

**Háskóli Íslands**  
**Hugvísindasvið**  
**Hagnýt menningarmiðlun**

# **Orðin skipta máli**

*Orðabókin.is verður til*

**Ritgerð til MA-prófs í hagnýtri menningarmiðlun**

**Atli Týr Ægisson**

**Kt.: 130978-3719**

**Leiðbeinandi: Sigurjón Ólafsson**

**Janúar 2017**

# Ágrip

Greinargerð þessi er fyrri hluti lokaverkefnis í hagnýtri menningarmiðlun frá Háskóla Íslands. Seinni hluti verkefnisins er vefurinn *ordabokin.is*, auk þriggja stuttra hlaðvarpsþátta sem aðgengilegir eru á sama vef.

Hér verður sagt frá tilurð vefsins og fjallað um miðlunarleiðirnar sem notaðar eru, þ.e. vefinn og hlaðvarpið. Gefin verður innsýn í orðabókafræði og viðfangsefni hennar. Leitað verður svara við því hvernig hægt er að miðla orðabókum á vefnum og hvaða miðlunarleiðir henta til að koma efni þeirra á framfæri. Nokkrar íslenskar veforðabækur verða skoðaðar; athugað verður hvað vel er gert í þeim og hvað mætti betur fara. Þá verður sagt frá undirbúningi verkefnisins og framkvæmd þess. Að lokum birtast hugleiðingar um framtíð vefsins.

Markmiðið með vefnum er að gera tungumálið aðgengilegt og sýna fram á að það er lifandi og í stöðugri þróun. Hver sem er getur tekið þátt í að skapa tungumálið; það er ekki bara búið til og skilgreint af sérfræðingum á skrifstofum. Á vefnum verður mest áhersla lögð á slangurorð, nýyrði og gömul orð sem hafa fengið nýja merkingu á undanförunum árum.

# Þakkir

Leiðbeinandi minn, Sigurjón Ólafsson, fær sérstakar þakkir fyrir ýmsar gagnlegar ábendingar, fyrir að hafa leitt mig áfram í gegnum verkefnið og fyrir að hafa trú á mér í þessu öllu saman.

Þá vil ég þakka Margréti Pálsdóttur fyrir góðar ábendingar um hlaðvarpsþætti og fyrir yfirlestur á greinargerðinni.

Gréta Pálsdóttir (mamma) fær líka þakkir fyrir yfirlestur á greinargerðinni.

Að lokum vil ég svo þakka öllum sem tóku þátt í netkönnun og í notendaprófunum í tengslum við þetta verkefni.

# Efnisyfirlit

<b>Inngangur</b> .....	3
<b>1. Um miðlunarleiðirnar</b> .....	4
1.1 Vefurinn.....	4
1.1.1 Sérkenni vefsins.....	4
1.1.2 Af hverju vefur?.....	5
1.1.3 Undirbúningur vefverkefna.....	6
1.1.4 Einfalt er best.....	7
1.1.5 Gullnu reglurnar.....	8
1.1.6 Að lesa á vefnum.....	10
1.1.7 Að þekkja notendur.....	11
1.2 Hlaðvarp.....	13
1.2.1 Sérkenni hlaðvarpsins.....	14
1.2.2 Íslensk hlaðvarpsútgáfa.....	15
1.2.3 Undirbúningur hlaðvarps.....	16
1.2.4 Af hverju hlaðvarp?.....	18
1.3 Samantekt.....	18
<b>2. Orðabókafræði</b> .....	20
2.1 Helstu tegundir orðabóka.....	20
2.2 Undirbúningur orðabókaverkefna.....	21
2.3 Rafrænar orðabækur.....	23
2.3.1 Orðabókin á netinu.....	25
2.4 Samantekt.....	26
<b>3. Undirbúningurinn</b> .....	27
3.1 Verkáætlun.....	27
3.2 Skilgreining á markhópum.....	27
3.3 Netkönnun.....	28
3.4 Samanburðarmat.....	29
3.4.1 Íslenska.org.....	30
3.4.2 Íslenska Wikiorðabókin.....	31
3.4.3 Orðabók.is.....	32
3.4.4 Slangurorðabók Snöru.....	33
3.4.5 Snara.is.....	34
3.5 Kröfulýsing.....	35
3.5.1 Útlit.....	35
3.5.2 Virkni.....	35
3.5.3 Tækni.....	36
3.5.4 Innihald.....	36
3.5.5 Samband við notendur.....	37
3.5.6 Leiðakerfi.....	37
3.6 Skissur.....	37
3.7 Höfundarréttur.....	40
3.8 Orðaforðinn.....	40
3.9 Samantekt.....	42

<b>4. Framkvæmdin</b> .....	44
4.1 Val á léni.....	44
4.2 Val á vefumsjónarkerfi.....	44
4.3 Val á þema.....	45
4.4 Viðbætur.....	46
4.4.1 Orðabókarviðbótin.....	46
4.4.2 Beygingarmyndum bætt við.....	46
4.4.3 Falið efni.....	47
4.4.4 Leit að beygingarmyndum.....	47
4.4.5 Stungið upp á leitarorðum.....	47
4.4.6 Færslulisti.....	48
4.4.7 Textabox.....	48
4.4.8 Tengiliðaform.....	48
4.4.9 Póstlisti.....	48
4.4.10 Tvöföld innskráning.....	48
4.4.11 Vefmælingar.....	49
4.4.12 Samfélagsmiðlar.....	49
4.5 Notendaprófanir.....	49
4.6 Kostnaður.....	51
4.7 Samantekt.....	52
<b>5 Framtíð verkefnisins</b> .....	53
5.1 Sýnileiki.....	53
5.2 Áframhaldandi miðlun efnis.....	54
5.3 Fjármögnun.....	55
<b>6. Niðurlag</b> .....	56
<b>Heimildaskrá</b> .....	58
<b>Viðauki: Könnun um notkun rafrænna orðabóka</b> .....	61

# Inngangur

Greinargerð þessi er fyrri hluti lokaverkefnis í hagnýtri menningarmiðlun frá Háskóla Íslands. Seinni hluti verkefnisins er vefurinn *ordabokin.is*, auk þriggja stuttra hlaðvarpsþátta sem aðgengilegir eru á sama vef.

