

Capitolo 6 - Conclusioni

Daniele Ziggiotto

Una proposta per la valutazione di un sito Web

Dall'analisi della letteratura disponibile è comunque possibile individuare un approccio che permetta di coniugare, da una parte le esigenze di snellezza della procedura di analisi, del contenimento dei costi e della velocità di esecuzione (soprattutto in questi ultimi tempi, in cui la presenza in Internet è considerata quasi un obbligo per le aziende, che premono per adeguarsi il più velocemente possibile alla mutata realtà), dall'altra di salvaguardare la validità dei risultati che, sotto la spinta di queste pressioni alla semplicità, rischiano di rivelarsi inattendibili.

La progettazione di un sito Internet, come già detto, deve essere impostata secondo i dettami del design iterativo centrato sull'utente, con il ricorso alla definizione di prototipi sui quali effettuare volta per volta piccoli test di usabilità con utenti. Di seguito, invece, verrà trattato il problema della definizione di un progetto più ampio e completo di valutazione dell'usabilità di un sito Internet, concepito per l'analisi di usabilità di un sito già esistente o della versione definitiva di un prototipo.

Un approccio integrato

L'approccio più valido, a mio parere, deve comprendere diverse metodologie, fra quelle indicate nelle pagine precedenti, tenendo conto di una serie di osservazioni:

- La valutazione dell'usabilità deve sempre essere sottoposta al giudizio di uno o più esperti del settore; non credo sia pensabile la creazione di strumenti che consentano a persone estranee alle problematiche dell'ergonomia cognitiva o dell'ingegneria dell'usabilità di effettuare in proprio un'analisi corretta ed esauriente;

- D'altra parte, è mia opinione che il giudizio degli esperti non sia sufficiente a garantire ad un progetto la piena efficacia; una valutazione seria e completa deve prevedere la partecipazione di utenti tipici, in veste di "collaudatori". Infatti, è molto importante ottenere un feedback relativo alle loro esperienze ed impressioni, per conoscere le difficoltà incontrate da persone che, essendo rimaste estranee alla fase di progettazione ed essendo in possesso di competenze inferiori a quelle di un esperto, sono in grado di rilevare eventuali mancanze sfuggite all'occhio di chi, a contatto quotidiano con i siti del Web, ne ha assorbito il modello concettuale sottostante. L'utente tipico, quindi, è indispensabile (1) per mettere al riparo il valutatore esperto dal pericolo di lasciarsi sfuggire particolari cui abbia fatto l'abitudine con l'uso, (2) per ottenere dati oggettivi e sottoponibili ad analisi quantitative, e (3) per garantire il rispetto del terzo punto della definizione ISO di usabilità, riguardante il parametro della piacevolezza e soddisfazione d'uso, confermato nella sua validità anche dallo studio condotto da Di Nocera, Ferlazzo e Renzi (1999).

- Come già rilevato anche dagli Autori citati che si occupano di valutazione dell'usabilità a livello professionale (capitolo 3, paragrafo 3.3), è necessario disporre di materiale "concreto" da presentare agli eventuali committenti perché spesso il parere dell'esperto non è sufficiente a convincere della reale urgenza

degli interventi proposti. Una registrazione video che documenti le difficoltà incontrate da un utente reale nella navigazione e il conseguente abbandono del sito, può a volte essere decisiva.

Le fasi di valutazione

Il progetto di valutazione, quindi, deve prevedere una sequenza di fasi che comprendono:

- 1) Un'analisi cognitiva del sito da parte di uno o più esperti;
- 2) Una fase di test durante la quale ci si serve della collaborazione di un gruppo di utenti;
- 3) Una elaborazione dei dati raccolti da parte dell'esperto;
- 4) Una formulazione di un piano di azione da sottoporre alla committenza.

Analisi degli esperti

La prima fase del processo di valutazione è riservata all'analisi del prodotto da parte del team di valutazione (si presuppone, infatti, che non sia una sola persona ad occuparsi dell'intero processo, ma che sia un gruppo di esperti sotto la guida di un coordinatore). Questa fase servirà sia per impostare l'intero lavoro di analisi del sito, sia per raccogliere le prime indicazioni sugli interventi da operare in vista dell'usabilità. La prima fase del progetto di valutazione di un sito Internet deve essere affidata ad un gruppo di esperti anche per un altro importante motivo: se il sito è di grandi dimensioni, diventa difficile chiedere ai soggetti interpellati per un test con utenti di esplorarne ogni angolo, alla ricerca di errori; allo stesso modo, non è proponibile dividere il sito in parti e affidarne ciascuna all'attenzione di un gruppo di utenti, perché troppo oneroso in termini di tempo e di risorse materiali. È più logico che ad occuparsi di questo genere di analisi generale sia il team di esperti, sicuramente più motivati e maggiormente in grado fornire una esamina completa, dalla quale poi trarre delle indicazioni utili per organizzare anche il lavoro di test con gli utenti, affidando alla loro analisi solamente gli aspetti più importanti o quelli che si sono rivelati più problematici.

