاه و کاربران شناخته می‌شوند. فرم‌ها گونه‌های متنوع و مختلفی دارند و ابزارهای متفاوتی را در خدمت می‌گیرند. به همین دلیل، خطاهای رایجی در میان آن‌ها شایع شده است که موجب کاستن کیفیت تعامل با کاربران در پایگاه‌های اسلامی شده است؛ خطاهایی چون:

۲۲. استفاده بیش از حد از فیلد متنی (۷): باید تا حد امکان از به کارگیری فیلدهای متنی در فرم‌ها خودداری کرد و از اجزای دیگر نیز به فراخور نیاز در فرم بهره برد. نا آشنا بودن بسیاری از کاربران با حروف چینی موجب شده است که آن‌ها از پر کردن فیلدهای متنی رویگردان باشند.

۲۳. فیلدهای بی‌گذشت: در طراحی فرم‌ها باید توجه داشت که به کارگیری فیلدهای سختگیر و بی‌گذشت، اصلاً کار مناسبی نیست. این نوع فیلدها، ضوابط سختگیرانه‌ای برای تکمیل با قوانین خاص دارند که باعث زحمت کاربران خواهد شد.

۲۴. نداشتن مقدار پیش فرض (۸): باید حتماً برای فیلدهایی که جواب مشخص دارند، مقادیر قراردادی توصیف کرد؛ به عنوان مثال، در فیلدی مربوط به کشور برای پایگاهی که محدوده فعالیتش کشور عزیزمان می‌باشد، قرار دادن جمهوری اسلامی ایران به عنوان مقدار پیش فرض مطلوب می‌باشد.



جستجو، یکی از مهم‌ترین و حیاتی‌ترین بخش‌های یک پایگاه می‌باشد. در واقع، یکی از اصلی‌ترین راه‌هایی که به وسیله آن کاربران به اطلاعات مورد نیاز خود دست پیدا می‌کنند، جستجو است. قدرت و کیفیت جستجو با حضور و استفاده کاربران از یک پایگاه، رابطه معناداری دارد. جستجو، از دوران آغاز وب در پایگاه‌ها حضور داشته است و همگام با توسعه وب، توسعه نیز یافته است



کنند، جستجو است. قدرت و کیفیت جستجو با حضور و استفاده کاربران از یک پایگاه، رابطه معناداری دارد. جستجو، از دوران آغاز وب در پایگاه‌ها حضور داشته است و همگام با توسعه وب، توسعه نیز یافته است. در طراحی وب، خطاهای بزرگی در زمینه جستجو رخ می‌دهد، که برطرف کردن آن‌ها می‌تواند تأثیر مثبتی در چگونگی استفاده کاربران از پایگاه داشته باشد.

۳۱. کنترل‌های گیج‌کننده جستجو: کنترل‌ها باید برای جستجوی بهتر در خدمت گرفته شوند؛ نه این که موجب سردرگمی و افت کیفیت جستجو شوند. متأسفانه در بیشتر پایگاه‌ها، به خصوص پایگاه‌های علمی، جستجوی پیشرفته مبتلا به کنترل‌های گیج‌کننده‌ای است که به علت ناآشنا بودن برای کاربران، هیچ سودی برای آن‌ها ندارد.

۳۲. تداخل در بین جعبه‌های جستجو: قرار دادن چند جعبه جستجو در جاهای مختلف یک صفحه، یکی از خطاهای رایج در طراحی‌های وب به شمار می‌رود.

۳۳. کنار هم قرار گرفتن نتایج مشابه: بدترین کاری که می‌شود در ارائه نتایج جستجو انجام داد، این است که صفحه را با نتایج شبیه به هم پر کنیم و یا این که کاربر را مجبور به کلیک کردن بر روی یک گزینه نماییم. صفحه نتایج جستجو نباید به هم ریخته و کم فایده دیده شود. به همین دلیل، نیازمند طراحی و رعایت اصول می‌باشد.

