

# Svijet knjigoljubaca: analiza elemenata korisničkog sučelja i korisničkog iskustva na platformama za ocjenjivanje knjiga

---

**Bebić, Josipa**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:304906>

*Rights / Prava:* [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-28**



Sveučilište u Zagrebu  
Filozofski fakultet  
University of Zagreb  
Faculty of Humanities  
and Social Sciences

*Repository / Repozitorij:*

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb  
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FILOZOFSKI FAKULTET  
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI  
Ak. god. 2023./2024.

Josipa Bebić

**SVIJET KNJIGOLJUBACA: ANALIZA ELEMENATA  
KORISNIČKOG SUČELJA I KORISNIČKOG ISKUSTVA NA  
PLATFORMAMA ZA OCJENJIVANJE KNJIGA**

Završni rad

Mentor: dr.sc. Kristina Kocijan, izv. prof.

Zagreb 2024.

## Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

---

(potpis)

## Sadržaj

Izjava o akademskoj čestitosti .....	1
Sadržaj .....	2
1. Uvod.....	3
2. Povijest.....	5
3. Korisničko sučelje i korisničko iskustvo .....	7
3.1. Korisničko sučelje.....	7
3.2. Korisničko iskustvo .....	10
3.3. Razlike između elemenata korisničkog iskustva i korisničkog sučelja .....	13
4. Aplikacije za ocjenjivanje knjiga.....	15
4.1. Goodreads .....	15
4.2. Kako <i>Goodreads</i> funkcionira.....	16
4.3. StoryGraph.....	18
4.4. Kako <i>StoryGraph</i> funkcionira.....	18
4.5. LibraryThing.....	24
4.6. Kako LibraryThing funkcionira.....	24
5. Istraživanje.....	29
5.1. Metodologija.....	29
5.2. Analiza elemenata korisničkog sučelja i korisničkog iskustva.....	31
5.2.1. Goodreads .....	31
5.2.2. The StoryGraph.....	34
5.2.3. LibraryThing .....	37
5.3. Usporedna analiza.....	40
6. Zaključak .....	44
7. Literatura.....	45
Sažetak .....	48

## 1. Uvod

U digitalnom dobu u kojem živimo, tehnološki napredak kontinuirano mijenja način na koji pristupamo i konzumiramo književnost. Uz e-knjige, tehnologija nam je omogućila i aplikacije za ocjenjivanje knjiga, kako bi mogli dijeliti svoja mišljenja, otkrivati nove knjige za čitanje i povezati se sa istomišljenicima. Među brojnim aplikacijama, *Goodreads*<sup>1</sup> i *StoryGraph*<sup>2</sup> su jedne od najpopularnijih u tom području. Sensor Tower (2024) prikazuje kako je *Goodreads* u razdoblju od 1. svibnja do 31. svibnja 2024. bio preuziman čak 300 tisuća puta, a *StoryGraph* 40 tisuća. To možemo usporediti s aplikacijom *LibraryThing*<sup>3</sup> koja je, u istom vremenskom razdoblju, bila preuzimana malo manje od 5 tisuća puta. U ovom radu osvrnut ću se na to je li razlika u popularnosti triju aplikacija rezultat određenih karakteristika korisničkog sučelja i korisničkog iskustva.

Navedene aplikacije omogućuju korisnicima da prate knjige koje su pročitali, žele pročitati ili trenutno čitaju. Također omogućuju korisnicima da ocjenjuju knjige, pišu recenzije, sudjeluju u diskusijama o knjigama i prate aktivnosti svojih prijatelja. Aplikacije se razlikuju i po dostupnim funkcionalnostima o kojima će biti više rečeno u nastavku rada.

U ovom radu analizirat ću elemente korisničkog sučelja (engl. *user interface*, skraćeno UI) i korisničkog iskustva (engl. *user experience*, skraćeno UX) u navedenim aplikacijama, istražujući kako su one oblikovane i kako zadovoljavaju potrebe svojih korisnika. Garrett (2010) naglašava važnost korisničkog iskustva za poslovni uspjeh, ističući kako dobar UX direktno doprinosi ostvarivanju poslovnih ciljeva poput povećanja prodaje, korisničke lojalnosti i smanjenja troškova podrške. Iako neki dijelovi knjige više naglašavaju UX, UI je neodvojiv dio korisničkog iskustva te se implicitno prepoznaje da dobar dizajn korisničkog sučelja pridonosi korisničkoj satisfakciji, učinkovitosti i konkurentnosti proizvoda ili usluge na tržištu. Iz toga se može zaključiti da je razumijevanje korisničkog sučelja i iskustva važno za razvoj i unapređenje i ovih aplikacija. Stoga je glavni cilj ovog

---

<sup>1</sup> <https://www.goodreads.com/>

<sup>2</sup> <https://app.thestorygraph.com/>

<sup>3</sup> <https://www.librarything.com/>

istraživanja pružiti dublji uvid u to kako korisnici percipiraju i koriste aplikacije za ocjenjivanje knjiga, kao i identificirati moguće prilike za poboljšanje.

Rad se sastoji od šest poglavlja, a započinje detaljnim opisom elemenata korisničkog sučelja i elemenata korisničkog iskustva. Sljedeće poglavlje u nizu, poglavlje 4, donosi više informacija o aplikacijama koje su fokus ovoga rada: *Goodreads*, *StoryGraph* i *LibraryThing*, nakon čega slijedi opis istraživanja i usporedna analiza prikupljenih podataka. Za potrebe ovog završnog rada, provest ću analizu nad tri platforme te usporediti kako svaka od njih implementira UI i UX elemente i procijeniti njihovu učinkovitost i korisničku prihvatljivost. U završnom poglavlju iznijet ću svoj osvrt na dobivene rezultate o istraživanim elementima korisničkog sučelja i korisničkog iskustva u navedenim aplikacijama.

## 2. Povijest

Recenzije knjiga imaju dugu tradiciju koja seže u povijest književnosti (Habib, 2005). Prema istoj autorici, kritike i rasprave o knjigama bile su važan dio kulturnog života već u antičkoj Grčkoj. Tako su, na primjer, Platon i Aristotel pisali analize i rasprave o književnim djelima.

Vrijedno je spomenuti kako je Focije, carigradski patrijarh i bizantski teolog iz 9. stoljeća, prema Reynoldsu i Wilsonu (1991), nazvan izumiteljem recenzije knjiga (engl. *the inventor of the book review*) zbog svog djela 'Biblioteka'. Knjiga sadrži bilješke i komentare o 279 pročitanih knjiga (Hrvatska enciklopedija, 2024). No, kako saznajemo od Torrie (2018) recenzije, bliže onima kakve danas poznajemo, pojavile su se tek tijekom Prosvjetiteljstva i razvile se sa širenjem kulture tiska u devetnaestom stoljeću te su često bile objavljivane u novinama ili časopisima. Kritičari, poput Georga Saintsburyja, postali su poznati po svojim kritičkim radovima, koji su često oblikovali javno mišljenje o knjigama (Britannica, 2024).

Rast popularnosti književnih recenzija koji je uslijedio, najbolje nam objašnjava Miller (2016). Autorica navodi da književna recenzija, kao žanr, jasno pokazuje kako se tiskani medij mijenjao, i sugerira kako su se prakse čitanja u devetnaestom stoljeću prilagođavale u skladu s tim medijima. Usmjeren prema publici koja nikada ne bi mogla izravno doživjeti tiskani materijal, književna recenzija se pojavila kao žanr za tiskani materijal devetnaestog stoljeća, koji je odražavao promjenjivi identitet knjige unutar šire kulture tiska. Uz razvoj digitalnih medija, formati recenzija su se proširili na online platforme, blogove, društvene medije i specijalizirane književne portale, uključujući i tri platforme koje su tema i ovoga rada.

Danas recenzije ne služe onima koji ne mogu doći do tiskane knjige već ljudima koji čitaju, specifičnije, ljudima koji žele pronaći nove knjige za čitati. Služe im kako bi naučili više o određenoj knjizi prije nego što odluče hoće li je pročitati ili ne. U samo nekoliko klikova, korisnik može pronaći sve potrebne informacije koje mu pomažu u odlučivanju hoće li pročitati određenu knjigu ili ne.

Osim čitatelja, izdavači i autori, također, se oslanjaju na recenzije, prvenstveno zbog toga što recenzije mogu utjecati na prodaju knjiga. Lin, Luarn i Huang (2005) zaključuju da pozitivne recenzije mogu privući više čitatelja, dok konstruktivne kritike mogu pomoći autorima da poboljšaju svoje pisanje.

Postoje i slučajevi knjiga koje su imale loše recenzije ili nisu bile dobro prihvaćene od strane kritičara, ali su ipak postigle veliku popularnost među čitateljima. Neki od primjera su 'Igre gladi' od Suzanne Collins i 'Moby Dick' Hermana Melvillea. Guardian kritičar (2014) je za 'Igre gladi' napisao: „*Smatram je predvidljivom, dosadnom, neoriginalnom i prožetom greškama. Nažalost, ne mogu smisliti niti jedan razlog da ju preporučim.*“<sup>4</sup> No unatoč tome, knjiga sada ima prosječnu ocjenu 4.34 na *Goodreadsu* i deset godina kasnije još uvijek je tema mnogih književnih diskusija.

„*Ovo je loše složena mješavina romantike i stvarnosti...Stil njegove priče mjestimično je unakažen ludim (a ne lošim) engleskim jezikom*“<sup>5</sup>, bilo je mišljenje kritičara uglednog britanskog časopisa *The Athenæum*, Chorleya (1851) o 'Moby Dicku'. Danas je knjiga prepoznata kao remek-djelo svjetske književnosti te je postala američki klasik.

Ovi primjeri pokazuju da percepcija kritičara ne mora nužno odražavati ukus i interes šire publike. Zbog toga su platforme poput *Goodreads*, *The StoryGrapha* i *LibraryThing* postale važan alat u davanju ocjena i recenzija šire čitateljske publike.

---

<sup>4</sup> Ovo je slobodni prijevod autora ovoga rada koji u izvorniku glasi: “*I found it predictable, dull, unoriginal and riddled with errors. Unfortunately, I cannot think of a single reason to recommend it*” (The Guardian, 2014)

<sup>5</sup> Ovo je slobodni prijevod autora ovoga rada koji u izvorniku glasi: “*This is an ill-compounded mixture of romance and matter-of-fact...The style of his tale is in places disfigured by mad (rather than bad) English*” (The Melville Society, n.d.)



### 3. Korisničko sučelje i korisničko iskustvo

Hannah (2023) **korisničko iskustvo** definira kao proces povećanja zadovoljstva korisnika poboljšanjem upotrebljivosti i pristupačnosti proizvoda, web stranice ili aplikacije. S druge strane, kako navodi Jacob (2003), **korisničko sučelje** je dio interaktivnog računalnog sustava koji komunicira s korisnikom.

U nastavku ću detaljnije opisati korisničko sučelje i korisničko iskustvo iz perspektive dizajnera, istražujući kako ove komponente zajedno oblikuju interakciju između korisnika i proizvoda. Prikazat ću i važnost usklađivanja korisničkog sučelja s korisničkim iskustvom kako bi se postigla maksimalna učinkovitost i zadovoljstvo korisnika.

#### 3.1. Korisničko sučelje

Prema Jacobu (2003), dobar dizajn korisničkog sučelja temelji se na mogućnostima korisnika, a ne stroja. Ovo znači da sučelje treba biti oblikovano na način koji olakšava korisnicima ostvarivanje njihovih ciljeva na najefikasniji način, uzimajući u obzir njihove preferencije, sposobnosti i ograničenja. To se odnosi na generička sučelja za velike grupe ljudi kao i na projektiranje posebnih sučelja za korisnike s tjelesnim ili drugim invaliditetom. Zadatak koji treba izvršiti može se podijeliti između korisnika i stroja, uzimajući u obzir njihove mogućnosti i ograničenja.

Kod Jacoba (2003) nalazimo četiri razine dizajna korisničkog sučelja: konceptualnu, semantičku, sintaktičku i leksičku razinu. **Konceptualna razina** opisuje osnovne entitete koji se nalaze u osnovi korisnikovog pogleda na sustav i moguće radnje nad njima. Na primjer, u aplikaciji za upravljanje dokumentima, osnovni entiteti mogu biti dokumenti, mape i korisnici. Moguće radnje mogu uključivati stvaranje novog dokumenta, premještanje dokumenta u mapu, dijeljenje dokumenta s drugim korisnicima i slično.

