

Influenta procesului de îmbatrânire demografica asupra design-ului paginilor Web

Lect.dr. Dana COLIBABA, prep. Giani GRADINARU
Catedra de Analiza Statistica si Evaluare, A.S.E. Bucuresti

Procesul de îmbatrânire demografica a populatiei nu poate fi negat, motiv pentru care o serie de elemente ale vietii actuale trebuie modelate în functie de acesta. Astfel, marketingul si telecomunicatiile trebuie adaptate necesitatilor persoanelor vârstnice, deoarece ele reprezinta o importanta populatie tinta pentru diferite activitati zilnice.

Cuvinte cheie: pagini Web, design, piete tinta, reclama.

O data cu apropiata intrare în mileniul III, ne confruntam la nivel global cu convergenta a doua fenomene: cresterea longevitatii populatiei si influenta majora a tehnologiei, care devine, din ce în ce mai mult, parte din viata noastra cotidiana. Conform datelor furnizate de US Census Bureau, la începutul acestui secol, durata medie a vietii în America de Nord a fost de 46 ani, pentru ca spre sfârșitul secolului aceasta sa depaseasca 76 ani. În tarile dezvoltate, peste 30 de ani, una din patru persoane va intra în categoria persoanelor care au peste 65 de ani si este firesc sa sporeasca si utilizarea calculatoarelor de catre cei ajunsi la asemenea vârste. Se estimeaza ca peste 23% din utilizatorii de PC-uri din America de Nord sunt persoane de 55 ani, iar cei care utilizeaza Internet-ul petrec mai mult timp on-line decât persoanele din alte categorii de vârsta, fiind de aproape doua ori mai multi decât tinerii având varste cuprinse între 12 si 17 ani.

Epoca timpurie a Web-ului a fost una orientata spre comunicari adresate persoanelor care dispuneau de o educatie înalta, aceste informatii provenind din mediul militar si cel al universitatilor, care puneau accentul pe calitatea si transmiterea cât mai rapida a informatiilor si nu vizau înca aspectul comercial. Pe masura ce Internet-ul a ajuns sa aiba ampla acoperire de astazi, a devenit clar ca site-urile au trebuit sa fie orientate spre oamenii obisnuiti. Acestia nu sunt altceva decât vânzatori si cumparatori care evolueaza pe diverse piete, motiv pentru

care aspectul comercial al Web-ului a devenit preponderent. Atunci când deschidem o pagina Web, primul lucru pe care îl retinem nu este continutul specific al site-ului, ci multitudinea de reclame, bannere si îndemnuri persuasive de "Click Here" sau "Don't Click Here". Web-ul este o piata potentiala imensa si un designer trebuie sa fie, în acelasi timp, si director de marketing, ce trebuie sa procedeze de asemenea maniera încât numarul vizitatorilor si al cumparatorilor sa fie cât mai mare, deoarece în felul acesta are de câștigat de pe urma celor care își depun reclamele pe site-ul sau. Dar design-ul site-ului nu poate fi universal, deoarece o persoana în vârsta va urmări cu totul altceva decât un tânăr, împatimit de jocurile tridimensionale. În aceste conditii se pune problema pietei tinta si aceasta nu poate fi decât aceea cu cel mai mare numar de potentiali consumatori, adica cea a persoanelor vârstnice.

Site-urile Web au avut o evolutie covârșitoare pe masura ce tehnologia s-a îmbunătătit, iar acest lucru a facut posibile mai multe realizari. În ultimii ani s-au vazut noi concepte de design care au revolutionat conceptiile despre Web. Pentru multi oameni, Internet-ul a devenit un stil de viata datorita facilitatilor sale multiple. Pentru cei care creeaza site-uri Web si care comunica prin Internet este foarte important sa înțeleaga ca nu toate persoanele au aceleasi aptitudini si abilitati si, de aceea, trebuie sa se adapteze la cerintele consumatorilor

tinta atunci când este vorba de noile tehnologii.