Ég hef lengi haft gaman af því að velta fyrir mér orðum og orðanotkun. Það er ein af ástæðum þess að ég fór í íslensku í Háskóla Íslands. Eftir útskrift úr B.A.-námi fór ég að hugsa um hvernig ég gæti nýtt íslenskunámið í framtíðinni. Fljótlega fékk ég þá flugu í höfuðið að opna íslenska orðabók á netinu. Ég gerði þó ekkert í málinu strax, gerði mér fljótt grein fyrir því að þetta yrði stórt verkefni og það þyrfti að undirbúa vel. Hugmyndin var sú að opna orðabók sem yrði opin öllum án endurgjalds og að hver sem er gæti stungið upp á nýju efni og komið með endurbætur á eldra efni. Upphaflega hugmyndin var að opna alhliða íslenska orðabók sem ætluð yrði öllum Íslendingum. Ég fór með hugmyndina með mér í hagnýta menningarmiðlun í Háskóla Íslands haustið 2015, þar sem hún þróaðist og slípaðist til. Og hér er hún nú orðin að veruleika – að minnsta kosti er tilbúið sýnishorn af henni.

Markmiðið með vefnum er að gera tungumálið aðgengilegt og sýna fram á að það er lifandi og í stöðugri þróun. Hver sem er getur tekið þátt í að skapa tungumálið; það er ekki bara búið til og skilgreint af sérfræðingum á skrifstofum og á stofnunum. Á vefnum verður mest áhersla lögð á slangurorð, nýyrði og gömul orð sem hafa fengið nýja merkingu á undanförunum árum.

Hér verður sagt frá tilurð verkefnisins og fjallað um miðlunarleiðirnar sem notaðar eru, þ.e. vefinn og hlaðvarpið. Gefin verður innsýn í orðabókafræði og viðfangsefni hennar. Leitað verður svara við því hvernig hægt er að miðla orðabókum á vefnum og hvaða miðlunarleiðir henta til að koma efni þeirra á framfæri. Nokkrar íslenskar veforðabækur verða teknar til skoðunar; athugað verður hvað vel er gert í þeim og hvað mætti betur fara. Þá verður sagt frá undirbúningi verkefnisins og framkvæmd þess. Að lokum birtast hugleiðingar um framtíð vefsins.

# 1. Um miðlunarleiðirnar

Í þessum kafla verður sagt frá miðlunarleiðunum tveimur sem mest áhersla er lögð á í verklega hluta verkefnisins, þ.e. vef og hlaðvarpi. Fjallað verður um einkenni þessara miðlunarleiða og sagt frá helstu frumkvöðlum og sérfræðingum í þeim.

## 1.1 Vefurinn

Hér verður fjallað um hvað einkennir vefinn sem miðil og hvers vegna ég valdi að miðla efninu á vefformi. Vísað verður í ráðleggingar nokkurra sérfræðinga og ráðgjafa í miðlun efnis fyrir vefinn, fjallað um hvernig best er að undirbúa vefverkefni, hvað best er að gera og hvað ber að varast.

### 1.1.1 Sérkenni vefsins

Frá því að almenningur fékk aðgang að netinu um miðjan tíunda áratug síðustu aldar hefur ýmislegt breyst. Í upphafi var gert ráð fyrir að notendur væru fyrst og fremst óvirkir þiggjendur í leit að upplýsingum. Eftir því sem árin liðu tók vefurinn breytingum og notendur fóru að taka sífellt meiri þátt í að skapa efni fyrir hann. Þessi breytta virkni vefsins hefur stundum verið kölluð *vefurinn 2.0* (e. *Web 2.0*).<sup>1</sup> Skilgreining hugtaksins hefur þó alltaf verið fremur óskýr. Á síðustu árum hefur einnig verið talað um *vefinn 3.0*, meðal annars í samhengi við bætt og skipulagt aðgengi að upplýsingum.<sup>2</sup>

Vefurinn á ýmislegt sameiginlegt með prentuðu efni. Ýmsar hefðir í vefhönnun eru sóttar úr hönnun á prentefni. Mikilvægasta efni hvernar síðu þarf til dæmis að vera sýnilegt notendum efst á skjánum (e. *above the fold*). Þessi hugmynd er sótt til dagblaðahönnunar. Mikilvægustu fréttir á forsíðu blaðsins þurfa að vera á efri helmingi síðunnar til að þær nái athygli lesenda. Sömuleiðis þarf mikilvægasta efni vefsins að vera sýnilegt notendum í fyrstu skjáfylli, áður en skrúnað er niður síðuna.<sup>3</sup> Vefnotendum, a.m.k. í hinum vestræna heimi, er eðlilegt að lesa prentaðan texta frá vinstri til hægri og hafa myndast ýmsar hefðir í vefhönnun út frá því.