**Semantička razina** opisuje funkcije koje sustav obavlja. Ovo odgovara opisu funkcionalnih zahtjeva sustava, ali ne govori o tome kako će korisnik pozvati funkcije. Na primjer, u aplikaciji za obradu teksta, semantička razina bi opisala funkcije poput uređivanje teksta, pretraživanje i zamjena teksta, ispis dokumenta.

**Sintaktička razina** opisuje sekvence ulaza i izlaza potrebnih za pozivanje opisanih funkcija. Na primjer, u funkciji otvaranja dokumenta, sekvence koraka su: korisnik klikne na izbornik *file* -> iz padajućeg izbornika odabere opciju *open* -> korisnik odabere željenu datoteku -> klikne na gumb *open* -> dokument se učita i prikaže u glavnom prozoru aplikacije.

**Leksička razina** određuje kako se ulazi i izlazi zapravo formiraju iz primitivnih hardverskih operacija. Na primjer, kod unosa teksta, hardverska operacija je pritisak tipki na tipkovnici.

Integracija ovih razina u proces dizajna i razvoja platformi za ocjenjivanje knjiga osigurava da se stvara zadovoljavajuće korisničko iskustvo. Također, pružaju okvir za temeljitu analizu različitih aspekata korisničkog sučelja i korisničkog iskustva.

Dizajn korisničkog sučelja značajno se razvio u posljednjih nekoliko godina i postao je jedno od najkreativnijih, najinovativnijih i najuzbudljivijih područja u tehnologiji kao što su aplikacije, web stranice, softveri, igre i slično (Hannah, 2023). Autorica dodaje kako je korisničko sučelje točka interakcije između čovjeka i računala i komunikacije na uređaju, web stranici ili aplikaciji. To može uključivati zaslone, tipkovnice, miš i izgled radne površine.

Hannah (2023) specificira četiri kategorije u koje korisničko sučelje obično spada:

1. **kontrola unosa** - kontrola unosa omogućuje korisnicima unos informacija u sustav, na primjer, ako nam treba povratna informacija o datumu rođenja korisnika, upotrijebit ćemo kontrolu unosa da im to omogućimo;
2. **navigacijske komponente** - navigacijske komponente pomažu korisnicima da se kreću po proizvodu ili web stranici;
3. **informacijske komponente** - informacijske komponente dijele informacije s korisnicima, uključujući obavijesti, trake napretka, okvire s porukama i skočne prozore;
4. **kontejneri** - kontejneri drže povezani sadržaj zajedno, kao što su harmonike, tj. okomito naslagani popis stavki koji koristi funkciju prikaži /sakrij.

Poznavanje ovih kategorija omogućava temeljitu analizu svakog aspekta korisničkog sučelja. Time se identificiraju specifične snage i slabosti u dizajnu svake platforme.

Kako bi dizajneri omogućili što bolju interakciju između čovjeka i računala mogu slijediti 8 zlatnih pravila dizajna korisničkog sučelja koje navodi Shneiderman (2009):

1. **neka korisničko sučelje bude dosljedno** - dosljedno korisničko sučelje znači korištenje sličnih obrazaca dizajna, identičnu terminologiju u uputama, homogene izbornike i zaslone te dosljedne naredbe u cijelom sučelju;
2. **omogućiti korisnicima jednostavnu navigaciju putem prečaca** - korisnici koji posjećuju našu web stranicu ili redovito koriste naš proizvod trebaju prečace za brzo kretanje kroz sučelje;
3. **pružiti informativne povratne informacije** - na primjer, kada se od korisnika traži da stvore zaporku, naše korisničko sučelje trebalo bi ponuditi informacije o tome koliko bi ona trebala biti jaka dajući primjer jake zaporke ili koristeći simbole koji pokazuju koliko je trenutna korisnička zaporka jaka;
4. **dizajnirati dijalog za zatvaranje** - prema Shneidermanu (2009) nizovi akcija trebaju biti organizirani u grupe s početkom, sredinom i krajem jer informativne povratne informacije po završetku grupe radnji korisnicima daju zadovoljstvo postignućem, osjećaj olakšanja da su napravili sve što je bilo potrebno i da mogu preći na sljedeću grupu radnji;
5. **sprječiti pogreške što je više moguće** - korisničko sučelje treba biti što jednostavnije za korištenje sprječavajući ozbiljne pogreške korisnika, od zasivljivanja stavki izbornika koje nisu dostupne do sprječavanja korisnika da upisuju slova u polja koja traže telefonske brojeve i slično;
6. **omogućiti korisnicima načine da jednostavno ponište svoje radnje** - Shneiderman (2009) objašnjava da ova značajka ublažava tjeskobu jer korisnici znaju da se pogreške mogu poništiti što potiče istraživanje novih i nepoznatih opcija;
7. **korisnicima omogućiti kontrolu** - prema Shneidermanu (2009)iskusni korisnici snažno žele osjećaj da oni upravljaju sučeljem i da sučelje reagira na njihove radnje, odnosno, oni ne žele iznenađenja ili promjene u poznatom ponašanju, a živciraju ih zamorni nizovi unosa podataka, poteškoće u dobivanju potrebnih informacija i nemogućnost postizanja željenog rezultata;

8.  **smanjiti opterećenje memorije** – korisnike, na primjer, ne bi trebalo tjerati da ponovno unose osobne podatke svaki put kada kupuju na našoj web stranici ili da dodaju svoju adresu e-pošte i ime svaki put kada se prijavljuju na našu web stranicu.

Ovih osam pravila su od ključne važnosti jer pružaju osnovne smjernice za stvaranje korisničkih iskustava koja su intuitivna, učinkovita i zadovoljavajuća. U svom radu koristit ću ih kao referentnu točku za analizu korisničkog sučelja na platformama za ocjenjivanje knjiga te kako bih identificirala njihove pozitivne i negativne aspekte.

### 3.2. Korisničko iskustvo

Međunarodna organizacija za normizaciju definira korisničko iskustvo kao: „*percepcije i reakcije osobe koje proizlaze iz upotrebe ili očekivane upotrebe proizvoda, sustava ili usluge*“.<sup>6</sup>

*Interaction Design Foundation*<sup>7</sup> (2016) tu definiciju dijele na dva dijela:

1. percepcije i odgovori osobe;
2. korištenje proizvoda, sustava ili usluge.

Prema članku *User Experience (UX) Design* (2016), u korisničkom iskustvu dizajneri nemaju puno kontrole nad nečijim percepcijama i odgovorima. Autori daju i primjer: ne mogu kontrolirati kako se netko osjeća, pomiče prste ili oči dok koristi proizvod. Međutim, dizajneri mogu kontrolirati kako se proizvod, sustav ili usluga ponašaju i izgledaju.

Kako bi uspjeli u kontroliranju proizvoda, dizajneri, mogu slijediti šest elemenata koje Korkishko (2019) smatra ključnima za korisničko iskustvo:

1. **vizualni dizajn** (engl. *visual design*) - vizualni dizajn je sve ono što korisnik vidi kada otvori stranicu;

---

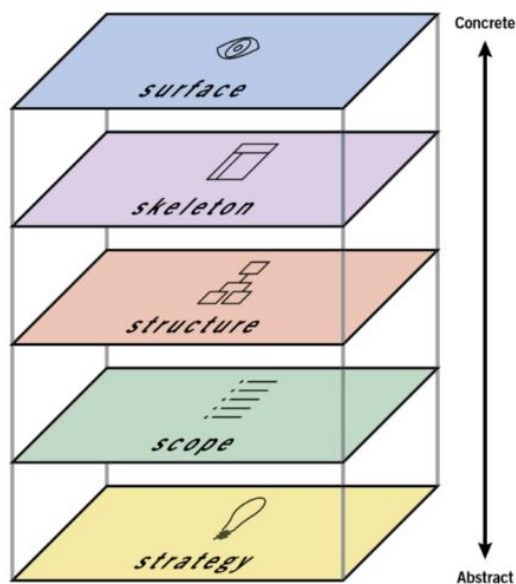
<sup>6</sup>Ovo je slobodni prijevod autora ovoga rada koji u izvorniku glasi: „*A person's perceptions and responses that result from the use or anticipated use of a product, system or service.*“ (Interaction Design Foundation – IxDF, 2016).

<sup>7</sup>Interaction Design Foundation je neprofitna organizacija posvećena poboljšanju načina na koji se dizajniraju interaktivni proizvodi i usluge. Oni pružaju obrazovanje, resurse i platformu za profesionalni razvoj dizajnera diljem svijeta.

2. **informacijski dizajn** (engl. *information design*) - Guthrie (2021) objašnjava kako je informacijski dizajn predstavljanje informacija na razumljiv način i odnosi se na učinkovitost prikazivanja informacija;
3. **interakcijski dizajn** (engl. *interaction design*) - Cousins (2023) smatra da je interakcijski dizajn proces u kojem se dizajneri usredotočuju na stvaranje zanimljivih web sučelja s logičkim i promišljenim radnjama te da uspješan interaktivni dizajn koristi tehnologiju i načela dobre komunikacije za stvaranje željenih korisničkih iskustava;
4. **funkcionalne specifikacije** (engl. *functional specifications*) - funkcionalne specifikacije se definiraju na temelju glavne funkcije web stranice;
5. **potrebe korisnika** (engl. *user needs*) - *Interaction Design Foundation* (2016) napominju da se potrebe korisnika odnose na želje, ciljeve, preferencije i očekivanja korisnika u trenutku kada stupaju u interakciju s proizvodom ili uslugom;
6. **cilj proizvoda** (engl. *site objectives*) - ciljevi proizvoda, tj. web stranice, omogućuju jasno definiranje svih elemenata dizajna.

Ovi elementi će mi pomoći u istraživanju kako bih mogla napraviti analizu korisničkog iskustva u tri platforme za ocjenjivanje knjiga.

Vinney (2022) prikazuje dijagram (slika 1) 5 elemenata korisničkog iskustva. Dijagram pruža strukturalni okvir za razumijevanje i razvoj korisničkog iskustva na raznim platformama, što ću iskoristiti za razumijevanje razvoja platformi za ocjenjivanje knjiga. Elementi dijagrama su: strategija (engl. *strategy*), opseg (engl. *scope*), struktura (engl. *structure*), kostur (engl. *skeleton*) i površina (engl. *surface*). Svaki element se nadograđuje na sljedeći kako projekt ide od apstraktnog prema sve konkretnijem.



Slika 1. – Vinneyev dijagram 5 elemenata korisničkog iskustva [Preuzeto s: <https://www.uxdesigninstitute.com/blog/wp-content/uploads/2022/06/Diagram-of-the-five-elements-of-user-experience-design-by-Jesse-James-Garrett-.png>]

Vinney (2022) objašnjava svaki od tih elemenata na sljedeći način:

1. **strategija** - donose se odluke o tome koje ciljeve bi proizvod trebao zadovoljiti,
2. **opseg** - detaljno se opisuju sve značajke i sadržaj proizvoda te se izrađuje popis zahtjeva za sadržaj,
3. **struktura** - određuju se navigacija i dizajn interakcije, opisujući kako korisnici prolaze kroz proizvod i kako sustav reagira, prikazano kroz konceptualne modele i karte web-mjesta,
4. **kostur** - dizajneri stvaraju skice i prototipe kako bi rasporedili navigacijske i funkcionalne elemente na svakoj stranici, osiguravajući da korisnici lako pronađu i integriraju s potrebnim informacijama
5. **površina** - fokusira se na osjetila korisnika, usavršavajući vizualne elemente dizajna poput boja, tekstura i rasporeda kako bi poboljšali korisničku navigaciju i privukli pažnju na ključne informacije, stvarajući dosljedno i estetski privlačno sučelje za korisnike.

## 3.3. Razlike između elemenata korisničkog iskustva i korisničkog sučelja

Ditmeyer (2023) koristi analogiju sante leda kao bi opisao razlike između korisničkog iskustva i korisničkog sučelja. Kao što se vidi na slici 2 korisničko iskustvo je sve ispod površine, od provođenja istraživanja dizajna i testiranja upotrebljivosti do skiciranja okvira i izrade prototipova. Korisničko sučelje je, sve što je iznad površine, uključujući boje, tipografiju i slike.