Gli strumenti

Gli strumenti a disposizione dell'esperto sono: le euristiche di valutazione, la simulazione cognitiva (cognitive walkthrough) e il focus group. Quest'ultimo metodo è in realtà più consigliato quando si tratti di definire ed impostare le prime strategie di progettazione, quando il sito è ancora allo stato embrionale.

Le euristiche di valutazione costituiscono una soluzione molto valida e potente, che garantisce risultati molto completi e che permette di individuare fin da subito una serie di indicazioni pratiche per migliorare la fruibilità delle pagine Web. Si tratta, a mio parere, della metodologia più efficace per la prima fase di valutazione, alla quale si richiede una analisi ad ampio raggio dell'usabilità, che funga anche da indagine esplorativa per dare una base concreta al successivo lavoro con gli utenti. Allo stesso tempo, pur consentendo di ottenere un quadro sufficientemente ampio e completo della struttura e delle problematiche del progetto in esame, il metodo delle euristiche non va a gravare in maniera eccessiva sulle spese. Infatti, posto che il problema dei costi della valutazione è molto sentito, sia da parte del committente che da parte del valutatore, non è da trascurare il fatto che per svolgere correttamente un test con le euristiche è sufficiente la partecipazione di un piccolo gruppo di esperti - solitamente, da tre a cinque - i quali dedicano all'analisi del sito all'incirca una o due ore di tempo, con un rapporto costo / risultato molto favorevole. Il test con euristiche può essere condotto anche da un singolo valutatore, ma è preferibile mettere a confronto le conclusioni di persone diverse, che effettuino per proprio conto il test e confrontino successivamente i risultati fra loro. Difficilmente una sola persona è in grado di rilevare tutti i problemi di usabilità presenti in un progetto Web, salvo i casi di siti particolarmente semplici, e, ad ogni modo, quando si tratta di metodi soggettivi, è sempre preferibile non limitarsi alle opinioni di una sola persona, per quanto esperta.

Il walkthrough cognitivo, dal canto suo, permette un'analisi forse più approfondita della struttura ipertestuale e delle possibilità di navigazione, ma richiede una preparazione ed una sensibilità maggiori da parte degli esperti coinvolti nel test, e può condurre a risultati tra loro contrastanti, a seconda, appunto, del livello di esperienza del valutatore.

**HYPER
LABS**

Il test con utenti

La seconda fase prevede la partecipazione di un gruppo di persone, quali rappresentanti dell'utenza. Il test con utenti, è, di fatto, l'unico metodo che permetta al team di valutazione, e, di riflesso, ai progettisti del sito, di conoscere, con buona approssimazione, quali potranno essere le reazioni del proprio pubblico. Operativamente, il test si compone di più fasi:

- a ciascun utente viene richiesto di interagire con il sito in esame, in forma libera o per obiettivi; nel primo caso si darà al soggetto massima libertà di movimento all'interno del sito, allo scopo di permettergli di prendere confidenza con gli strumenti di navigazione e di farsi un'idea generale delle finalità e delle possibilità del sito stesso; nel secondo caso, si richiederà al soggetto di completare dei compiti precisi, come per esempio trovare delle informazioni, prenotare un biglietto aereo o comprare un libro. È molto utile che i momenti di interazione del soggetto con il sito vengano registrati; il metodo più efficace di registrazione, che permette di raccogliere la maggiore quantità di dati, è quella audio - video fornita da una telecamera; in alternativa, possono essere utilizzati strumenti software di registrazione del flusso input - output (login record), che provvedono a memorizzare la sequenza di azioni compiute dal soggetto sul sistema. Potendo scegliere, è sicuramente preferibile la registrazione audio - video, poiché è più completa e può essere utilizzata non solo per l'analisi del comportamento dell'utente, ma anche nella successiva fase di presentazione dei risultati dell'indagine ai committenti. È possibile chiedere agli utenti di verbalizzare le proprie azioni e reazioni durante l'utilizzo, seguendo il metodo del thinking aloud, ma non credo che ciò sia utile, per due motivi: in primo luogo, il procedimento thinking aloud introduce una variabile di disturbo a mio parere inaccettabile, dal momento che si cerca di analizzare il comportamento reale dei probabili utenti, già condizionato dalla presenza della telecamera; in secondo luogo, l'analisi dei dati raccolti mediante thinking aloud è complessa e richiede un notevole impegno da parte dell'esperto per essere condotta con serietà, ma non permette di aggiungere molto ad una indagine di per sé già molto approfondita.