---

1 O'Reilly 2005.

2 Nations 2016.

3 Miller 2014:5.

En margt er einnig ólíkt með vef og prentefni. Við fréttaskrif á vefnum þarf að nýta kosti vefsins, s.s. að nota tengla og vísanir yfir á aðra vefi. Fyrirsagnir þurfa að vera vandaðar og lýsa efninu sem þær standa fyrir. Einnig þarf að forðast langar og flóknar setningar og gera helst aldrei ráð fyrir því að lesendur þekki bakgrunn þess sem fjallað er um.<sup>4</sup> Muninum á vef og prentefni má líkja við muninn á kvikmyndum og tölvuleikjum. Þegar horft er á kvikmyndir er áhorfandinn mataður með einhverjum söguþræði sem hann ræður ekki sjálfur, svipað og þegar efni á prentformi er skoðað. Í tölvuleikjum er notandinn aftur á móti orðinn hluti af leiknum og hefur áhrif á framgang hans, eins og á vefnum.

Á upphafsárum vefsins einkenndist miðlun efnis fyrst og fremst af skrifuðum texta. Eftir því sem nettengingar hafa orðið öflugri hefur möguleikum á miðlunarleiðum fjölgað. Auk venjulegs texta er efni nú miðlað á fjölbreyttari hátt, s.s. með ljósmyndum, hreyfimyndum, hljóðupptökum og myndböndum. Netnotendur hafa sífellt meira um efni vefsins að segja og geta jafnvel haft áhrif á það sjálfir.

### **1.1.2 Af hverju vefur?**

Það virðist vera eilífðarverkefni að búa til orðabók. Frá því að vinna við þetta verkefni hófst var ég meðvitaður um að í byrjun yrði orðabókin aldrei meira en sýnishorn; fullbúinn vefur en með takmörkuðum orðaforða. Ég hefði getað farið út í það að setja hana upp á prentformi en það hefði kostað mun meiri vinnu við orðasöfnun og við að skilgreina og útskýra orðin. Bók hefði verið verkefni með upphafs- og endapunkti en vefurinn er þess eðlis að hann tekur sífelldum breytingum. Hann er í rauninni aldrei tilbúinn en öðlast sífellt meira notagildi. Auðvelt er að bæta við hann, breyta og leiðrétta eftir á. Þetta þýðir þó ekki að ég ætli að hafa textann á vefnum illa skrifaðan og fullan af villum þegar upp verður staðið, því það mundi að sjálfsögðu skaða trúverðuleika hans.

Ég vildi skapa orðabók sem allir Íslendingar hefðu aðgang að og gætu notað án þess að þurfa að borga sérstaklega fyrir hana. Til að sækja upplýsingar af vefnum er nauðsynlegt að hafa aðgang að tölvu eða snjalltæki og nettengingu. Íslendingar hafa lengi verið með netvæddustu þjóðum heimsins. Árið 2014 var Ísland t.d. í fyrsta sæti ásamt Lúxemborg og Hollandi á lista yfir fjölda nettengdra heimila í Evrópu. 96%

---

4 Sigurjón Ólafsson 2015:65.



heimila í þessum löndum voru nettengd árið 2014.<sup>5</sup> Þess vegna má gera ráð fyrir því að stór hluti Íslendinga geti skoðað vefinn. Ég vildi líka gefa notendum kost á að hafa áhrif á innihald og efni orðabókarinnar og hún yrði þess eðlis að geta tekið breytingum dag frá degi með aðstoð notenda. Þess vegna taldi ég vefinn vera bestu leiðina til að koma henni á framfæri.

Þegar hafist er handa við smíði á nýjum vef er gott að spyrja þessara þriggja spurninga:

- Af hverju er þessi vefur til?
- Hvaða markmiðum á hann að ná?
- Hvernig á þetta tiltekna verkefni að aðstoða við að ná þessum markmiðum?<sup>6</sup>

Í mínu tilfalli er svarið: Vefurinn á að sýna hvernig hægt er að miðla orðabókum á vefformi. Markmiðið með honum er að gera tungumálið aðgengilegra. Hann á að sýna fram á að tungumálið er lifandi og sýnbreytilegt, hver sem er getur tekið þátt í að skapa það og það er ekki bara búið til og skilgreint af sérfræðingum á skrifstofum. Markmiðinu ætla ég að ná með fjölbreyttari miðlunarleiðum en þekkjast á sambærilegum íslenskum vefjum; í upphafi ætla ég að nota til þess hlaðvarpið auk skrifaðs texta. Notendum verður gefinn kostur á að hafa áhrif á efni vefsins og innihald hans.

### 1.1.3 Undirbúningur vefverkefna

Eins og öll önnur verkefni krefst smíði á vef góðs undirbúnings. Í *Bókinni um vefinn* tekur Sigurjón Ólafsson saman nokkur atriði sem nauðsynleg eru við smíði og hönnun nýs vefs.<sup>7</sup> Hann mælir með því að alltaf sé gerð kröfulýsing, sama hversu lítið eða stórt verkefnið er. Auk þess að spara tíma og peninga nýtist hún sem verklýsing fyrir vefhönnuði og forritara. Í kröfulýsingu þurfa að koma fram upplýsingar um efni og virkni vefsins, árangursmælingar á honum, vefhönnun og prófanir og tækni sem vefurinn þarf að styðja. Meðal helstu ákvarðana sem liggja þurfa fyrir í upphafi eru þessar:

- Skilgreina þarf markhópa vefsins.

<sup>5</sup> Hagstofa Íslands.

<sup>6</sup> Sigurjón Ólafsson 2015:39.

<sup>7</sup> Sigurjón Ólafsson. 2015:39-40.