În comparație cu alte grupe de vârstă, vârstnicii petrec mai multe ore în fața calculatorului, motiv pentru care standardele impuse în design și acceptate de segmentul populației tinere, nu satisfac în aceeași măsură necesitățile populației trecute de această vârstă. Designerii pot realiza o mulțime de lucruri care pot face accesibile site-urile Web pentru utilizatorii de toate vârstele, cu condiția ca necesitățile celor de vârstă a treia să fie înțelese.

Problema cea mai des întâlnită, pe măsura înaintării în vârstă este legată de vedere. De la vârsta de 65 ani, majoritatea persoanelor și-au pierdut cel puțin una dintre abilitățile de vedere, cum sunt concentrarea, distingerea culorilor, descompunerea imaginii și adaptarea la schimbarea luminozității. Ca rezultat al procesului natural de îmbătrânire, defectele de vedere obișnuite, cum sunt încetosarea văzului sau cataractele, reduc gradul de lumină care trece prin ochi. Îngălbenirea lentilei produce imagini care la o persoană de vârstă a treia apar ca și cum s-ar uita printr-un voal galben.

Marea majoritate a oamenilor au deficiențe în perceperea culorilor ceea ce duce la o vedere vagă. Ca rezultat al acestui fapt, două culori, care pentru un individ cu percepție normală a culorilor apar foarte diferite, pot fi greu de distinse una de cealaltă la un individ cu probleme de vedere. Combinațiile de culori, cum ar fi maro cu verde sau bronz cu gri, nu sunt o alegere bună.

Odată cu înaintarea în vârstă, apar și alte efecte negative, cum ar fi cele legate de auz și, prin urmare, multe sunt considerențele care ar trebui luate în calcul dacă se dorește ca un site Web să atingă o audiență globală. Pentru mulți oameni de vârstă a treia, Web-ul este o experiență cu totul nouă și, prin urmare, designerii trebuie să pună în prim plan claritatea. Persoanele care abia patrund în tainele Internet-ului nu au asistat la evoluția design-ului pe pagini

Web, motiv pentru care pot fi mai degrabă frustrați decât impresionați de un site și, de regulă, nici nu știu să navigheze prin acesta. Această constatare conduce la ideea că grafica unei pagini Web trebuie să fie clară, lizibilă și să ofere informația căutată. Rezultatul va fi dat de vizitatori fideli, interesați de pagina respectivă.

Aspectele principale legate de realizarea unui site cu interes sporit pentru persoanele la care ne-am referit până acum, sunt: aranjarea paginii, stilul, culorile, contrastul, fonturile, utilizarea generală și cunoștințele oferite.

Aranjarea paginii. Ariile largi cu spații albe și blocuri mici cu text sporesc posibilitatea de citire, ușurând acest proces, făcând ca pagina să pară "curată" și mai ușor de navigat. Totodată, trebuie să se țină cont de faptul că paginile mai largi pot însemna o navigare mai îndelungată. Aspectul paginii și interfața acesteia trebuie să se mențină de la o pagină la alta, să fie similare, iar elementele importante, care ajută la navigare, să-și păstreze plasamentul în linii generale, evitându-se astfel confuziile și creându-se imaginea și identitatea companiei respective. Subiectele principale trebuie despartite în pagini scurte și succinte care să conțină informații cuprinse în cel mult două ecrane.

Stilul. Folosirea temelor pentru background sau a textului suprapus peste imagini, duc la o mai dificilă înțelegere a celor care o vizitează, deoarece anumite lucruri distrag atenția și ideea principală se pierde. De asemenea, mulți utilizatori sunt în dificultate (sau chiar în imposibilitate) de a înțelege textul respectiv și chiar dacă imaginile din background sunt discrete, ele pot îngreuna citirea și înțelegerea textului din pagină. Umbrele din text pot cauza o mai dificilă descriere a textului. Fontul trebuie ales în așa fel încât să ajute la lizibilitate. Se recomandă utilizarea unui singur tip de font.