۳۴. نتایج دو نسخه‌ای: قرار دادن دو نسخه از یک نتیجه در کنار هم، به هیچ وجه مورد قبول کاربران قرار نخواهد گرفت. نمونه آن زمانی است که یک مقاله در چند جای یک پایگاه قرار گرفته باشد و در هنگام نمایش نتایج جستجو، چند نتیجه با یک عنوان و پشت سر هم نمایش داده شود.

۳۵. نزدیک‌بینی در جستجو (از بین بردن فقره‌های (۱۴) نزدیک): وقتی کاربری در یک پایگاه جستجو می‌کند، با کاوش در نتایج نزدیک به مورد جستجو هم موافق است. نباید فقط به واژه‌های خاص جستجو شده تکیه کرد. قرار دادن یک فرهنگنامه اصطلاحات مشابه در داخل موتور جستجو، به این امر کمک شایانی می‌نماید.

۲۵. مقادیر پیش فرض غلط: حتماً به مقادیر پیش فرض و صحت آن‌ها در طراحی فرم باید توجه شود. قرار دادن مقادیر غلط، کاربران را به این نتیجه می‌رساند که پایگاه از نظام درست و اعتبار کافی برخوردار نیست.

۲۶. کلیک اجباری: هنگامی که در یک صفحه فرمی موجود می‌باشد، باید حتماً به صورت خودکار نشانه‌گر (۹) بر روی فیلد اول فعال شود. در صورت فعال نبودن، کاربران مجبور به کلیک کردن برای فعال کردن نشانه‌گر و در نتیجه، افزودن یک حرکت اضافی به فعالیت‌های کاربر خواهد شد.

۲۷. مکان غیرگویای برچسب‌ها: داشتن فاصله مناسب (نه دور و نه خیلی نزدیک) بین برچسب‌ها (توضیحات فیلدها) و فیلدها در فرم‌ها، از اهمیت بسیاری برخوردار است.

۲۸. جعبه چک (۱۰) و رادیوتکمه (۱۱): اشتباه قرار دادن محل جعبه چک و رادیوتکمه‌ها به جای یکدیگر، یکی از اشتباهات رایج در فرم‌هاست. رادیو تکمه‌ها برای انتخاب یک مورد از بین چند مورد استفاده می‌شوند و جعبه چک‌ها برای رد یا قبول یک انتخاب.

۲۹. قابل ویرایش نشان دادن: نباید فیلدی را که قابلیت ویرایش ندارد، به صورتی نشان داد که امکان ویرایش دارد. در طراحی فرم‌ها باید توجه نمود زمانی که قرار نیست انتخاب‌ها (۱۲) توسط کاربران ویرایش شوند، نباید این تصور برای آن‌ها به وجود آید که می‌توانند فیلد مورد نظر را ویرایش نمایند.

۳۰. کنترل‌های اسرارآمیز (۱۳): بعضی از فرم‌ها به نظر اسرارآمیز یا غیر قابل فهم می‌آیند. سه نوع فراوان آن، زمانی است که: برچسب‌ها توضیحات مناسبی ندارند، چیدمان فیلدها و برچسب‌ها مناسب نیست (بالا و پایین و یا پس و پیش هستند) و زمانی که از کنترل‌های استاندارد بهره گرفته نشده است.

خطاهای رایج در جستجو

جستجو، یکی از مهم‌ترین و حیاتی‌ترین بخش‌های یک پایگاه می‌باشد. در واقع، یکی از اصلی‌ترین راه‌هایی که به وسیله آن کاربران به اطلاعات مورد نیاز خود دست پیدا می‌

۳۶. چیزهایی که یافتنی نیست (توده‌ای از نتایج نامربوط):

هنگامی که کاربران در پایگاهی به جستجو می‌پردازند، علاقه ندارند که صفحه با توده‌ای از نتایج نامربوط پر شود.

۳۷. نتایج فهرست‌شده با چینش‌های بدون استفاده:

استفاده از چینش‌های کم یا بی‌اهمیت برای نمایش نتایج جستجو، از ارزش و اعتبار جستجو می‌کاهد؛ به عنوان نمونه، چینش بر مبنای حروف الفبا در نمایش نتایج جستجو، کم اهمیت بوده و در نمایش نتایج جستجو جایی ندارد.