Slika 2. – Razlike između UX-a i UI-a [Preuzeto s [https://user.oc-static.com/upload/2018/04/24/15245807359037\\_OpenClassrooms-whatIsUX-UI-2.jpg](https://user.oc-static.com/upload/2018/04/24/15245807359037_OpenClassrooms-whatIsUX-UI-2.jpg)]

Lamprecht (2023) u svom članku detaljnije objašnjava te razlike. Prema njemu, dizajn korisničkog iskustva se odnosi na identificiranje i rješavanje problema korisnika, dok se dizajn korisničkog sučelja temelji na stvaranju intuitivnih, estetskih i interaktivnih sučelja. Dizajner korisničkog iskustva iscertava suštinu korisničkog putovanja, dizajner korisničkog sučelja zatim ga ispunjava vizualnim i interaktivnim elementima. Korisničko iskustvo se

može primijeniti na bilo koju vrstu proizvoda, usluge ili iskustva, dok je korisničko sučelje specifično za digitalne proizvode i iskustva.

Dizajnerica Helga Moreno (2014) u svom članku „*The Gap Between UX And UI Design*“ objašnjava da nešto što izgleda odlično ali je teško za koristiti je primjer odličnog korisničkog sučelja a lošeg korisničkog iskustva. S druge strane, nešto što je korisno ali izgleda loše je primjer odličnog korisničkog iskustva i lošeg korisničkog sučelja.



## 4. Aplikacije za ocjenjivanje knjiga

*Goodreads*, *The StoryGraph* i *LibraryThing* su internetske platforme koje pružaju korisnicima mogućnost praćenja, otkrivanja i ocjenjivanja knjiga. Svaka od njih ima svoje jedinstvene značajke i zajednice korisnika. U ovome poglavlju ću objasniti kako se koristi i što nudi svaka od njih.

### 4.1. Goodreads

*Goodreads* je besplatna web stranica za recenzije knjiga koja je pokrenuta u siječnju 2007., a Amazon ju je kupio 2013. (Demarest, 2021).

Na *About us* stranici na *Goodreadsu* se može pročitati kako je suosnivač Otis Chandler došao na ideju stvaranja stranice. Naime, jedno poslijepodne dok je skenirao prijateljevu policu s knjigama tražeći ideje, sinulo mu je da kada želi znati koje knjige čitati, radije se obraća prijatelju nego bilo kojoj nasumičnoj osobi ili popisu *bestsellera*. Tako je odlučio napraviti web stranicu gdje bi mogao vidjeti police s knjigama svojih prijatelja i saznati što oni misle o knjigama koje su pročitali.

The screenshot shows the Goodreads homepage. At the top, there is a navigation bar with 'goodreads' logo, 'Home', 'My Books', 'Browse', 'Community', and a search bar. Below the navigation bar, the page is divided into several sections:

- Listopia**: A section for featured and recent activity lists.
- FEATURED LISTS**: Contains several book lists with cover images and statistics:
  - Best Cozy Mystery Series**: 2,235 books — 2,454 voters
  - Best Gothic Books Of All Time**: 472 books — 3,534 voters
  - Best Books of the Decade: 2020's**: 1,980 books — 2,646 voters
  - Popular Kindle Notes & Highlights on Goodreads**: 95 books — 6 voters
- LISTS WITH RECENT ACTIVITY**: Contains lists like:
  - Best Books for Christian teenage girls and young women**: 362 books — 269 voters
  - Lost films & cursed movies**: 37 books — 8 voters
- "BEST OF" LISTS**: A section for top-performing lists:
  - Best Books Ever**: 120,619 books | 254,627 voters
  - Best Books of the 21st Century**: 9,611 books | 22,541 voters
  - Best Books of the Decade: 2020's**: 1,980 books | 2,646 voters
  - Best Books of 2024**: 102 books | 103 voters
  - Best books of April, 2024**: 109 books | 6 voters
- BROWSE BY TAG**: A section for browsing books by genre:
  - romance (7749)
  - paranormal (1467)
  - fiction (7348)
  - middle-grade (1466)

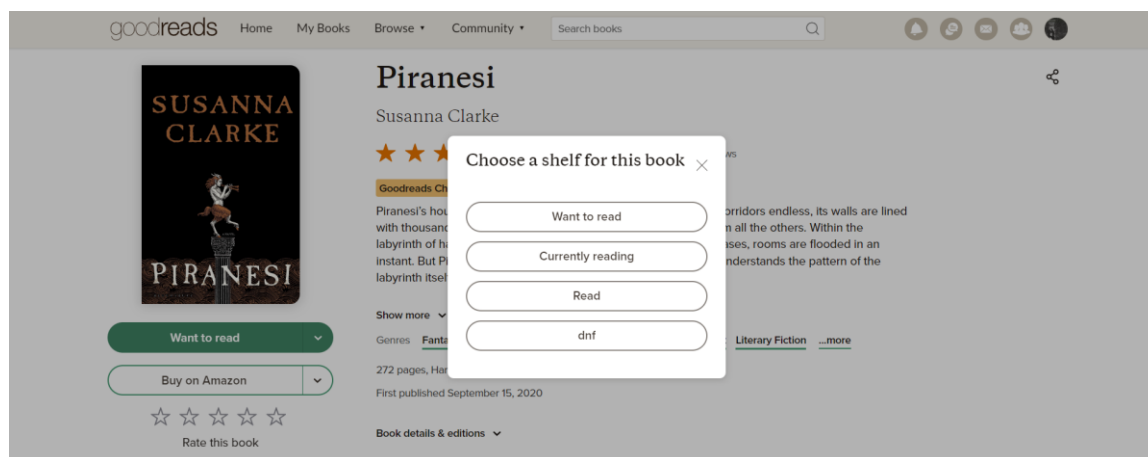
Slika 3. – Djelomični popis nekih književnih lista na *Goodreads* platformi

Prema Demarest (2021) *Goodreads* je upravo to što je njegov osnivač zamislio: mjesto za čitatelje i preporuke knjiga, s ciljem da pomogne ljudima da pronađu i dijele knjige koje vole. Knjige se mogu pronaći traženjem određenih naslova ili autora, mogu se dobiti personalizirane preporuke od *Goodreads*a na temelju pročitanih i ocijenjenih knjiga, a mogu se, kao što se vidi na slici 3, i pregledavati popisi novih izdanja ili tematski popisi za koje su glasali korisnici.

## 4.2. Kako *Goodreads* funkcionira

Kada napravimo *Goodreads* račun, bit će nam ponuđeno da damo ocjene knjigama koje smo već pročitali i da ih dodamo na virtualnu policu kako bi nam *Goodreads* mogao dati personalizirane preporuke što čitati sljedeće.

Kako bi dodali knjige u naše „*read*“, „*currently reading*“ ili „*to-read*“ police, trebamo unijeti naslov u polje za pretraživanje, koje se nalazi na vrhu stranice, i pronaći stranicu posvećenu knjizi. Ispod slike naslovnice, trebamo stisnuti strelicu kako bi se otvorio padajući izbornik, prikazan na slici 4, gdje možemo izabrati na koju ćemo policu dodati knjigu.



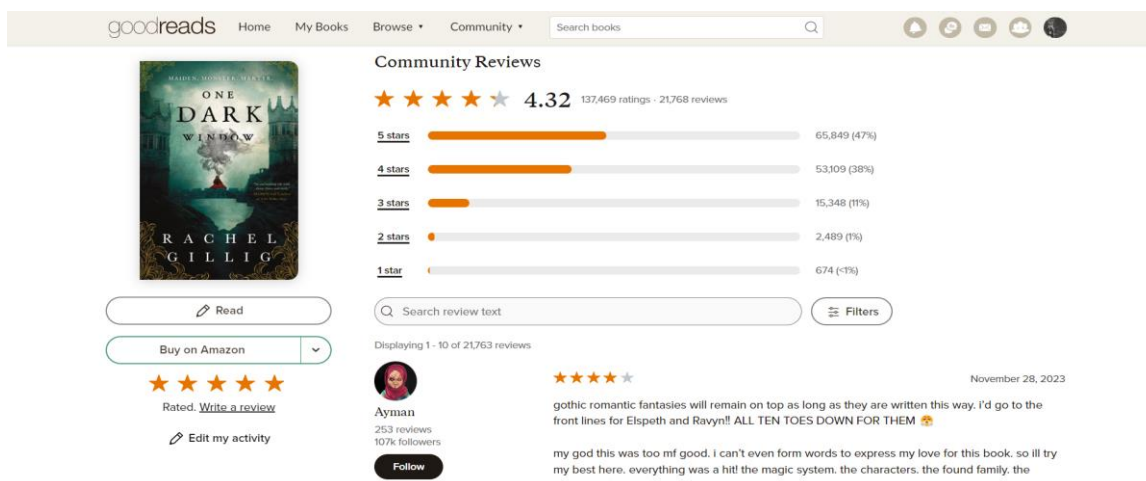
Slika 4. – Dodavanje nove knjige na police na *Goodreads* platformi

Dalje, kako bi pristupili našim policama možemo kliknuti „*My Books*“ u izborniku na vrhu stranice. Tu možemo dodati ili promijeniti ocjene, pisati recenzije, čak i dodati datume kada smo počeli, a kada završili sa čitanjem knjige.

Svaka knjiga na *Goodreadsu* ima svoju stranicu koja pokazuje ukupnu ocjenu koju su joj korisnici dali, sažetak, informacije o autoru i recenzije od zajednice na *Goodreadsu*, kao što je prikazano na slikama 5 i 6. Tu možemo postavljati pitanja, pisati vlastite recenzije, lajkati i komentirati recenzije drugih korisnika.



Slika 5. – Stranica s osnovnim podatcima o knjizi na *Goodreads* platformi



Slika 6. – Stranica za prikaz recenzija knjige na *Goodreads* platformi

*Goodreads* nam omogućuje da dodamo prijatelje kako bismo pratili što oni čitaju. No, osim toga nudi i druge korisne funkcije kao što su dodatne police za različite statuse knjiga ('želim čitati', 'trenutno čitam', 'napušteno' i sl.), postavljanje pitanja autorima, mogućnost pridruživanja čitateljskim klubovima, samo-motiviranje kroz godišnje izazove u čitanju, sudjelovanje u darivanjima, i još puno toga što se može pronaći u članku „10 features that will help you get the most out of your *Goodreads* account“ (Louise, 2019).

### 4.3. StoryGraph

Nadia Odunayo 2019. razvila je ranu verziju *StoryGrapha* (Herman, 2021). Odunayo je iz prve ruke znala o problemima s postojećim web stranicama za katalogiziranje knjiga: loši algoritmi puni preporuka knjiga potaknuti oglašavanjem i nedostatak prostora za izgradnju zajednica. Ona i mnogi čitatelji koje je intervjuirala su tražili uslugu koja bi mogla pružiti dvije ključne stvari: kvalitetne personalizirane preporuke knjiga i mogućnost filtriranja knjiga prema raspoložanju. Odunayo je vjerovala da može izgraditi platformu koja nudi oboje.

### 4.4. Kako *StoryGraph* funkcionira

Kada kreiramo račun postoji opcija prebacivanja podataka s našeg *Goodreads* računa na *StoryGraph* račun. Ova opcija ubrzava proces pokretanja novog računa.

Nakon što smo izradili račun možemo početi dodavati knjige u *To Be Read (TBR)* policu. Prvo u pretraživač upišemo ime knjige ili autora, zatim odaberemo *to read* opciju koja se nalazi na stranici željene knjige (slika 7.).



Slika 7. – Dodavanje knjige u *to read* na *StoryGraphu*

*StoryGraph* će zatim dodati tu knjigu u naš *TBR*. Tu policu možemo pronaći na početnoj stranici. Kako bi vidjeli sve knjige koje smo dodali možemo pritisnuti *Search and Filter* opciju, koja je vidljiva na slici 8.

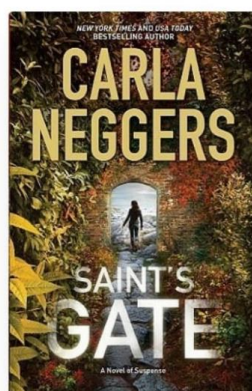
To-Read Pile

Search and Filter



Slika 8. – *Search and Filter* opcija koja prikazuje sve knjige u *To Be Read* polici

Kao što se vidi na slici 9 opcija *to read* može se otvoriti kao padajući izbornik koji nudi dodatne opcije: *read* (pročitano), *currently reading* (trenutno se čita) i *did not finish* (nije završeno). *Currently reading* koristi se kako bi točno označili kada smo počeli čitati određenu knjigu, što nam omogućuje praćenje godišnje statistike čitanja.