Culorile. Pentru ca acestea să fie folosite eficient, trebuie avute în vedere trei caracte-

teristici: nuanta, luminozitatea si saturatia. *Nuanta* permite identificarea culorilor de baza, *luminozitatea* reprezinta diferenta dintre lumina care apare pe o anumita suprafata în comparatie cu alte suprafete din apropiere, iar *saturatia* este masura intensitatii unei culori. Trebuie sa fie alese culori cu diferente din toate cele trei puncte de vedere. Tinând cont ca persoanele avute în discutie își pierd abilitatea si usurinta de a detecta luminozitatea, este bine sa se foloseasca diferentele de luminozitate exagerate între culoarea de deasupra si cea de pe background. Din aceleasi considerente este bine sa se evite combinatiile de albastru si galben sau rosu si verde.

Contrastul maxim fiind între alb si negru, folosirea oricarei culori mai închisa decât alb si mai deschisa decât negru reduce contrastul amintit, iar combinatia dintre culori devine automat mai greu de descifrat.

Fonturile mai mari sunt usor de descifrat si de citit. Dimensiunea ideala pentru fonturi este de 12 - 14 puncte pentru majoritatea persoanelor adulte si batrane, însa pentru persoanele cu vedere partiala cerinta este ca fonturile sa fie ceva mai mari, chiar peste 16 puncte. Distanta dintre rânduri este bine sa fie de 1,5 - 2 linii deoarece scade obosirea ochilor si ajuta la o mai mare claritate.

Utilizarea generala. Datarea paginii în momentul realizarii unei modificari sau editari permite înstiintarea vizitatorilor despre valabilitatea adresei respective, despre informatii necesare dorite de ei si, de asemenea, sporeste încrederea acestora în site-ul respectiv. Daca paginile sunt modificate frecvent, este bine sa fie mentionat acest lucru prin folosirea cuvântului "NOU" cât si prin datare. Arhivele trebuie organizate si pastrate dupa anumite criterii. Cel mai important lucru este verificarea continutului paginilor precum si a timpului alocat efectuării unui download folosind mai multe tipuri de modem-uri.

Educarea utilizatorului. Utilizatorii de calculatoare din categoria de vârsta anali-

zati sunt adesea timorati de multiplele optiuni oferite de interfata, dar si de utilizarea software-ului. Este bine ca utilizatorii sa fie ajutati, punându-le la dispozitie materiale sau documente care sa le explice câteva lucruri esentiale: redimensionarea cursorului, setarea preferintelor pentru culorile din pagina, pentru fonturi sau background, redimensionarea icon-urilor si a fonturilor, diminuarea si evitarea oboselii ochilor.

Aceste consideratii pot sensibiliza proiectantii de pagini Web, prin orientarea catre un segment de piata din ce în ce mai important rezultat în urma procesului de îmbatrânire demografica care caracterizeaza si România ultimilor ani. Nu numai design-ul în sine este important, ci si continutul reclamelor. Trebuie tinut seama de produsele pe care o persoana de vârsta a treia este tentata sa le cumpere, de nivelul veniturilor, facându-se distinctie între cei care înca lucreaza si cei pensionati, ale caror posibilitati de satisfacere a nevoilor sunt mult mai limitate. În general, batrânii sunt insensibili la reclama, conservatori si nostalgici, motiv pentru care accentul trebuie pus pe continutul în sine al reclamelor si nu pe factorul persuasiv. Prin urmare, design-ul paginilor Web nu reprezinta doar o problema de estetica (sau de simpla transmitere a informatiilor), ci un proces în care marketingul este implicat în mod esential.

Bibliografie

Peter G. Preston, "Gray Dawn", New York, 1999.

Microsoft Accesibility Site – www.microsoft.com/enable/

Microsoft Server & Technology – www.microsoft.com/seniors