۳۸. جستجوی خلاف عادت: برخی از پایگاه‌ها در کنار جعبه

جستجوی خود، از ضوابط نامناسبی بهره می‌گیرند که هم در نتایج جستجو تأثیر نامناسبی می‌گذارد و هم موجب گیج و گمراه شدن کاربر می‌شود. چون جستجو امری متداول بوده و از عادات وبی کاربران محسوب می‌شود، باید سعی نمود که از قالب‌های مرسوم و پرکاربرد جستجو استفاده نمود.

۳۹. نمایش ندادن شرایط جستجو در نتایج: کاربران خیلی

زود شکلی را که برای جستجو انتخاب کرده بودند، فراموش می‌کنند. باید شکلی را که به این نتایج جستجو دست پیدا کرده بودند، برای آن‌ها متذکر شد؛ مثلاً این‌گونه بیان کرد که: شما با جستجوی کلمات «مقاله» و «علمی» در عناوین مقالات بخش مذهبی پایگاه، به این نتایج رسیده‌اید.

۴۰. مشخص نکردن تعداد نتایج جستجو: یکی از مهم‌ترین

اطلاعاتی که باید در صفحه نتایج جستجو به نمایش در بیاید، تعداد نتایج جستجو می‌باشد. کاربران حق دارند بدانند چقدر اطلاعات در مورد موضوع جستجویشان به دست آمده است.

خطاهای رایج در متن و نوشته

انتقال مفاهیم، به وسیله متون فراهم می‌شود. اگر متون از خوانایی لازم برخوردار نباشند یا از نظر انشایی رسایی کاملی نداشته باشند، اطلاعات آن گونه‌ای که شایسته است، منتقل نخواهند شد.

۴۱. متن‌های بیش از اندازه: بیشترین خطای رایج در متون

پایگاه‌ها، استفاده از متون با حجم زیاد در کنار هم می‌باشد. کاربران، صفحات وب را نمی‌خوانند، بلکه آن‌ها را با سرعت مرور می‌کنند و بلافاصله هدف‌های بعدی‌شان را انتخاب می‌کنند.

۴۲. پیچیده نوشتن: متون وب و نرم‌افزارها معمولاً به وسیله

برنامه‌نویسان نوشته می‌شود و آن‌ها نیز با استفاده از اصطلاحات خاص، آن را برای کاربرانی که قصد استفاده از آن را دارند، ناهمیدنی می‌کنند. همچنین در پایگاه‌های اسلامی استفاده از متون متکلف و پیچیده رواج دارد که موجب عدم بهره‌دهی لازم متون برای تمام اقشار و صنوف می‌گردد.

۴۳. کاربران پایگاه را کاربر نامیدن: از خطاهای رایج که از

مصدق‌های پیچیده سخن گفتن است، این است که کاربران، کاربر خطاب شوند. تجربه نشان داده است که استفاده از نام کاربران در

پایگاه‌هایی که عضویت دارند، یا واژه «شما» در سایر پایگاه‌ها، موجب همراهی و همدلی بیشتر کاربران می‌گردد.

۴۴. اصطلاحات داخلی: به کاربردن اصطلاحات فنی درون

سازمانی در پایگاه، به هیچ وجه صحیح نیست. باید متون به گونه‌ای نوشته شوند که کاربران متوجه آن بشوند.

۴۵. واژگان متغیر (چند کلمه برای یک چیز): به کاربردن

چند لغت متفاوت برای یک منظور در یک پایگاه، اصلاً مناسب نیست؛ چون توانایی یادگیری و استفاده از پایگاه را در بین کاربران بسیار تنزل می‌دهد. باید برای هر منظور، یک لغت ساده و گویا را انتخاب کرده و از تعدد واژه برای بیان یک معنا خودداری کرد.