- Markmið vefsins þarf að vera skýrt.
- Lýsing á leiðakerfi og veftré þarf að vera til staðar.
- Lýsing á efni þarf að vera til staðar. Því nákvæmari sem hún er, því betra.
- Lýsa þarf virkni leitarvélar.
- Skilgreina þarf útlit og sniðmát út frá skissum.
- Tilgreina þarf samkeppnisvefi eða fyrirmyndir sem skara framúr.

Auk þess þarf að vera á hreinu hvenær ætlast er til að verkið sé unnið. Gott er að setja upp einhvers konar áætlun, tímalínu eða yfirlit yfir hvenær tilteknum hlutum verkefnisins verður hrundið í framkvæmd.

### 1.1.4 Einfalt er best

Þegar komið er að vefhönnun er best að útlit vefja sé einfalt. Virkni og einfaldleiki vega oftast þyngra en fagurfræði og útlit. Notendur vefja koma yfirleitt ekki inn á þá til að dást að hönnun og fegurð heldur til að sinna tilteknum verkefnum og ljúka þeim. Það sem notendur vilja fyrst og fremst sjá eru skýrt leiðakerfi, lýsandi tenglar, gott efni og góð leitarvirkni.

Í *Bókinni um vefinn* tekur Sigurjón Ólafsson vef breska stjórnarráðsins, *gov.uk* sem dæmi um góða vefhönnun.<sup>8</sup> Vefurinn er lítið fyrir augað en hann uppfyllir þarfir notenda sinna og auðveldar þeim að sinna verkefnum sem þeir þurfa að leysa á vefnum. Þar er virknin höfð ofar fagurfræðinni.

Gott er að virða hefðir sem myndast hafa við vefhönnun. Sigurjón minnst á L-in þrjú, þ.e. **logo**, **leiðakerfi** og **leit**.<sup>9</sup> Notandi býst við að merki fyrirtækisins sé ofarlega í vinstra horni og með því að smella á það sé hægt að komast aftur á forsíðu vefsins. Flestir búast við því að leiðakerfið sé ofarlega, þvert yfir vefinn. Leitarglugginn er yfirleitt ofarlega hægra megin á síðunni. Undanfarin ár hefur sú þróun þó átt sér stað að hafa leitargluggann ofarlega fyrir miðju forsíðunnar og nær hann þá þvert yfir síðuna. Einnig eru til dæmi um að merki fyrirtækisins sé efst í miðjunni en ekki vinstra megin. Þessa þróun má rekja til vefja sem eru fyrst og fremst hannaðir með snjalltæki í huga (e. *mobile first design*). Á slíkum vefjum er mest áhersla lögð á að notendur nýti

<sup>8</sup> Sigurjón Ólafsson 2015:92.

<sup>9</sup> Sigurjón Ólafsson 2015:85.

leitargluggann til að finna efni.<sup>10</sup> Þessi einkenni má sjá á vefjum nokkurra íslenskra sveitarfélaga, t.d. Reykjavíkurborgar og Hafnarfjarðarbæjar.

Af öðrum hefðum má nefna tengiliðaupplýsingar (s.s. símanúmer og netfang), sem eru yfirleitt í fæti vefsins, sem og tengla yfir á samfélagsmiðla.

### 1.1.5 Gullnu reglurnar

Vefráðgjafinn Steve Krug hefur sett saman lista yfir sex atriði sem hafa ætti til grundvallar í allri vefhönnun. Hér á eftir er stutt umfjöllun um hvert þessara atriða.

1. **Skýr notkun á hefðum.** Á þeim rúmlega tuttugu árum sem almenningur hefur haft aðgang að netinu hafa ýmsar hefðir orðið til í vefhönnun. Notendur eru til dæmis vanir því að merki fyrirtækisins í vinstra horninu virki sem tengill á forsíðuna. Ýmsar táknmyndir hafa unnið sér sess í huga netnotenda. Mynd af innkaupakerru táknar til dæmis að hægt sé að kaupa eitthvað á síðunni. Mynd af stækkunargleri táknar leitarmöguleika.

Upphaflega eru þessar hefðir góðar hugmyndir einhverra vefhönnuða og hafa síðan lifað áfram og breitt úr sér. Ef hugmyndir eru góðar fara aðrir að herma eftir þeim og smám saman verða nógu margir vanir þeim til að þær þarfnist ekki lengur útskýringa. Krug hvetur vefhönnuði til þess að halda í hefðirnar og bylta þeim ekki nema þeir séu alveg vissir um að nýju hugmyndirnar virki jafn vel eða betur. Notkun á hefðum þarf ekki að koma í veg fyrir sköpunargleði.<sup>11</sup>

2. **Skýr virðingarröð á hverri síðu.** Innihald síðunnar er ekki allt jafn mikilvægt. Mikilvægustu atriði hvernar síðu ættu að vera mest áberandi. Atriðum sem ekki eru eins mikilvæg ætti ekki að gera jafn hátt undir höfði. Skyldir hlutir ættu að vera á sama stað. Skýr virðingarröð hjálpar notendum að átta sig á uppsetningu og skipulagi síðunnar.<sup>12</sup>
3. **Skýrt afmarkaðir þættir á hverri síðu.** Um leið og notendur koma inn á vefinn byrja þeir að leita að staðnum sem líklegastur er til að skila árangri við lausn verkefnisins. Þess vegna er mikilvægt að skipta síðunni niður í afmarkaða þætti. Það gefur notandanum hugmynd um hvaða svæðum hann eigi að einbeita sér að