- Terminata la fase di interazione del soggetto con il sito, il test prosegue per sondarne le impressioni ricavate dall'utilizzo. A questo scopo, possono essere impiegati un questionario o un'intervista (o entrambe, se ciò è possibile). Questa fase si rende necessaria in primo luogo per raccogliere informazioni sulla componente dell'usabilità di un sito Web più difficile da esaminare con i metodi soggettivi di valutazione, quella che la definizione ISO descrive come soddisfazione d'uso. Non è possibile, infatti, avere un'idea precisa delle reazioni emotive che derivano all'utente dall'utilizzo di un prodotto, se non chiedendolo direttamente a lui. Il questionario, perciò, deve essere concepito in maniera tale da permettere all'esperto di conoscere le opinioni degli utenti a riguardo di alcuni parametri: adeguatezza dell'architettura del progetto rispetto alle capacità dell'utente, conformità alle sue aspettative, piacevolezza dell'impostazione grafica e della navigazione, capacità di fornire un adeguato feedback alle azioni, grado di corrispondenza del modello del progettista con quello dell'utente, possibilità percepita di recuperare i propri errori, ecc. Nel caso le circostanze lo

permettessero, il valutatore potrebbe ricorrere alla maggiore versatilità del metodo dell'intervista, allo scopo di chiedere al soggetto i motivi che lo hanno condotto, per esempio, ad effettuare determinate scelte o a rinunciare all'esplorazione di determinate pagine, per chiarire, cioè, dubbi che possono essere sorti osservando l'utente durante l'interazione con il sito e che il questionario non può prevedere. Quest'ultimo si fa apprezzare, invece, per la sua velocità di somministrazione e per il fatto che fornisce dati oggettivi elaborabili successivamente.

Elaborazione dei dati raccolti

Il terzo punto prevede l'elaborazione dei dati raccolti per mezzo delle tecniche citate precedentemente. Al termine della fase di raccolta dei dati, l'esperto di valutazione dispone di una serie articolata di indicazioni:

- Le proprie impressioni, ricavate dall'analisi del sito mediante il confronto con le linee guida dell'usabilità e con le euristiche di valutazione;
- Le conclusioni degli esperti indipendenti ai quali è stata affidata l'analisi del sito con il metodo delle euristiche di valutazione;
- I dati relativi alle prestazioni degli utenti in relazione agli obiettivi richiesti dal compito affidato loro; essi riguardano il raggiungimento o meno dell'obiettivo posto, il tempo di esecuzione del compito, il numero dei passaggi impiegati, il numero di errori di navigazione commessi;
- Le registrazioni audio - video dell'interazione di ciascun soggetto con il sito in esame, che forniscono numerose ed utili indicazioni circa l'approccio dell'utente all'interfaccia e le difficoltà che questi può avere incontrato;
- Le risposte ai questionari di valutazione compilati dai soggetti dopo la fase di utilizzo del sito e le indicazioni ricavate dalle interviste.
- Il confronto fra il prototipo in esame e le caratteristiche dei siti Web analoghi.

Il piano di azione

Di seguito alla fase di elaborazione dei dati raccolti e di riassunto delle indicazioni fornite dalle opinioni degli esperti e degli utenti, il responsabile del progetto di valutazione dispone dei mezzi per elaborare un piano di azione, in cui indicare gli interventi da effettuare allo scopo di migliorare il livello di usabilità del sito esaminato. La necessità degli interventi deve essere documentata di fronte sia al committente, per il quale l'intervento proposto si traduce in una ulteriore spesa, sia di fronte al responsabile del progetto di design, che motiverà le scelte compiute in fase di realizzazione del sito e valuterà la fattibilità dei cambiamenti proposti. Allo scopo di rendere più completa e convincente l'esposizione delle proprie conclusioni, l'esperto di valutazione può riassumere le indicazioni fornite dagli utenti e dagli esperti per mezzo di grafici e simulazioni d'utilizzo, nonché fornire un esempio tangibile dei problemi incontrati dagli utenti con l'interfaccia, proponendo ai suoi interlocutori la registrazione audio - video acquisite durante la fase di testing.

Un progetto di valutazione di questo tipo, condotto con serietà, può permettere, a mio parere, di ottenere un risultato di ottimo livello, garantendo ad un'interfaccia Web il rispetto delle esigenze di usabilità richieste da una progettazione che intenda realmente definirsi "centrata sull'utente", e fornendo a qualsiasi sito Internet un valore aggiunto che gli consenta di essere efficace, efficiente e piacevole da utilizzare.