Saint's Gate

Sharpe & Donovan #1

Carla Neggers

334 pages • first pub 2011  
(editions)

to read



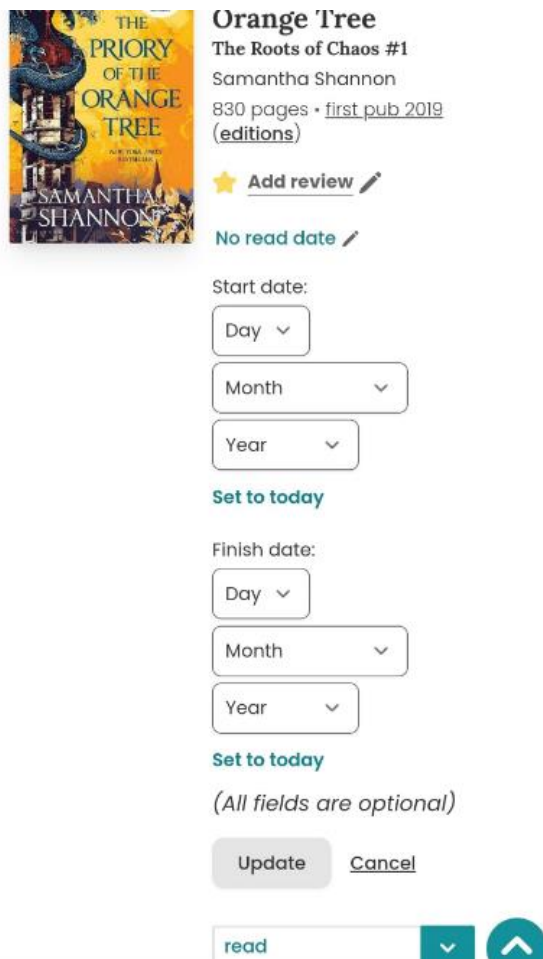
read

currently reading

did not finish

Slika 9. – Dodatne opcije za označavanje knjiga na *StoryGraphu*

Želimo li vidjeti godišnju statistiku čitanja, a neke knjige nismo označili kao *currently reading* kada smo ih počeli čitati, možemo naknadno postaviti datum kada smo počeli, a kada završili sa čitanjem. Kada označimo knjigu kao pročitane (engl. *read*), iznad padajućeg izbornika, kao što je vidljivo na slici 10, će se pojaviti *No read date*, koji zatim možemo urediti.



**Orange Tree**  
The Roots of Chaos #1  
Samantha Shannon  
830 pages • [first pub 2019](#)  
(editions)

★ [Add review](#)

No read date

Start date:

Day

Month

Year

[Set to today](#)

Finish date:

Day

Month

Year

[Set to today](#)

(All fields are optional)

read

Slika 10. – Uređivanje datuma početka i kraja čitanja knjige na *StoryGraphu*

Poput *Goodreads*, *StoryGraph* omogućuje pisanje recenzija za knjige koje smo pročitali. Kako bi dodali recenziju, jednostavno pritisnemo *Add review* na stranici knjige. Ono što je drugačije od *Goodreads* je to što *StoryGraph* postavlja nekoliko pitanja o raspoloženju i tempu knjige, te o likovima, prije nego što napišemo recenziju (slika 11.).

This book would be for someone who is in the mood for something:

<input type="radio"/> adventurous	<input type="radio"/> inspiring
<input type="radio"/> challenging	<input type="radio"/> lighthearted
<input type="radio"/> dark	<input type="radio"/> mysterious
<input type="radio"/> emotional	<input type="radio"/> reflective
<input type="radio"/> funny	<input type="radio"/> relaxing
<input type="radio"/> hopeful	<input type="radio"/> sad
<input type="radio"/> informative	<input type="radio"/> tense

How would you rate the pace of the book?

Slow  
 Medium  
 Fast

Is this book mainly plot- or character-driven?

Is there strong character development?

Slika 11. – Pitanja koja nam *StoryGraph* postavlja o pročitanoj knjizi

U sljedećem koraku možemo ocijeniti knjigu ocjenama od 0 do 5 s četvrtinskim povećanjem (slika 12).

**Would you like to give the book a star rating (from 0 to 5)?**  
*You can give half or quarter star ratings!*

2 ▾ • 75 ▾ ★

Slika 12. – Ocjenjivanje knjiga na *StoryGraphu*

*StoryGraph*, također, nudi upozorenja o sadržaju (engl. *content warnings*). Ovo pomaže čitateljima, koji su osjetljivi na određeni sadržaj, da izbjegnu knjige koje bi mogle biti štetne za njihovo mentalno zdravlje ili koje jednostavno ne žele pročitati. Korisnici mogu i sami dodavati upozorenja kako bi pomogli budućim čitateljima, što se može vidjeti na slici 13.

▼ Would you like to add any content warnings?

**Graphic**  
*Explicit, detailed description*

**Moderate**

**Minor**  
*Brief mention or description*

**Do you want to add any further information about the content of this book?**  
*Wrap spoiler text in tags like this:*  
`<spoiler>your spoiler text</spoiler>`

Slika 13. – Dodavanje upozorenja o knjizi na *StoryGraphu*

Značajka koja je pomogla *StoryGraphu* da dosegne svoju popularnost je statistika čitanja (engl. *Reading Stats*). Možemo vidjeti naše čitateljske navike preko detaljnih grafova.

Kako bi vidjeli svoje statistike čitanja, odaberemo *Stats* opciju (u obliku kružnog grafa), koja se nalazi u izborniku na dnu ekrana. Možemo vidjeti statistike za pročitane knjige, za one koje smo označili kao *To-Read*, *DNF* te knjige koje posjedujemo. Također, možemo odrediti želimo li vidjeti statistike za određenu godinu i mjesec ili sveukupnu statistiku od kad imamo *StoryGraph* račun.

*StoryGraph* nudi razne statistike:

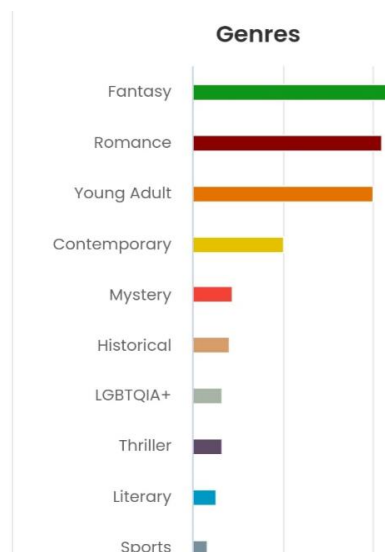
- raspoloženja (engl. *moods*)
- tempo (engl. *pace*)
- dužine knjiga prema brojevima stranica (engl. *page number*)
- žanrovi knjiga



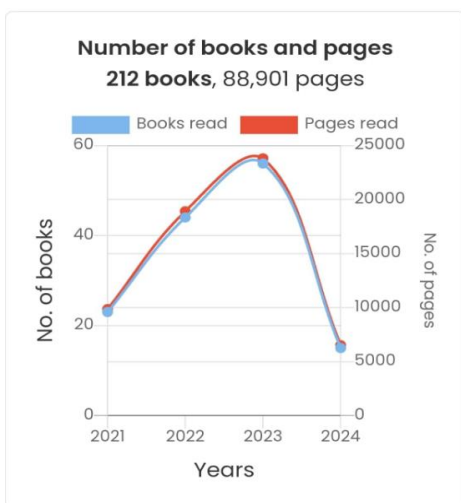
- fikcija/publicistika (engl. *fiction/nonfiction*)
- žanrovi (engl. *genres*)
- format (tiskane knjige, digitalne ili audio knjige)
- najčitaniji autori (engl. *most read authors*)
- jezici (engl. *languages*)
- ukupan broj pročitanih knjiga i stranica (engl. *number of books and pages*)
- prosječna ocjena (engl. *average rating*)
- godina objavljivanja vs. datum čitanja (engl. *publication year vs. read date*).



Slika 14. – grafikon raspoloženja na StoryGraphu



Slika 15. – grafikon žanrova na StoryGraphu



Slika 16. – grafikon pročitanih knjiga i stranica na StoryGraphu



Slika 17. – grafikon prosječne ocjene na StoryGraphu

Svaki grafikon je interaktivan i omogućava detaljni uvid u knjige koje spadaju u određenu kategoriju.

Poput *Goodreads*, *StoryGraph* nam omogućuje da pratimo prijatelje te sudjelujemo u darivanjima. Aplikacija nam, također, nudi mogućnost sudjelovanja u čitalačkim izazovima (engl. *Reading Challenges*). Možemo se priključiti nekom od službenih *StoryGraph* izazova ili izazovima koje su osmislili korisnici.

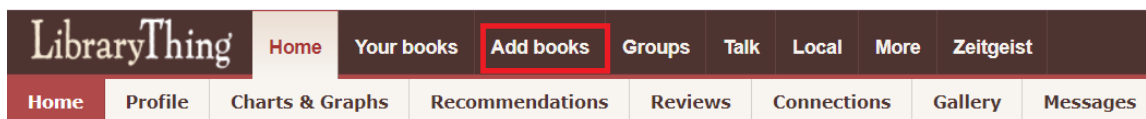
## 4.5. LibraryThing

LibraryThing je besplatna društvena stranica za katalogiziranje i umrežavanje ljubitelja knjiga (Hunter, 2011). LibraryThing omogućuje korisnicima stvaranje kataloga knjiga u različitim grupama koje korisnik odabere, npr. omiljene knjige, knjige koje želite pročitati, knjige koje ste posudili, itd.

Autorica navodi da budući da svi katalogiziraju putem iste web stranice, zajedno katalogiziraju i dijele koristi svog rada. Korisnici doprinose oznakama, ocjenama, recenzijama i zajedničkim znanjem. LibraryThing povezuje ljude na temelju zajedničkih knjiga.

## 4.6. Kako LibraryThing funkcionira

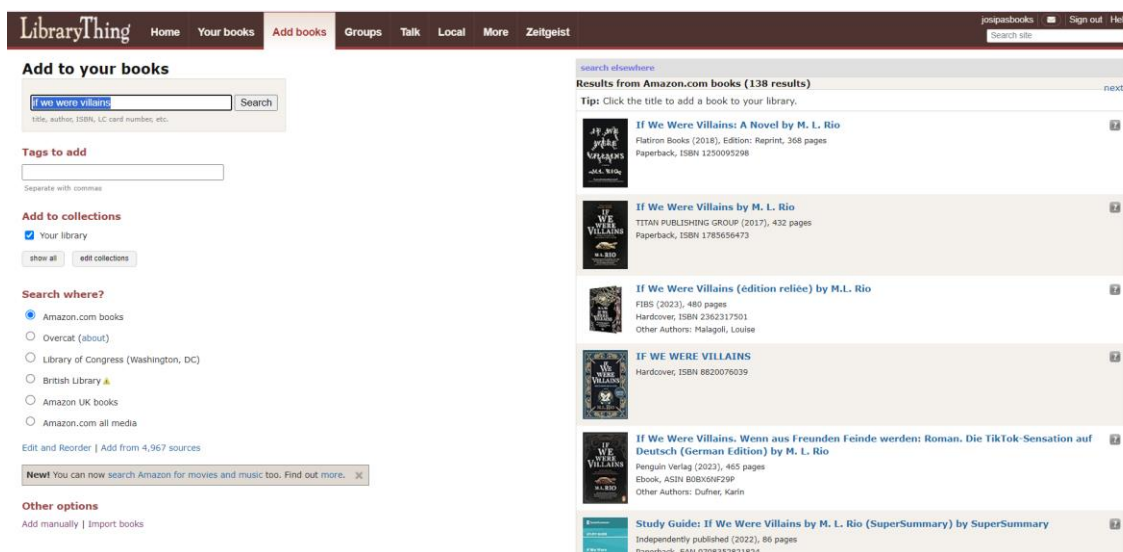
Nakon što se ulogiramo u svoj račun možemo, poput kod *StoryGrapha*, prebaciti našu kolekciju s *Goodreads* i drugih stranica za knjige. Nakon što prebacimo kolekciju možemo kliknuti na opciju *Add Books* (dodaj knjige), koja se nalazi u izborniku na gornjem dijelu ekrana (slika 18.).