---

10 Wroblewski 2011.

11 Krug 2014:31-32.

12 Krug 2014:33-36.

við tiltekið verkefni og hvaða svæði hann þurfi ekki að skoða.<sup>13</sup>

4. **Augljóst hvar má smella.** Stór hluti af því sem við gerum á vefnum er að leita að næsta stað til að smella á með músinni, eða með fingrinum á snjalltækjum. Þess vegna þarf að vera augljóst hvar hægt er að smella. Uppsetningin þarf ekki að vera flókin. Til dæmis ættu hnappar að hafa sérstakt útlit og tenglar að vera í öðrum lit eða öðru formi en venjulegur texti.<sup>14</sup>

5. **Lítið af truflunum og hávaða.** Notendur þola truflanir á vefjum misvel. Sumir láta hann fara framhjá sér en aðrir líma jafnvel miða á skjáinn til að fela hreyfimyndir á meðan texti er lesinn. Þegar allt á síðunni krefst athygli getur það orðið yfirþyrmandi fyrir notandann. Sumar síður eru ofhlaðnar af efni og ekkert skipulag er á því. Í verstu tilfellum eru notaðar mismunandi leturgerðir, mismunandi litir og vefsíðan inniheldur margar mismunandi auglýsingar í formi hreyfimynda.

Krug nefnir að í upphafi hönnunarvinnu ætti að gera ráð fyrir því að allt efni flokkist sem sjónrænn hávaði. Losa ætti síðuna við allt sem er ekki hluti af lausn verkefnisins.<sup>15</sup>

6. **Skannanlegur texti.** Stór tími notenda á vefnum fer í að skanna síðuna í leit að upplýsingum. Uppsetning textans hefur mikið að segja um það hversu aðgengilegar upplýsingarnar eru. Krug mælir með því að textinn sé brotinn upp með fyrirsögnum – frekar of oft en of sjaldan. Fyrirsagnir gefa notendum til kynna um hvað textinn fjallar og aðstoða þá við að skauta fram hjá efni sem ekki er nauðsynlegt fyrir þá. Hann mælir einnig með því að hafa efnisgreinar stuttar, jafnvel bara eina málsgrein. Þá mælir hann með því að nota punkta- og tölulista þegar það er hægt og einnig að gera aðalatriðin í textanum meira áberandi, s.s. með því að feitletra þau.<sup>16</sup>

---

13 Krug 2014:36.

14 Krug 2014:38.

15 Krug 2014:38-39.

16 Krug 2014:39-41.

### 1.1.6 Að lesa á vefnum

Auk atriðanna sex sem nefnd voru hér að framan mælir Krug með því að forðast málalengingar. Hann nefnir að stytta megi allan texta um helming. Stundum má meira að segja stytta það sem eftir stendur um helming. Þannig minnkar hávaðinn á síðunni, mikilvæga efnið fær meiri athygli og síðurnar verða styttri, en það leyfir notendum að sjá meira af síðunni án þess að skrúna niður tölvuskjáinn.<sup>17</sup> Krug er ekki eini ráðgjafinn sem mælir með stuttum texta á vefnum. Ráðleggingar Paul Boag eru nokkurn veginn samhljóða.<sup>18</sup>

Að auki verður að sleppa öllu innantómu hjali (e. *happy talk*), þ.e. kynningartexta sem gerir lítið annað en að tefja fyrir notendum sem vilja komast beint að efninu. Sömuleiðis ætti að sleppa leiðbeiningum með vefnum og hafa hann frekar eins einfaldan í notkun og hægt er, þannig að notandinn þurfi ekki að hugsa eða lesa leiðbeiningar um hvernig eigi að nota vefinn. Ef leiðbeiningar eru nauðsynlegar ættu þær að vera eins stuttar og mögulegt er.<sup>19</sup>

Við framsetningu texta á vefnum þarf einnig að taka tillit til þess hvernig notendur lesa eða lesa ekki á vefnum. Texti á tölvuskjá er ekki það sama og texti á blaði. Í rannsókn árið 1997 komst Jakob Nielsen að því að meirihluti notenda les ekki texta frá orði til orðs á vefnum, heldur skannar lauslega yfir hann.<sup>20</sup> Níu árum síðar staðfesti Nielsen þetta aftur með aðstoð augnskanna. Þar kom í ljós að notendur lesa texta á vefnum í F-mynstri.<sup>21</sup> Enn ein rannsókn sem Nielsen gerði, árið 2013, sýndi að notendur lesa stundum texta á vefnum frá orði til orðs, sérstaklega þegar hann er settur fram á vefvænan hátt.<sup>22</sup> Þessar rannsóknir styðja enn frekar við ráðleggingar vefráðgjafa um að hafa textann stuttan og skannanlegan.

Á næstu síðu má sjá mynd af áðurnefndu F-mynstri.

---

17 Krug 2014:49.

18 Boag 2010: 90-96.

19 Krug 2014:50-51.

20 Nielsen 1997.

21 Nielsen 2006.

22 Nielsen 2013.



Rannsókn Jakob Nielsen árið 2006 sýndi að notendur lesa texta á vefnum í F-mynstri. Mynd fengin af nngroup.com.

### 1.1.7 Að þekkja notendur

Allir sem eitthvað hafa fjallað um miðlun efnis á vef eru sammála því að vefstjórar og eigendur vefja þurfi að vita hvernig notendur hugsa, s.s. hverju þeir leita helst eftir á vefnum og hvernig þeir nota hann.