۴۶. سبک نامناسب: سبکی که برای نوشته‌ها در وب و به

خصوص در لینک‌ها، برچسب‌ها، عناوین و غیره در وب استفاده می‌شود، باید برای فهم و یادگیری کاربران مناسب باشد. سبک‌های پیچیده‌تر، رسایی کمتری دارند؛ مثلاً استفاده از «تفه» به جای «کلیک»، کاربران را سردرگم می‌کند.

۴۷. غلط‌های املائی و انشایی: هیچ چیزی به اندازه غلط

های املائی و انشایی و به هم ریختگی متون، از ارزش و اعتبار متن و پایگاه در دید کاربران نمی‌کاهد. وجود داشتن غلط املائی، کاربر را به این نتیجه می‌رساند که برای تهیه محتوای این پایگاه، زمان لازم صرف نشده است.

خطاهای رایج در لینک

لینک‌ها، حلقه‌های اتصال صفحات وب هستند و از بار معنایی خاصی در این نوع صفحات برخوردارند. البته اهمیت لینک‌ها صرفاً در این ویژگی نیست، بلکه لینک‌ها به جهت زیبایی نیز در صفحات وب مهم هستند و باید به آن‌ها توجه شود. اما خطاهای رایج در ارائه لینک‌ها:

۴۸. لینک‌هایی که شبیه به لینک نیستند: لینک‌ها در معنای

اولیه‌شان، برای ناوبری در پایگاه استفاده می‌شوند و زمانی که شباهتی به لینک نداشته باشند، شناخته نخواهند شد و برای ناوبری سودی نخواهند داشت.

۴۹. غیر لینک‌های شبیه به لینک: این نوع متون باعث

خواهند شد که متون شبیه به لینک، لینک‌هایی تصور شوند که عمل نمی‌کنند.

۵۰. تکه‌های عجیب: زمانی که بخش کوچکی از تکه‌هایی که

باید لینک داشته باشند، لینک شده باشد، موجب از دست رفتن بسیاری از کلیک‌هایی می‌شود که بر روی آن تکه صورت پذیرفته است.

۵۱. پیچاندن لینک‌ها: باید توجه داشت که لینک‌ها در میان

یکسری لینک مشابه که کنار هم قرار گرفته‌اند، تحت تأثیر قرار نگیرند و با هم اشتباه نشوند. ردیف کردن یکسری لینک پشت سر هم یا به صورت عمودی با متون طولانی بدون فاصله مناسب، از نمونه‌های پیچاندن لینک‌ها است.

۵۲. به خاک سپردن متون لینک ها: یکی از اشتباهات رایج در لینک‌ها، به کاربردن «اینجا را کلیک کنید» به جای لینک کردن با عنوان لینک است که در سئو (بهینه‌سازی پایگاه) نیز تأثیر سوئی خواهد داشت.

۵۳. دستکاری در رنگ لینک ها: به طور تجربی کاربران توقع دارند که لینک‌ها با رنگ آبی و لینک‌هایی که قبلاً دیده شده، با رنگ بنفش به نمایش در بیایند. بنابراین، باید از دستکاری رنگ لینک‌ها خودداری نمود.

خطاهای رایج در گرافیک و چیدمان

آخرین دسته بندی از خطاهای رایج در طراحی صفحات وب، خطاهای مربوط به گرافیک و چیدمان صفحات وب می‌باشد. گرافیک و چیدمان، پرنماترین بخش طراحی وب هستند. از این رو، خطاهای این بخش نیز بسیار بیشتر به نظر می‌آیند.

۵۴. متون ریز: متون ریز، خوانده نخواهند شد؛ ضمن این که در هم بودن خطوط، از زیبایی صفحات وب می‌کاهد و چشم را خسته می‌نماید. فاصله سفید بین پاراگراف‌ها نیز به جهت جلوگیری از خسته شدن چشم ضروری می‌باشد. تا آن جایی که امکان دارد نیز باید سعی نمود پاراگراف‌ها طولانی نباشند. به طور متوسط، پاراگراف‌های ۲ تا ۳ خطی مطلوب می‌باشند.