Slika 18. – Izgled izbornika na platformi *LibraryThing*

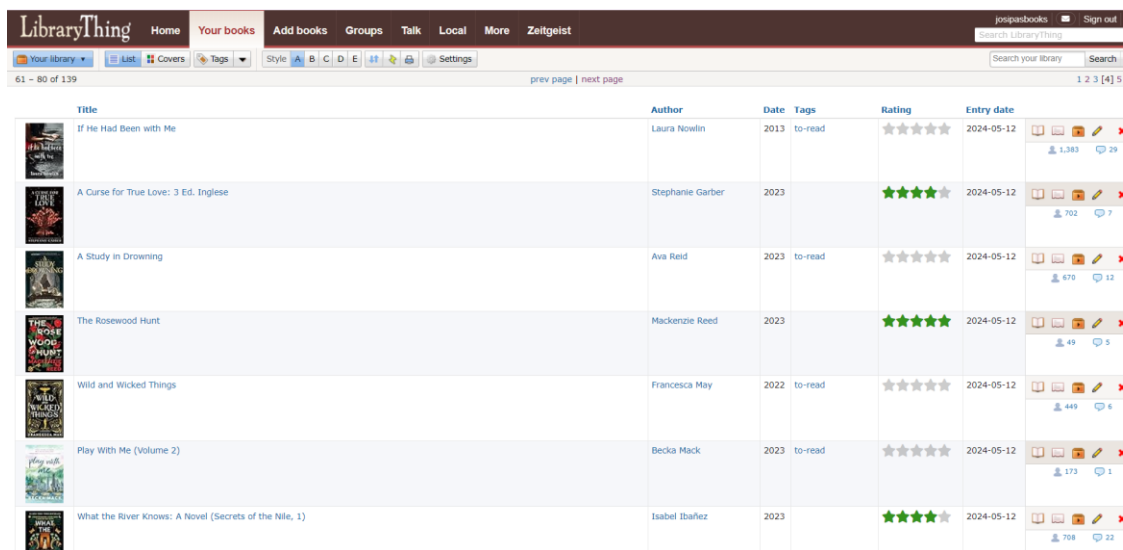
Iako se knjige mogu pretraživati prema autoru, naslovu ili Međunarodnom standardnom knjižnom broju (ISBN), ako želimo katalogizirati određeno izdanje knjige, onda je

pretraživanje pomoću ISBN-a najbolja opcija. Zadani izvor za informacije o knjigama je *Amazon.com*, ali postoji mogućnost izbora preko 700 internacionalnih izvora. Različita izdanja knjige će se pojaviti na ekranu, kao što se vidi na slici 19, te pritiskom na željeno izdanje knjiga će se dodati u našu osobnu knjižnicu.



Slika 19. – Prikaz različitih izdanja knjige koja možemo dodati u knjižnicu na *LibraryThing*

Kako bi vidjeli osobnu knjižnicu, možemo pritisnuti *Your Books* (hr. vaše knjige) opciju na vrhu ekrana (slika 20.).



Slika 20. – Osobna knjižnica na *LibraryThing*

Na samoj stranici svake knjige, osim naslova i autora, možemo vidjeti prosječnu ocjenu i recenzije. Također možemo vidjeti i oznake (engl. *tags*). Korisnici mogu sami dodavati oznake knjizi kako bi je bolje organizirali i olakšali pretraživanje sličnih knjiga. Kao što je vidljivo na slici 21, možemo vidjeti i statistike, tj. koliko je ljudi dodalo knjigu u svoju biblioteku, koliko je korisnika ocijenilo knjigu i slično.

**Ninth House**  
by Leigh Bardugo

Other authors: See the other authors section.  
Series: Alex Stern (1)

Members	Reviews	Popularity	Average rating	Mentions
5,602	182	1,824	★★★★ (4.06)	87

Galaxy "Alex" Stern is the most unlikely member of Yale's freshman class. Raised in the Los Angeles hinterlands by a hippie mom, Alex dropped out of school early and into a world of shady drug-dealer boyfriends, dead-end jobs, and much, much worse. In fact, by age twenty, she is the sole survivor ... (more)

**Main page**  
Work details  
Reviews (179)  
Recommendations  
Members  
Descriptions  
Conversations (87)  
Common Knowledge  
Popularity  
Cover images  
Editions

**Tags**  
2019 adult Alex Stern audiobook BOTM college contemporary dark academia ebook fantasy fiction ghosts  
hardcover horror Kindle magic murder mystery paranormal read secret societies series sf signed  
supernatural thriller to-read unread urban fantasy Yale

**Recommended for you**  
Recommended for you based on your books...  
The Ember and Ash Series ...

**Quick Links**  
Amazon.com (direct)  
Abebooks.com  
Amazon Kindle (0 editions)  
Audible (0 editions)  
CD Audiobook (0 editions)  
Project Gutenberg (0 editions)  
Google Books - Partial view  
WorldCat  
Local Book Search  
Swap (235 want)

Slika 21. – Statistike za knjigu na *LibraryThingu*

Listajući malo niže možemo vidjeti da nam *LibraryThing* nudi preporuke na temelju knjige koju pregledavamo. Možemo i sami dodati preporuke za druge korisnike (slika 22.).

**LibraryThing Recommendations**

- Hell Bent** by Leigh Bardugo
- The Invisible Life of A...** by V. E. Schwab
- King of Scars** by Leigh Bardugo
- House of Earth and Blo...** by Sarah J. Maas
- A Day of Fallen Night** by Samantha Shannon
- The Priory of the Orang...** by Samantha Shannon
- The Atlas Six** by Olivie Blake
- A Deadly Education** by Naomi Novik
- Storm Front** by Jim Butcher

Show more | Vote | See complete recommendations

**Member recommendations** refresh

Add your own recommendation

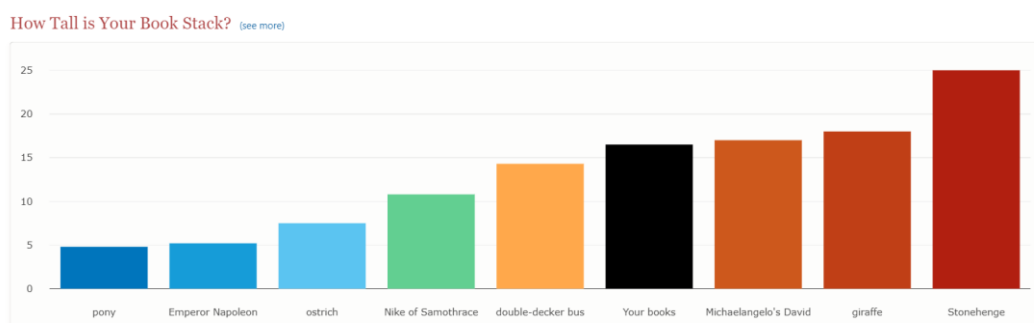
- Legendborn by Tracy Deonn (Aquila)

Aquila: Pairing these because they both are about magic hidden in secret societies on old college campuses, I like what Tracey Deonn does with that a lot more.

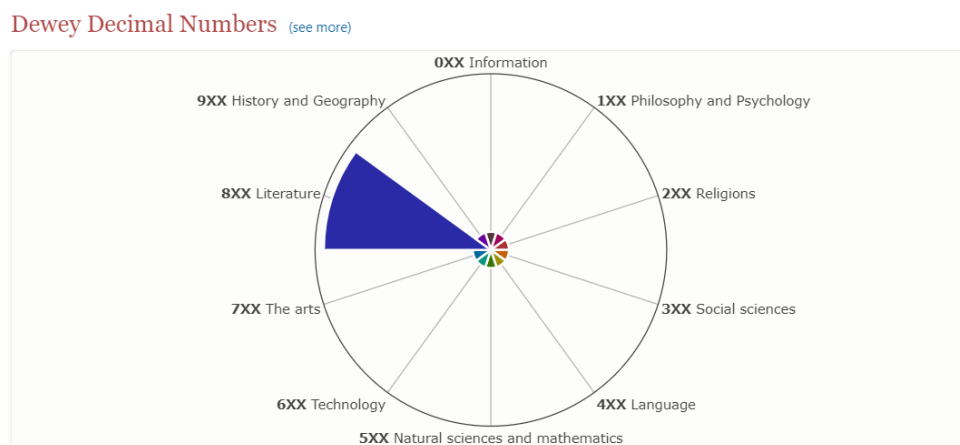
Slika 22. – Dodavanje preporuka za druge korisnike na *LibraryThingu*

Na stranici možemo vidjeti još puno podataka, kao što su: imena ilustratora, naratora, seriju kojoj knjiga pripada te nagrade koje je knjiga dobila.

*LibraryThing*, poput *StoryGrapha*, nudi statistiku kojoj možemo pristupiti klikom na opciju *Charts & Graphs* koja se nalazi ispod glavnog izbornika. Uz standardne statistike kao što su prosječna ocjena, najčitaniji autori i žanrovi, *LibraryThing* nam nudi i neke malo drugačije. Primjeri tih statistika vidljivi su na slikama 23., 24. i 25.

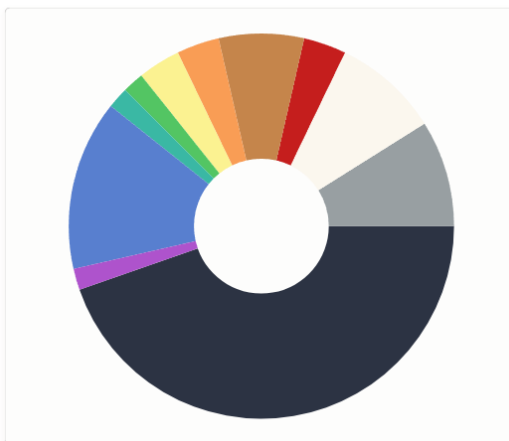


Slika 23. Koliko je visoka vaša hrpa knjiga? (engl. How Tall is Your Book Stack?) na *LibraryThingu*



Slika 24. Deweyeva decimalna klasifikacija (engl. *Dewey Decimal Numbers*) na *LibraryThingu*

## Basic Cover Colors [\(see more\)](#)



Slika 25. Boje naslovnica knjiga (engl. *Basic Cover Colors*) na *LibraryThingu*

*LibraryThing* omogućuje nam pridruživanje grupama i razgovorima (engl. *Talk*) u kojima možemo sudjelovati u raspravama, započinjati nove rasprave ili jednostavno razgovarati s korisnicima o svojim najdražim knjigama.

## 5. Istraživanje

U ovom poglavlju analizirat ću ključne elemente korisničkog sučelja i korisničkog iskustva triju platformi za ocjenjivanje knjiga: *Goodreads*, *The StoryGraph* i *LibraryThing*.

Cilj je usporediti kako svaka platforma implementira ove elemente i procijeniti njihovu učinkovitost i korisničku prihvatljivost.

### 5.1. Metodologija

Analizu ću provesti kroz dva dijela:

1. analiza elemenata korisničkog sučelja / korisničkog iskustva: analizirat ću pojedinačne UI/UX elemente svake platforme koje smo naveli i detaljno opisali u poglavljima 3.1. i 3.2.,
2. usporedna analiza: usporedit ću kako svaka platforma implementira navedene elemente.

Elementi aplikacija za ocjenjivanje knjiga koje sam izabrala za analizu su: registracija i prijava, navigacija, pretraga knjiga, dodavanje i organizacija knjiga, osobne značajke, društvene značajke i vizualni dizajn. Ovo su neki od najvažnijih elemenata svake platforme za ocjenjivanje knjiga te igraju značajnu ulogu u ukupnom korisničkom iskustvu.

Za procjenu kvalitete implementacije svakog elementa, koristit ću Likertovu ljestvicu. Likertova ljestvica sastoji se od tvrdnji, najčešće 15 do 20, koje izražavaju pozitivan ili negativan stav prema nekom objektu stava. Svaku tvrdnju prati najčešće pet mogućih odgovora. Njima se izražava stupanj slaganja, odnosno, neslaganja sa stavom izraženim u tvrdnji (potpuno slaganje, slaganje, neodlučnost/neutralnost, neslaganje, potpuno neslaganje). Pojedininim kategorijama odgovora pridruženi su brojevi (bodovi), stav ispitanika izražava se zbrojem bodova na temelju odgovora koje je ispitanik odabrao. (Hrvatska enciklopedija, 2024)

Koristit ću sljedeću strukturu analize:

1. registracija i prijava

- jednostavnost procesa registracije
  - brzina prijave
  - sigurnosne mjere (npr. dvofaktorska autentifikacija)
2. navigacija
- intuitivnost navigacijskog sučelja
  - dostupnost i jasnoća navigacijskih elemenata
  - brzina pristupa različitim dijelovima aplikacije
3. pretraga knjiga
- efikasnost i točnost pretrage
  - brzina prikaza rezultata
  - opcije za filtriranje i sortiranje
4. dodavanje i organizacija knjiga
- jednostavnost dodavanja knjiga u kolekciju
  - opcije za organizaciju (npr. police, liste)
  - fleksibilnost i prilagodljivost organizacije
5. osobne značajke
- prilagodljivost profila
  - povijest čitanja i statistike
  - personalizacija preporuka
6. društvene značajke
- interakcija s drugim korisnicima
  - dijeljenje recenzija i preporuka
  - praćenje aktivnosti prijatelja i drugih korisnika
7. vizualni dizajn
- estetska privlačnost
  - konzistentnost dizajna
  - korisnička prihvatljivost i dostupnost

Stupanj kvalitete ću ocjenjivati prema sljedećoj skali:

- odlično (5): element je izvrsno implementiran, vrlo intuitivan i korisnički prihvatljiv,



- vrlo dobar (4): element je dobro implementiran ali postoji prostor za manja poboljšanja,
- dobro (3): element je funkcionalan, ali ima značajne nedostatke ili nedostaje intuitivnosti,
- osrednje (2): element ima ozbiljne nedostatke koji otežavaju korisničko iskustvo,
- loše (1): element je loše implementiran i ozbiljno narušava korisničko iskustvo.