Ýmsar aðferðir eru til við að kynnast notendum. Sem dæmi má nefna vefmælingar. Tilgangur þeirra er að gera vefinn betri fyrir notendur og fá hann til að skila meiri ávinningi fyrir eigendur sína. Hægt er að nota ýmiss konar verkfæri til vefmælinga. Dæmi um vinsælt vefmælingatól er *Google analytics*.<sup>23</sup> Þótt það sé nefnt hér eru til fjölmörg önnur verkfæri sem gegna sama eða svipuðu hlutverki. Sigurjón Ólafsson mælir með því að skoða gögn þaðan á hverjum degi, ekki þurfi meiri tíma en tíu mínútur á dag eða þrjá til fjóra klukkutíma í mánuði til að rýna í þau.<sup>24</sup> Meðal upplýsinga sem *Google analytics* gefur og Sigurjón mælir með að skoðaðar séu reglulega eru eftirfarandi:

- Umferð á vefnum í rauntíma.
- Fjöldi einstakra notenda og hvaðan þeir koma.
- Hlutfall endurtekinnna heimsókna á móti hlutfalli nýrra notenda.
- Hvernig notendur ferðast á vefnum.

<sup>23</sup> *Google analytics* má nota án endurgjalds á slóðinni <https://analytics.google.com>.

<sup>24</sup> Sigurjón Ólafsson 2015:45.

- Hvaða tæki og vafrar eru notuð til að skoða vefinn.
- Hvaðan notendur koma inn á vefinn.<sup>25</sup>

Netkannanir eru góð leið til að kanna hug stórs hóps notenda til vefsins. Með þeim má til dæmis kanna notkun á núverandi vef og væntingar til nýs vefs. Margir vefir bjóða upp á stuttar ókeypis kannanir, t.d. *SurveyMonkey* og *Google forms*. Vefráðgjafinn Paul Boag mælir með því kannanir séu stuttar og þær miði að því að safna hnitmiðuðum og fáum upplýsingum í hvert skipti. Því lengri sem kannanir eru, því ólíklegra er að notendur nenni að klára þær. Þær verða að vera einfaldar; ekki er ráðlagt að spyrja spurninga sem krefjast þess að notendur hugsu of lengi. Spurningarnar verða að vera nákvæmar og beina athyglinni að því sem spurt er um. Spurningin „Hvernig finnst þér vefurinn?“ er til dæmis of óljós og opin og býður upp á of mörg svör. Að lokum mælir Boag með því að þakka notendum fyrir þátttökuna. Gott er að veita verðlaun fyrir þátttöku eða í það minnsta að skrifa stutta kveðju með þakkarskilaboðum sem sýna að framlag og tími notenda séu metin að verðleikum.<sup>26</sup>

Önnur leið til að fá álit notenda á vefnum er að gefa þeim kost á endurgjöf á virkni eða aðgerð sem þeir eru að fást við í hvert skipti. Það má gera með litlu formi neðst á hverri síðu þar sem spurt er „Var efnið hjálplegt?“. Ef notendur svara spurningunni neitandi er þeim oft boðið að gefa nánari útskýringu á svarinu. Endurgjöf sem þessi er afar árangursrík og upplýsingar sem fást út úr henni hjálpa til við að sinna stöðugum endurbótum á vefnum. Þessi aðferð er einföld og fyrirhafnarlítill og notandanum gefst tækifæri til að tjá sig í samhengi við það sem hann er að gera hverju sinni inni á vefnum.<sup>27</sup>

Síðast en ekki síst skal hér minnst á notendaprófanir. Allir vefráðgjafar eru sammála um gagnsemi þeirra. Notendaprófun felst í því að fylgjast með einum notanda í einu leysa tiltekin verkefni á vefnum. Með slíkum prófunum má komast að því hvernig notendur hegða sér á vefnum og ef til vill finna villur á honum eða önnur atriði sem hægt er að leiðrétta strax. Steve Krug hefur fjallað mikið um notendaprófanir. Hann mælir með því að prófa lítið í einu en oft. Hann stingur upp á því að tekinn sé frá einn morgunn í mánuði fyrir notendaprófanir og mælir með því að fá þrjá notendur til að

<sup>25</sup> Sigurjón Ólafsson 2015:46.

<sup>26</sup> Boag 2010:227.

<sup>27</sup> Sigurjón Ólafsson 2015:113-114.

prófa í hvert sinn. Prófanirnar eiga ekki að leiða neinn sannleika í ljós heldur eiga þær að sýna eigendum vefsins hvernig notendur sinna verkefnum á honum. Ekki þarf að hafa áhyggjur af því hverjir eru prófaðir. Þátttakendur þurfa ekki að vera úr markhópi vefsins, því flestir notendur komast að vandamálum á vefnum þó að þeir séu ekki hluti af markhópnum.<sup>28</sup>

Best er að byrja á notendaprófunum sem fyrst í vinnuferlinu. Það er aldrei of snemmt að byrja. Ef vefurinn er ekki tilbúinn má prófa samkeppnisvefi eða vefi með svipaða virkni og fylgjast með því hvernig þeir eru notaðir. Ef verið er að endurnýja vefinn má prófa gamla vefinn til að komast að því hvað má bæta á honum. Loks má halda áfram á mismunandi stigum undirbúningsins, allt frá prófunum á skissum og hugmyndum til prófana á fullbúnum vef.<sup>29</sup> Ekki þarf heldur að hafa áhyggjur þó að vefurinn sé kominn í loftið án þess að hafa verið prófaður, því aldrei er of seint að bæta hann.