۵۵. استتار متون: باید توجه داشت که زمینه یا سایر ابزار گرافیکی که در صفحات وب به خدمت گرفته می‌شوند، موجب مخفی ماندن متون نشوند. به کارگیری گرافیک‌هایی که موجب پنهان شدن متون از حوزه دید کاربر شوند، در واقع، نقض غرض هستند؛ زیرا هدف اصلی از به کارگیری گرافیک، جلوه دادن به متون و زیبا نمودن آن‌ها است و مخفی شدن متون به واسطه گرافیک، این هدف را نقض می‌نماید.

۵۶. در وسط قرار گرفتن همه چیز: در طراحی صحیح وب باید از همه قسمت‌های صفحه به خوبی و با پراکندگی مناسب بهره برد. وسط قرار گرفتن همه متون، اشتباه ناشایستی است. اندکی تمایل متون به طرف چپ در متون فارسی و عربی که از راست به چپ خوانده می‌شوند، و تمایل به راست برای متون لاتین که از چپ به راست خوانده می‌شوند نیز می‌تواند مطلوب باشد.

۵۷. پیام‌های خطای (۱۵) فاقد جسارت: پیام خطا باید گویایی و توانایی لازم را برای بیان خطایی که صورت پذیرفته، داشته باشد. پیام خطا باید صریح، کوتاه و گویا باشد؛ حتی اگر لازم باشد، به کار بردن مثال در پیام خطا خالی از لطف نخواهد بود.

۵۸. استفاده نکردن از رنگ‌های با دامنه اختلاف: برای نمایان شدن و استفاده بهینه برای انتقال اطلاعات، باید از رنگ‌های متفاوت با رنگ اصلی به خوبی بهره برد. به کارگیری رنگ‌های مکمل در طراحی گرافیکی پایگاه نیز خیلی سفارش می‌گردد. بهره‌گیری از

رنگ‌های سرد و گرم و پرهیز از به هم زدن تعادل رنگ‌ها در پایگاه نیز قابل توصیه است.

۵۹. فعال کردن تکمه‌های فعال و غیر فعال کردن تکمه‌های غیر فعال: باید تفاوت بین تکمه‌های فعال و غیر فعال به خوبی مشخص گردد. اگر تکمه‌ای برای کاربر غیر فعال می‌باشد، باید حتماً متوجه غیر فعال بودن آن بشود؛ وگرنه روی آن کلیک کرده و گمان می‌کند که پایگاه دچار نقص شده است.

۶۰. سربرگ‌های وحشتناک: در طراحی وب باید به مشخص بودن و در دید بودن سربرگ‌ها توجه ویژه‌ای داشت؛ به گونه‌ای که کارایی لازم برای استفاده کاربران و همچنین نشان دادن بخش‌های مشترک پایگاه را داشته باشد.

سخن آخر

آنچه ذکر شد، عمومی‌ترین خطاهای رایج در طراحی صفحات وب بود. خطاهای طراحی وب در پایگاه‌های اسلامی بسیار بیشتر از آن است که در این نوشتار ارائه شده است و البته پرداختن به همه آن‌ها، فرصتی مبسوط می‌طلبد؛ اما با خاطر نشان کردن عمومی‌ترین این خطاها می‌توان امیدوار بود که با پرهیز از ارتکاب این خطاها، پایگاه از این دست خطاها پیراسته شده و موارد دیگری که عموماً شبیه به موارد یاد شده است، به مرور زمان با کسب تجربه بیشتر و اندکی دقت، برای مدیران پایگاه‌ها مشخص خواهند شد. ■

پی‌نوشت‌ها:

1. Web Designer.
2. content.
3. Nielsen, J. Designing Web Usability: The Practice of Simplicity.
4. Support.
5. Navigation.
6. Nielsen, J. Designing Web Usability: The Practice of Simplicity. New Riders, 1999.
7. Text Field.
8. Default.
9. Cursor.
10. Check Box.
11. Radio Button.
12. Options.
13. Control.
14. Item.
15. Error Message.