## 5.2. Analiza elemenata korisničkog sučelja i korisničkog iskustva

### 5.2.1. Goodreads

#### 1. Registracija i prijava

*Goodreads* nudi jednostavan proces registracije putem *Amazona*, *Apple ID*-a ili email adrese. Proces registracije je intuitivan i brzo se dovršava. Korisnici su vođeni kroz jednostavan niz koraka koji uključuju unos osnovnih informacija i potvrdu email adrese.

Slično procesu registracije, *Goodreads* omogućuje prijavu putem emaila, *Amazona*, *Apple ID*-a i *Googlea*. Prijava je, također, brza i jednostavna. Korisnici mogu spremi svoje podatke za prijavu kako bi se automatski prijavili prilikom svakog posjeta.

Kroz sve korake registracije i prijave, koristi se isti dizajn i terminologija, čineći proces lako razumljivim. To ispunjava Shneidermanovo (2009) pravilo o dosljednosti, pružajući homogenost i jasnoću u cijelom sučelju.

#### 2. Navigacija

Navigacija je jednostavna za korištenje, s jasnim i dobro organiziranim izbornikom. Glavni navigacijski izbornik se nalazi na vrhu stranice te ima jasne kategorije poput Početne (engl. *Home*), Moje knjige (engl. *My Books*), Pregledaj (engl. *Browse*) i traka za pretraživanje. Ovo korisnicima omogućava brzu orijentaciju i jednostavan pristup različitim dijelovima platforme, što se uklapa u konceptualnu razinu dizajna korisničkog

sučelja prema Jacobu (2003). Gornji izbornik ostaje vidljiv i dostupan prilikom listanja stranice, što olakšava navigaciju bez potrebe za povratkom na vrh stranice. Ovo odgovara Hannahinim (2023) opisima navigacijskih komponenti koje pomažu korisnicima u navigaciji proizvodom.

Bočni izbornik u sekciji *Moje knjige* omogućava korisnicima stvaranje i prilagođavanje vlastitih polica, što olakšava organizaciju knjiga prema vlastitim preferencijama.

S druge strane, zbog bogatstva sadržaja i opcija, novi korisnici mogu osjećati pretrpanost informacijama, što može otežati početnu navigaciju i prilagodbu platformi.

### **3. Pretraga knjiga**

Pretraga na *Goodreadsu* korisnicima omogućuje brzo i precizno pronalaženje željenih knjiga. Može se pretraživati po nazivu knjige ili po autoru, također je omogućeno pretraživanje knjiga na jeziku na kojem one nisu originalno napisane (ako postoji njihov prijevod na tom jeziku).

Nakon unosa upita, korisnici mogu koristiti različite filtere kako bi suzili rezultate pretrage prema svojim preferencijama. Filteri uključuju godinu izdanja, ocjene, žanrove, jezik, format, itd. Ovaj sustav filtriranja podržava Sheidermanovo (2009) pravilo pružanja informativnih povratnih informacija, jer korisnicima omogućuje da jasno vide i prilagode rezultate pretrage svojim potrebama.

### **4. Dodavanje i organiziranje knjiga**

Korisnici mogu brzo dodavati knjige na svoj profil putem tražilice ili skeniranjem ISBN-a te mogu organizirati svoje knjige u različite police prema vlastitim preferencijama. Osim polica, korisnici mogu dodavati oznake (engl. *tags*) knjigama kako bi ih dodatno organizirali i označili prema određenim atributima ili temama. Ovo omogućuje detaljniju organizaciju i lakše pronalaženje knjiga.

Prilikom dodavanja knjiga na svoj profil, platforma pruža korisnicima informativne povratne informacije o uspješnosti dodavanja, kao i mogućnostima za dodatne radnje poput dodavanja ocjene ili recenzije, što opet podržava Shneidermanovo (2009) pravilo pružanja informativnih povratnih informacija.

Iako su police i oznake korisne, neki korisnici možda žele više naprednih opcija za organizaciju, poput mogućnosti kreiranja pod-polica ili hijerarhijske organizacije, *Goodreads* trenutno ne nudi takve opcije.

Kako su oznake korisnički definirane, može doći do varijabilnosti u načinu označivanja knjiga među korisnicima. To može dovesti do neujednačenosti organizacije i poteškoća pri pronalaženju određenih knjiga putem tagova. Ovaj pristup naglašava važnost razmatranja Hannahine (2023) kategorije kontrole unosa, tj. kako korisnici dodaju knjige i koriste oznake za organizaciju.

### 5. Osobne značajke

Profil korisnika uključuje profilnu sliku, ime, kratku biografiju i lokaciju. Sve ove informacije su jasno prikazane na vrhu profila. Korisnici mogu prilagoditi svoje police, biografiju i druge aspekte profila kako bi reflektirali svoje interese. To im daje kontrolu jer imaju osjećaj da upravljaju sučeljem (Shneiderman, 2009).

Na kraju svake godine korisnici dobiju kratki pregled njihove godine (engl. *Your Year in Books*), gdje mogu vidjeti najkraću te najdužu knjigu koju su pročitali, prosječnu ocjenu koju su davali knjigama i sve knjige koje su pročitali.

### 6. Društvene značajke

Može se reći da je *Goodreads* društvena mreža iz razloga što, odmah pri otvaranju aplikacije, prikazuje nam se glavna stranica sa svim ljudima koje pratimo te njihovim „objavama“ o tome što trenutno čitaju, koju su knjigu stavili u koju policu, što su komentirali, koju recenziju su lajkali i slično.

*Goodreads*, uz to, pruža platformu na kojoj korisnici mogu pronaći prijatelje sličnih čitateljskih interesa i ukusa, mogu sudjelovati u raspravama o različitim književnim žanrovima, autorima ili specifičnim knjigama.

Svemu tome može se pristupiti preko glavnog izbornika i opcije *Browse* i time se ispunjava navigacijska komponenta prema Hannah (2023).

## 7. Vizualni dizajn

*Goodreads* koristi minimalistički dizajn, bijela pozadina, jednostavne ikone i čista tipografija stvaraju osjećaj urednosti i jasnoće. Često koriste plavu boju za naglašavanje interaktivnih elemenata ili linkova, što pomaže korisnicima da identificiraju akcije ili opcije za navigaciju.

Iako platforma ima dosljedno korisničko sučelje (Shneiderman, 2009), jedan od najvećih problema njezinog vizualnog dizajna je to što nije ažurirana već neko vrijeme. To može rezultirati osjećajem da je sučelje pomalo zastarjelo u usporedbi s modernijim aplikacijama poput Instagrama.

### 5.2.2. *The StoryGraph*

#### 1. Registracija i prijava

Forma za registraciju je jednostavna i sadrži osnovna polja kao što su ime, e-mail i lozinka. Proces je linearan i korisnika vodi korak po korak, što smanjuje mogućnost grešaka i konfuzije, u skladu s Shneidermanovim (2009) pravilom dizajna za sprječavanje grešaka i pružanje informativnih povratnih informacija. Tijekom unosa podataka, korisnici dobivaju povratne informacije (npr. obavijest o greškama u unosu e-maila), što pomaže u pravilnom popunjavanju forme. Nakon osnovne registracije, korisnicima se postavljaju pitanja o njihovim čitalačkim navikama i preferencijama. Ovo omogućava platformi da ponudi personalizirane preporuke, što povećava angažiranost korisnika od samog početka.

Ekran za prijavu je jednostavan, s minimalnim poljima za unos (email i lozinka) i jasno istaknutim gumbom za prijavu. Proces prijave je brz i jednostavan, što omogućava korisnicima da brzo pristupe svom računu i sadržaju.

#### 2. Navigacija

Glavni izbornik je smješten na vrhu stranice i sadrži jasne i lako prepoznatljive ikone i oznake za glavne sekcije kao što su Početna (engl. *Home*), Statistika (engl. *Stats*), Čitalački izazovi (engl. *Reading Challenges*), Zajednica (engl. *Community*) i Darivanja (engl.

*Giveaways*). Upotreba boja je pažljivo odabrana kako bi se postigao dobar kontrast između pozadine i navigacijskih elemenata. Aktivne stavke u izborniku su istaknute drugačijom bojom, što korisnicima olakšava prepoznavanje trenutno aktivne sekcije.

Podizbornici su skriveni iza ikona ili klikabilnih stavki u glavnom izborniku, što održava glavni izbornik čistim i preglednim.

Navigacija je dizajnirana s obzirom na pristupačnost, uključujući podršku za tipkovničku navigaciju, što omogućava korisnicima s različitim potrebama da lako koriste platformu.

Sve ovo omogućuje korisnicima da se kreću po platformi što ispunjava Hannahinu (2023) kategoriju navigacijskih komponenti.

### **3. Pretraga knjiga**

Pretraživač je smješten na vrhu stranice, jasno vidljiv i lako dostupan. Polje za unos teksta je dovoljno veliko i pregledno, s istaknutim gumbom za pokretanje pretrage. Tijekom unosa teksta, korisnicima se prikazuju prijedlozi koji ubrzavaju i olakšavaju proces pretrage, zadovoljavajući Shneidermanovo (2009) pravilo o pružanju informativnih povratnih informacija.

Za razliku od *Goodreads*, *The StoryGraph* ne nudi filtriranje pretrage, što može otežati pronalazak željene knjige. Također, nije omogućeno pretraživanje na drugom jeziku, osim engleskoga i onoga u kojem je knjiga napisana.

### **4. Dodavanje i organiziranje knjiga**

Gumb za dodavanje knjiga je istaknut i lako ga je pronaći. Korisnici mogu jednostavno kliknuti na njega kako bi započeli proces dodavanja i time im se pruža kontrola (Shneiderman, 2009).

Omogućeno je označavanje knjiga kao: za pročitati (engl. *to read*), trenutno čitam (engl. *currently reading*) i nije završeno (engl. *did not finish*). Nakon što smo dodali knjigu pomoću jedne od tih opcija, otvaraju nam se nove mogućnosti za označavanje knjiga. No, *The StoryGraph* još uvijek ne nudi mogućnost stvaranja vlastitih kolekcija i polica što može odvući korisnika od platforme.

### 5. Osobne značajke

Pri ulasku na platformu, prva stvar koju korisnik vidi je popis knjiga koje trenutno čita i progres koji je napravio. Zatim vidi svoju *To-Read Pile* te personalizirane preporuke. One se temelje na korisnikovim preferencijama, ocjenama i žanrovima koje preferira.

*The StoryGraph* ne nudi stvaranje personaliziranih polica knjiga, što krši Shneidermanovo (2009) pravilo dizajna korisničkog sučelja: korisnicima omogućiti kontrolu. No, platforma nudi statistike čitanja koje su prikazane kroz grafove i dijagrame. Ovo daje korisnicima uvid u detaljne informacije o svojim čitateljskim navikama kako bi bolje razumjeli svoje preferencije i trendove u čitanju. To je u skladu s pravilima interakcijskog dizajna prema Cousinsu (2023).

### 6. Društvene značajke

Društvenim značajkama može se pristupiti preko *Community* sekcije u navigaciji. Prva stranica prikazuje novosti (engl. *News Feed*) korisnika koje pratimo. *The StoryGraph* još nudi *Buddy Reads* i *Readalongs* opcije gdje korisnik može čitati knjige u isto vrijeme kao i drugi korisnici i objavljivati svoje misli tijekom čitanja.