## 1.2 Hlaðvarp

Hlaðvarp (e. *podcast*) er útvarps- eða sjónvarpsþáttur sem aðgengilegur er í gegnum streymi eða niðurhal af netinu. Þátturinn er því ekki bundinn stað og tíma, heldur ræður notandinn sjálfur hvenær hann hlustar eða horfir á þáttinn. Hlaðvarpið er tiltölulega nýr miðill. Þróun þess hófst árið 2004, eftir að stafrænir tónlistarspilarar (mp3-spilarar) voru komnir á markaðinn.<sup>30</sup> (Fyrri hluti orðsins *podcast* er t.d. dregið af tónlistarspilaranum iPod. Seinni hluti þess er fenginn frá enska orðinu *broadcast*).<sup>31</sup> Upphafsmenn hlaðvarpsins eru Adam Curry, fyrirverandi sjónvarpsmaður á MTV og Dave Winter, forritari. Curry hannaði forritið *iPodder* til að hlaða útvarpsþáttum af netinu niður í iPod-spilara. Enskumælandi netnotendur hafa verið duglegir að framleiða efni á þessu formi. Nú eru til fleiri en 115.000 hlaðvarpsþættir á ensku.<sup>32</sup> Nálgast má fjölda vefsíðna sem dreifa ókeypis hlaðvarpsþáttum.

Til að framleiða hlaðvarp þarf upptökutæki, tölvu og nettengingu. Að auki er gott

---

28 Krug 2014:118-120.

29 Krug 2014:124.

30 Watson (án ártals).

31 Watson (án ártals).

32 Wikipedia 2017.



að nota klippiforrit til að setja þáttinn saman og taka út upptökur sem ekki á að nota. Þegar hljóðskrá með hlaðvarpi er tilbúin þarf að dreifa henni til niðurhals. Tónlistarveitan *iTunes* er meðal þeirra þekktustu sem bjóða notendum sínum upp á þá þjónustu og hefur gefið út leiðbeiningar um hvernig skuli bera sig að við að bæta hlaðvarpsþáttum í safnið.<sup>33</sup> Eftir því sem nettengingar hafa orðið öflugri er ekki lengur jafn nauðsynlegt að hlaða hljóðskránum niður í tækin sem notuð eru til að hlusta á þær, heldur er hægt að spila þær beint af netinu, þ.e. að streyma þeim. Meðal fyrirtækja sem bjóða upp á streymiþjónustu eru *Soundcloud* og *Mixcloud*.

### 1.2.1 Sérkenni hlaðvarpsins

Þó að hlaðvarp sé í grunninn útvarps- eða sjónvarpsefni eru fjölmörg sérkenni á miðlunarforminu sem hefðbundið útvarps- og sjónvarpsefni hefur ekki.

Framleiðendur hlaðvarps þurfa ekki að sækja um útsendingarleyfi eins og hefðbundnar útvarpsstöðvar. Þeir þurfa ekki að fara eftir reglum og mega láta allt flakka, jafnvel blótsyrði og annað ósæmilegt orðalag ef þeir vilja. Höfundarréttarlög gilda þó um hlaðvarpsefni og geta framleiðendur þess gefið það út undir höfundarrétti sem þeir sjálfir kjósa, til dæmis undir *Creative commons*-leyfinu.

Hlaðvarpið er hvorki bundið stað né stund og það er sjaldnast í beinni útsendingu. Þegar hlaðvarpsþáttur hefur verið gerður aðgengilegur er hægt að hlusta á hann hvar og hvenær sem er. Þannig er t.d. erfitt fyrir stjórnendur hlaðvarpsþátta að segja í þáttunum hvaða dagur er, hvað klukkan er og hvernig veðrið er úti.

Þó að mörg þekkt fjölmiðlafyrirtæki hafi farið af stað með hlaðvarpsútgáfu eru margir hlaðvarpsútgefendur áhugamenn og taka þættina jafnvel upp heima hjá sér. Hlaðvarpið lifir ekki á hlustunarmælingum og því getur efni þess verið frjálsslegra en í venjulegum útvarpsþáttum. Margir hlaðvarpsþættir fjalla um eitt tiltekið efni sem umsjónarmenn þeirra hafa áhuga og þekkingu á og laða þannig til sín lítinn en dyggan hóp hlustenda.

---

<sup>33</sup> Sjá slóðina: [https://help.apple.com/itc/podcasts\\_connect/#/itc4f0f5ac7d](https://help.apple.com/itc/podcasts_connect/#/itc4f0f5ac7d).

## 1.2.2 Íslensk hlaðvarpsútgáfa

Íslendingar hafa smám saman tileinkað sér hlaðvarp undanfarin ár. Notkun þess og útgáfa á Íslandi hefur þó lítið verið rannsökuð. Þó skal nefnd hér ritgerð Odds Freys Þorsteinssonar, þar sem meðal annars er fjallað um sögu hlaðvarpsútgáfu og sagt frá rannsókn sem gerð var á notkun á hlaðvarpi Ríkisútvarpsins (RÚV) í einn mánuð árið 2014. Hún leiðir meðal annars í ljós að hlaðvarp RÚV er töluvert notað, þó að notendahópurinn sé fremur fámennur. RÚV hefur ekki unnið markaðsrannsóknir á hlaðvarpinu og gögn yfir hlaðvarpsnotkun eru af skornum skammti enn sem komið er.<sup>34</sup>

Framleiðsla á íslensku hlaðvarpi, a.m.k. sú sem er mest áberandi, hefur verið í höndunum á misstórum fjölmiðlafyrirtækjum. Til að fá einhverja hugmynd um íslenska hlaðvarpsútgáfu var haft samband við þrjá íslenska fjölmiðla sem komið hafa að útgáfu hlaðvarps undanfarin ár. Þessir fjölmiðlar eru Nútíminn,<sup>35</sup> sem heldur úti Alvarpinu, Ríkisútvarpið (RÚV) og Vísir.is. Umfjöllun sem hér fer á eftir er byggð á viðtölum við starfsmenn áður nefndra fjölmiðla. Viðtölin fóru ýmist fram með tölvupóstsamskiptum eða símleiðis.