Postoji i mogućnost pridruživanja književnim klubovima (engl. *Book Clubs*) te pronalazak korisnika sa sličnim ukusom u knjige (engl. *Similar Users*).

Iako društvene značajke nisu glavna stavka na *The StoryGraphu*, dobro su razvijene te platforma nudi razne mogućnosti preko kojih se korisnici mogu povezati i razgovarati o knjigama. Time se ispunjava jedan od Korkishkovih (2019) ključnih elementa za korisničko iskustvo, potrebe korisnika.

### 7. Vizualni dizajn

*The StoryGraph* koristi minimalistički dizajn s čistim linijama i jednostavnim elementima. Ovo omogućava korisnicima da se fokusiraju na sadržaj bez previše distrakcija. Tipografija je konzistentna, s jasnom hijerarhijom naslova, podnaslova i tijela teksta. Paleta boja je suptilna i ugodna za oči. Kontrasti između pozadine, teksta i interaktivnih elemenata su dobro izbalansirani, što olakšava čitanje i navigaciju.

Interaktivni elementi pružaju jasne povratne informacije kroz promjene boje, animaciju ili druge vizualne indikatore, što korisnicima pomaže pratiti svoje radnje, u skladu sa Shneidermanovim (2009) pravilom pružanja povratnih informacija.

S druge strane, minimalistički dizajn može ponekad izgledati previše statično i sterilno, nedostaje dinamičnosti i vizualne raznolikosti koja bi mogla zadržati korisničku pažnju. Korisnici s različitim preferencijama možda bi željeli više opcija za personalizaciju izgleda i osjećaja platforme.

### 5.2.3. *LibraryThing*

#### 1. Registracija i prijava

Proces registracije je relativno jednostavan, sa osnovnim informacijama koje su potrebne za kreiranje računa (korisničko ime, e-mail, lozinka). Postoji opcija za registraciju putem trećih strana (npr. *Facebook*), što olakšava i ubrzava proces za korisnike koji ne žele popunjavati sve informacije ručno. Prema Hannah (2023), kontrola unosa je ključna za omogućavanje korisnicima da jednostavno unesu informacije u sutav.

#### 2. Navigacija

Glavni izbornik na vrhu stranice sadrži ključne kategorije kao što su Početna (engl. *Home*), Tvoje knjige (engl. *Your Books*), Dodaj knjige (engl. *Add Books*), Grupe (engl. *Groups*), Razgovor (engl. *Talks*), Lokalno (engl. *Local*), što omogućuje pretraživanje knjižnica u blizini korisnikove lokacije. Sve to omogućava korisnicima brz pristup osnovnim funkcijama platforme, što zadovoljava navigacijske komponente prema Hannah (2023).

Ispod glavne navigacije nalazi se dodatna navigacijska traka koja pruža pristup specifičnim potkategorijama te bočna navigacija, koja omogućava dodatni nivo organizacije i pristupa različitim funkcijama.

Pristup glavne, sekundarne i bočne navigacije može preopteretiti korisnike informacijama, posebno nove korisnike koji nisu upoznati s platformom.

### 3. Pretraga knjiga

Polje za pretraživanje je lako dostupno i smješteno na vrhu stranice, što omogućava korisnicima brzu i jednostavnu upotrebu. *LibraryThing* ne nudi funkciju automatskog dovršavanja prilikom unosa ključnih riječi što otežava korisnicima brz pronalazak knjiga.

Poput *The StoryGrapha*, *LibraryThing* nema mogućnost filtriranja rezultata pretrage što dodatno usporava pretraživanje.

Omogućeno je pretraživanje knjiga na drugim jezicima, no, za razliku od *Goodreads*, ne postoji jedna stranica za knjigu bez obzira na kojem jeziku je pretraženo, već svaki jezik ima svoju stranicu. To može dovesti do fragmentacije recenzija, ocjena i diskusija te može rezultirati različitim ukupnim ocjenama za isti naslov na različitim jezicima.

Nedostatak jedinstvene stranice za knjigu bez obzira na jezik otežava korisnicima dobivanje cjelovitih informacija o knjizi. To može stvoriti dojam da knjiga ima lošu ocjenu na jednom jeziku, dok je na drugom jeziku visoko ocijenjena. Ovdje se vidi potreba za dosljednim informacijskim dizajnom prema Korkishko (2019).

### 4. Dodavanje i organiziranje knjiga

Knjige se mogu dodati pomoću *Add Books* opcije u navigaciji. Proces dodavanja je jednostavan s jasnim poljima za unos osnovnih informacija kao što su naslov, autor i ISBN broj. Mogućnost automatskog prepoznavanja knjiga putem ISBN broja ili skeniranja barkoda ubrzava proces dodavanja novih knjiga.

Korisnici mogu stvarati vlastite kategorije i dodavati oznake knjigama, što omogućuje fleksibilnu organizaciju prema osobnim preferencijama. Mogućnost kreiranja virtualnih polica za različite žanrove, autore ili teme poboljšava preglednost i organizaciju knjiga, što je u skladu s interakcijskim dizajnom prema Cousinsu (2023) te korisnicima omogućuje kontrolu (Shneiderman, 2009).

### 5. Osobne značajke

*LibraryThing* omogućuje stvaranje vlastitih kolekcija te omogućuje pregled statistika. No, za razliku od *The StoryGrapha*, statistike su više orijentirane na knjige nego na



korisnikove čitateljske navike. Na primjer, postoji statistika za Deweyevu decimalnu klasifikaciju, ali nema statistike za tempo kojim čitamo.

### **6. Društvene značajke**

Platforma omogućuje korisnicima stvaranje i sudjelovanje u grupama gdje mogu raspravljati o knjigama, dijeliti preporuke i sudjelovati u čitalačkim izazovima. Sučelje za grupe je pregledno i jednostavno za navigaciju.

Korisnici mogu ostavljati recenzije i ocjene za knjige, što stvara korisnu bazu podataka za druge čitatelje. Prikaz recenzija je jasan, s mogućnošću sortiranja prema drugim jezicima (ako postoje recenzije za njih).

Novi korisnici mogu se zbuniti u pronalaženju korisnika koje žele pratiti. Nedostatak jasnih uputa ili vodiča za korištenje društvenih značajki može dodatno otežati korisničko iskustvo, što je u suprotnosti s pravilom omogućavanja jednostavne navigacije prema Shenidermanu (2009).

### **7. Vizualni dizajn**

Kao i prethodne dvije platforme, *LibraryThing* koristi minimalistički pristup dizajnu. Konzistentna upotreba boja kroz cijelu platformu doprinosi osjećaj kohezije i profesionalnosti, ispunjavajući Shneidermanovo (2009) pravilo konzistentnosti u dizajnu korisničkog sučelja. Interaktivni elementi jasno su definirani i lako uočljivi, što poboljšava korisničku interakciju s aplikacijom.

Uz sve to, dizajn može djelovati zastarjelo u usporedbi s modernim platformama. Nedostatak suvremenih dizajnerskih elemenata može umanjiti privlačnost aplikacije. Mlađi korisnici, naviknuti na suvremene dizajne i vizualno bogate aplikacije, mogu smatrati dizajn ove platforme neatraktivnim.

Korisnici nemaju mogućnost prilagodbe teme ili izgleda aplikacije prema vlastitim preferencijama, što može umanjiti zadovoljstvo korisnika. To je u suprotnosti s pravilom omogućavanja korisničke kontrole prema Shneidermanu (2009).

### 5.3. Usporedna analiza

U ovom dijelu poglavlja provest ću usporedbu sedam elemenata na navedenim platformama koristeći prethodno opisanu Likertovu ljestvicu.

Na temelju Likertove ljestvice, sve tri platforme (*Goodreads*, *The StoryGraph* i *LibraryThing*) ocijenjene su s maksimalnim brojem bodova za elemente jednostavnog procesa **registracije**, brzinu **prijave** i sigurnosne mjere (Tablica 1). Sve tri platforme imaju intuitivne korake za registraciju i osiguravaju visoku razinu sigurnosti osobnih podataka korisnika.

	Goodreads	The StoryGraph	LibraryThing
<i>jednostavnost procesa registracije</i>	5	5	5
<i>brzina prijave</i>	5	5	5
<i>sigurnosne mjere</i>	5	5	5

Tablica 1. Bodovi za svaku platformu unutar kategorije registracija i prijava

Kada je riječ o **navigaciji** (Tablica 2), *The StoryGraph* je dobio najviše bodova za intuitivnost navigacijskog sučelja i dostupnost i jasnoću navigacijskih elemenata, kao i *Goodreads*, zahvaljujući pažljivo osmišljenom sučelju. *Goodreads* je nešto slabije ocijenjen za brzinu pristupa različitim dijelovima aplikacije, dok je *LibraryThing* pokazao slabije rezultate u svim segmentima navigacije, posebno u intuitivnosti navigacijskog sučelja i brzini pristupa, zbog složenijih navigacijskih opcija.

	Goodreads	The StoryGraph	LibraryThing
<i>intuitivnost navigacijskog sučelja</i>	4	5	3
<i>dostupnost i jasnoća navigacijskih elemenata</i>	5	5	4
<i>brzina pristupa različitim dijelovima aplikacije</i>	4	4	3

Tablica 2. Bodovi za svaku platformu unutar kategorije navigacija

U kategoriji **pretrage knjiga** (Tablica 3), *Goodreads* je pokazao najbolje rezultate zbog efikasnosti i točnosti pretrage, brzine prikaza rezultata te opcija za filtriranje i sortiranje,

što omogućuje korisnicima lako pronalaženje željenih knjiga. *The StoryGraph* je imao visoku ocjenu za brzinu prikaza rezultata, ali je imao jako lošu ocjenu za opcije filtriranja i sortiranja. *LibraryThing* je dobio najniže bodove u ovoj kategoriji zbog manje efikasne pretrage i ograničenih opcija filtriranja i sortiranja, što može otežati korisnicima brzo pronalaženje specifičnih knjiga.

	Goodreads	The StoryGraph	LibraryThing
<i>efikasnost i točnost pretrage</i>	5	4	3
<i>brzina prikaza rezultata</i>	5	5	5
<i>opcije za filtriranje i sortiranje</i>	5	1	2

*Tablica 3. Bodovi za svaku platformu unutar kategorije pretraga knjiga*

Što se tiče **dodavanja i organizacije knjiga** (Tablica 4), *Goodreads* i *The StoryGraph* su visoko ocijenjeni za jednostavnost dodavanja knjiga zahvaljujući jednostavnom i brzom procesu unosa knjiga u kolekciju. *LibraryThing* je dobio najviše bodove za opcije organizacije i fleksibilnost organizacije jer nudi napredne mogućnosti prilagodbe i kategorizacije knjiga. *The StoryGraph* ima ograničene opcije za organizaciju knjiga, zbog čega je dobio niže ocjene u ovoj kategoriji.

	Goodreads	The StoryGraph	LibraryThing
<i>jednostavnost dodavanja knjiga u kolekciju</i>	5	5	4
<i>više opcija za organizaciju</i>	4	2	5
<i>fleksibilnost i prilagodljivost organizacije</i>	5	1	5

*Tablica 4. Bodovi za svaku platformu unutar kategorije dodavanje i organizacija knjiga*

U kategoriji **osobnih značajki** (Tablica 5), *The StoryGraph* je dobio najviše bodova za povijest čitanja i statistike te personalizaciju preporuka zbog detaljne analize čitateljskih navika i naprednih preporuka prilagođenih korisnicima. *Goodreads* je dobro ocijenjen za prilagodljivost profila i personalizaciju preporuka, ali slabije za povijest čitanja i statistike zbog manje detaljnih informacija. *LibraryThing* je solidno ocijenjen u svim aspektima, ali nije dominantan ni u jednoj specifičnoj značajci.

	Goodreads	The StoryGraph	LibraryThing
<i>prilagodljivost profila</i>	4	3	4
<i>povijest čitanja i statistike</i>	3	5	4
<i>personalizacija preporuka</i>	4	5	4

Tablica 5. Bodovi za svaku platformu unutar kategorije osobne značajke

**Društvene značajke** (Tablica 6) su najbolje ocijenjene na *Goodreads* platformi zbog interakcije s drugim korisnicima i praćenja aktivnosti pratitelja. *The StoryGraph* i *LibraryThing* su dobili manje bodove za praćenje aktivnosti, dok su sve tri platforme podjednako ocijenjene za dijeljenje recenzija i preporuka.

	Goodreads	The StoryGraph	LibraryThing
<i>interakcija s drugim korisnicima</i>	5	4	4
<i>dijeljenje recenzija i preporuka</i>	4	4	4
<i>praćenje aktivnosti pratitelja i drugih korisnika</i>	5	3	3

Tablica 6. Bodovi za svaku platformu unutar kategorije društvene značajke

**Vizualni dizajn** (Tablica 7) je također varirao među platformama. *The StoryGraph* je najbolje ocijenjen za konzistentnost dizajna zahvaljujući modernom i ujednačenom izgledu sučelja. *LibraryThing* je dobio najnižu ocjenu za estetsku privlačnost zbog staromodnog izgleda koji nije toliko privlačan kao kod drugih platformi. *Goodreads* je ocijenjen kao konzistentan u dizajnu, ali je estetski nešto slabiji u usporedbi s *The StoryGraphom*.

	Goodreads	The StoryGraph	LibraryThing
<i>estetska privlačnost</i>	3	4	2
<i>konzistentnost dizajna</i>	5	5	4
<i>korisnička prihvatljivost i dostupnost</i>	4	4	4

Tablica 7. Bodovi za svaku platformu unutar kategorije vizualni dizajn

Usporedba implementacije navedenih elemenata na tri platforme pruža bolji uvid u razlike i sličnosti u njihovim pristupima te su u tablici 8 prikazane njihove ocjene.

Element	<i>Goodreads</i>	<i>The StoryGraph</i>	<i>LibraryThing</i>
<i>registracija i prijava</i>	<b>5,0</b>	<b>5,0</b>	<b>5,0</b>
<i>navigacija</i>	4,3	<b>4,7</b>	3,3
<i>pretraga knjiga</i>	<b>5,0</b>	3,3	3,3
<i>dodavanje i organizacija knjiga</i>	<b>4,7</b>	2,7	<b>4,7</b>
<i>osobne značajke</i>	3,7	<b>4,3</b>	4,0
<i>društvene značajke</i>	<b>4,7</b>	3,7	3,7
<i>vizualni dizajn</i>	4,0	<b>4,3</b>	3,3
<b>UKUPNO</b>	<b>31,4</b>	28,0	27,3

Tablica 8. Procjena kvalitete elemenata u platformama *Goodreads*, *The StoryGraph* i *LibraryThing*

U ovoj usporednoj analizi vidljivo je da svaka platforma ima svoje prednosti i nedostatke. *Goodreads* se pokazuje kao najbolja platforma za društvene funkcionalnosti, dok se *The StoryGraph* i *LibraryThing* više fokusiraju na korisnikove osobne statistike te korisnikovu kolekciju knjiga.

*LibraryThing* je počeo kao alat za katalogizaciju knjiga i ima snažnu bazu među bibliotekarima. Međutim, nema toliko društvenih funkcionalnosti koliko *Goodreads* ili toliko inovativnih analitičkih alata koliko *The StoryGraph*. *LibraryThing* je starija platforma te se nije razvijala i prilagođavala potrebama moderne publike. Ovi faktori doprinose tome da *LibraryThing* ima manju popularnost u usporedbi s druge dvije platforme.

Korisnici koji traže bogate društvene interakcije možda će preferirati *Goodreads*, dok će oni fokusirani na osobna čitalačka iskustva, sa zajednicom na drugom mjestu, vjerojatno odabrati *The StoryGraph*. Korisnici koji žele katalogizirati svoje knjige koristit će *LibraryThing*.

## 6. Zaključak

U ovom radu analizirala sam ključne elemente korisničkog sučelja i korisničkog iskustva triju platformi za ocjenjivanje knjiga: *Goodreads*, *The StoryGraph* i *LibraryThing*. Cilj je bio usporediti kako svaka platforma implementira ove elemente i procijeniti njihovu učinkovitost i korisničku prihvatljivost. Analizu sam provela kroz dva dijela: prvo, detaljno sam ispitala specifične UI/UX elemente svake platforme, a zatim sam te elemente usporedila.

Rezultati istraživanja pokazuju da svaka platforma ima svoje prednosti i nedostatke. *Goodreads* se ističe jednostavnom registracijom i prijavom, bogatim društvenim značajkama i učinkovitom pretragom knjiga. Međutim, njegov vizualni dizajn djeluje zastarjelo. *The StoryGraph* ima odlične osobne značajke, ali nedostatak naprednih opcija za organizaciju knjiga i filtriranje pretrage može biti problematičan za korisnike. *LibraryThing*, iako nudi detaljnu organizaciju knjiga i jednostavnu registraciju, pati od zastarjelog dizajna i manje razvijenih društvenih značajki.

Važno je voditi brigu o svim ovim elementima jer kvalitetno korisničko sučelje i korisničko iskustvo mogu značajno utjecati na zadovoljstvo korisnika i njihovu angažiranost na platformi. Poboljšanja bi mogla povećati privlačnost i funkcionalnost svake platforme, čime bi se zadovoljstvo korisnika i njihova angažiranost dodatno poboljšali. Razumijevanje i implementacija učinkovitih UI/UX elemenata ključna je za uspjeh bilo koje digitalne platforme, a posebno za one koje se bave specifičnim interesima kao što su knjige i čitanje.

Dodatno bi se moglo istražiti kako različite demografske skupine korisnika doživljavaju i koriste ove platforme, te koje bi nove značajke ili poboljšanja korisnici najviše cijenili. Usporedna analiza drugih sličnih platformi ili aplikacija za druge vrste medija također bi mogla pružiti vrijedne uvide u najbolje prakse za razvoj UI/UX elemenata.

## 7. Literatura

1. Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2024, April 5). George Saintsbury. Encyclopedia Britannica. Pristupljeno 18. lipnja, 2024., s <https://www.britannica.com/biography/George-Saintsbury>
2. Cousins, C. (2023). What is an Interaction Design? Pristupljeno 29. travnja, 2024., s <https://designmodo.com/interaction-design/>
3. Demarest, A. A. (2021). What is Goodreads? Everything you need to know about the popular site for readers and book recommendations. Pristupljeno 3. svibnja, 2024., s <https://www.businessinsider.com/guides/tech/what-is-goodreads>
4. Ditmeyer, A. (2018). Understand the world of UX vs. UI. Pristupljeno 8. svibnja, 2024., s <https://openclassrooms.com/en/courses/4556206-design-the-visual-side-of-experiences-ui-design/4556213-understand-the-world-of-ux-vs-ui#r-5260981>
5. Garrett, J. J. (2010). The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. New Riders.
6. Guthrie, G. (2021). What is information design and why is it important? Pristupljeno 29. travnja, 2024., s <https://nulab.com/learn/design-and-ux/what-is-information-design-and-why-is-it-important/>
7. Habib, M.A.R. (2005). Frontmatter. A History of Literary Criticism. Pristupljeno 18. lipnja, 2024., s <https://doi.org/10.1002/9780470752142.fmatter>
8. Hannah, J. (2023). What Is a User Interface, and What Are the Elements That Comprise One? Pristupljeno 8. svibnja, 2024., s <https://careerfoundry.com/en/blog/ui-design/what-is-a-user-interface/>
9. Herman, L. (2021). Meet The Book-Obsessed Entrepreneur Challenging Goodreads' Reign. Pristupljeno 3. svibnja, 2024., s <https://www.bustle.com/entertainment/the-storygraph-goodreads-competitor-nadia-odunayo>

10. Hunter, S. (2011). What is LibraryThing? Prerequisites Value Getting Started. Pristupljeno 5. svibnja, 2024., s <https://mytechtutorials.files.wordpress.com/2011/11/librarything-hunter.pdf>
11. Interaction Design Foundation - IxDF. (2016). What are User Needs?. Interaction Design Foundation - IxDF. Pristupljeno 30. travnja, 2024., s <https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-needs>
12. Interaction Design Foundation - IxDF. (2016). What is User Experience (UX) Design?. Interaction Design Foundation - IxDF. Pristupljeno 8. svibnja, 2024., s <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ux-design>
13. Korkishko. (2019, 22. siječnja). Key parts of UX design. Pristupljeno 29. travnja, 2024., s <https://medium.com/swlh/key-parts-of-ux-design-2bd479b9348c>
14. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. (2013–2024). Focije. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Pristupljeno 18. lipnja, 2024., s <https://www.enciklopedija.hr/clanak/focije>.
15. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. (2013–2024). Likertova ljestvica. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Pristupljeno 19. lipnja 2024., s <https://www.enciklopedija.hr/clanak/likertova-ljestvica>
16. Lin, M.-Y., Luarn, P., & Huang, Y. K. (2005). Effect of Internet Book Reviews on Purchase Intention: A Focus Group Study. *The Journal of Academic Librarianship*, 31(5), 461-468. Pristupljeno 16. lipnja, 2024., s <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2005.05.008>
17. Louise, G. (n.d.). Goodreads Features. Pristupljeno 19. lipnja 2024., s <https://gretchenlouise.com/goodreads-features/>
18. Miller, E. C. (2016). Reading in Review: The Victorian Book Review in the New Media Moment. *Victorian Periodicals Review*, 49 (4), 626-642. Pristupljeno 27. travnja, 2024., s <https://doi.org/10.1353/vpr.2016.0042>
19. Moreno, H. (2014). The Gap between UI and UX Design – Know the Difference. Pristupljeno 10. svibnja, 2024., s <https://onextrapixel.com/the-gap-between-ui-and-ux-design-know-the-difference/>



20. Reynolds, L. D., & Wilson, N. G. (1991). *Scribes and Scholars: A Guide to the Transmission of Greek and Latin Literature* (3rd ed., str. 321). Oxford: Clarendon Press.
21. Robert J. K. Jacob. (2003). User interface. In *Encyclopedia of Computer Science*. John Wiley and Sons Ltd., GBR. str. 1821–1826.
22. The Guardian. (2014). Review: Suzanne Collins's *The Hunger Games*. Pristupljeno 18. lipnja 2024., s <https://www.theguardian.com/childrens-books-site/2014/may/05/review-suzanne-collins-the-hunger-games>
23. The Melville Society. (n.d.). *Moby-Dick; or, The Whale*. Pristupljeno 18. lipnja 2024., s <http://www.melville.org/hmmoby.htm#lospec>
24. Torrie, J. S. (2018). The Past, Present, and Future of Book Reviews in Central European History. *Central European History*, 51 (1), 128–131. Pristupljeno 27. travnja, 2024., s <https://www.jstor.org/stable/26567809>
25. Shneiderman, B. (2009). *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction* (5th Edition).
26. Vinney, C. (2022). The 5 elements of UX design explained. Pristupljeno 5. svibnja, 2024., s <https://www.uxdesigninstitute.com/blog/5-elements-of-ux-design/>

Web izvori:

<https://www.goodreads.com/about/us>

<https://sensortower.com/>

## Sažetak

U radu se analizira važnost korisničkog sučelja (engl. *user interface* (UI)) i korisničkog iskustva (engl. *user experience* (UX)) unutar platformi za ocjenjivanje knjiga. Uspoređuju se tri popularne platforme: *Goodreads*, *The StoryGraph* i *LibraryThing*. Kroz temeljitu analizu njihovih različitih značajki i funkcionalnosti, poput organizacije knjiga i načina davanja ocjena, proučavalo se kako svaka od navedenih platformi pridonosi korisničkom zadovoljstvu ali i stvaranju raznolikih zajednica unutar platforme.

Saznanja iz ovoga rada mogu dati uvid dizajnerima i programerima u pozitivne i negativne značajke kako bi unaprijedili postojeće, ali i stvorili nove platforme koje će poboljšati opću kvalitetu iskustva korisnika te privući nove čitatelje.

**Ključne riječi:** korisničko iskustvo, korisničko sučelje, dizajn platformi, platforme za ocjenjivanje knjiga, *Goodreads*, *The StoryGraph*, *LibraryThing*

## **World of Book Lovers: Analysis of User Interface and User Experience Elements on Book Rating Platforms**

### **Abstract**

The paper analyzes the importance of user interface (UI) and user experience (UX) within book rating platforms. Three popular platforms were compared: Goodreads, The StoryGraph, and LibraryThing. Through a thorough analysis of their different features and functionalities, such as book organization and rating methods, the study examined how each of these platforms contributes to user satisfaction and the creation of diverse communities within the platform.

The insights from this paper can provide designers and developers with an understanding of the positive and negative aspects of these platforms, helping them improve existing ones and create new platforms that will enhance the overall quality of user experience and attract new readers.

**Key words:** *user experience, user interface, platform design, book rating platforms, Goodreads, The StoryGraph, LibraryThing*