Alvarpið, sem nú er hluti af Nútímanum, hóf göngu sína 1. mars 2014. Um þrjár til sex nýir þættir birtast þar á viku. Dagskrárgerðarmenn vinna þætti út frá sínum eigin áhuga. Þar er fjallað um afþreyingu, tónlist, kvikmyndir, sjónvarp og fleira. Þegar alvarlegri málefni eru tekin fyrir, eins og stjórnsmál, er reynt að gera það á skemmtilegan og ferskan hátt. Stefna Alvarpsins er að bæði dagskrárgerðarhópurinn og hlustendahópurinn séu sem fjölbreyttastir. Einnig er reynt að halda kynjahlutföllum eins jöfnum og hægt er. Um 300-400 þúsund notendur hafa hlustað á einhvern þátt Alvarpsins undanfarið ár (fram til nóvember 2016). Vinsælasta efnið er þátturinn *Fílalag*, þar sem Bergur Ebba Benediktsson og Snorri Helgason kryfja eitt lag á hverjum föstudegi.<sup>36</sup>

Vísir.is hefur staðið í hlaðvarpsútgáfu í sex ár. Þar eru birtar upptökur frá útvarpsstöðvunum Bylgjunni, FM-957 og X-inu, ýmist heilir þættir eða brot úr þeim. Árið 2014 hófst framleiðsla á þáttum sérstaklega fyrir vefinn og voru þeir einnig sendir inn á iTunes og aðrar hlaðvarpsveitur. Hlaðvarpsútsendingar eru reglulegar en

34 Oddur Freyr Þorsteinsson 2014.

35 Sjá: <http://nutiminn.is/>.

36 Ragnar Hansson 2016.

starfsemin er þó ekki skipulögð að öllu leyti; hún byggist mikið á frumkvæði starfsfólks sem vinnur á fréttastofunni hverju sinni. Reynt er að styðja við allar góðar hugmyndir og gera þær að veruleika. Hlaðvarpsþættirnir tengjast að mestu leyti því sem fjallað er um á Vísi, svo sem íþróttum, poppmenningu, stjórnámálum, viðtölum í Fréttablaðinu, Eurovision og öðru umfjöllunarefni. Allt efni á hlaðvarpinu er frumflutt þar en hefur stundum verið endurflutt síðar í útvarpi. Í nóvember 2016 voru tveir vikulegir þættir á dagskrá hlaðvarpsins: *Pendúllinn* og *Poppkastið*. Stefnan er að hafa alltaf einhverja vikulega þætti í gangi. Vinsælasta efnið á hlaðvarpinu hingað til er þátturinn *Hip hop og pólitík*. Nokkrir þeirra þátta vöktu mikla athygli en þess ber að geta að stutt var við þá með fréttáflutningi á Vísi.<sup>37</sup>

Hlaðvarp Ríkisútvarpsins (RÚV) á rætur að rekja til árdaga vefsins. RÚV byrjaði að dreifa útvarpsþáttum á vefnum einhverntíma fyrir síðustu aldamót. Meirihluti útvarpsefnis sem RÚV hefur útgáfurétt á er gert aðgengilegt í hlaðvarpinu á vefnum, að undanskildum leikritum og upplestrum. Mikið af efni hlaðvarpsins hefur verið flutt áður í útvarpi. Þættir sem ætlaðir eru til flutnings í útvarpi þurfa að halda sig innan ákveðins tímaramma en hann er ekki eins nauðsynlegur þegar út á vefinn er komið. Þetta hafa dagskrárgerðarmenn nýtt sér og búið til lengri útgáfur af útvarpsþáttum sem aðgengilegar eru í hlaðvarpinu í stað þess að henda út efni sem þeim er annt um. Meðal þátta sem hafa nýtt sér það eru þættirnir *Árið er* og *Rokkland*.<sup>38</sup>

### 1.2.3 Undirbúningur hlaðvarps

Það er auðvelt að setja upptökutækið í gang og byrja að tala. En góður undirbúningur við framleiðslu á hlaðvarpsefni skiptir máli, eins og í öðrum verkefnum. Á netinu eru til fjölmargar leiðbeiningar um það hvernig best sé að undirbúa hlaðvarpsþætti og eru þær flestar nokkuð samhljóða. Hér verður sagt frá því hvað hafa þarf í huga í upphafi. Einnig verður minnst á það í örfáum orðum hvaða tæknimálum þarf að huga að.

Kyle Racki er einn þeirra sem fjallað hafa um undirbúning hlaðvarpsþátta.<sup>39</sup> Hann mælir með því að skilgreina markhópa þáttanna, ákveða uppbyggingu þeirra, s.s. lengd og hversu oft á að gefa þá út. Einnig mælir hann með því að skrifa handrit að þáttunum.

37 Tinni Sveinsson 2016.

38 Ingólfur Bjarni Sigfússon 2016.

39 Racky 2015.

Ekki er nauðsynlegt að skrifa orðréttan texta til að lesa (sumir ráða fólki m.a.s. frá því að gera það), en gott er að setja upp einhverja beinagrind að efni þáttarins og umfjöllunarefni hans. Ekki spillir heldur fyrir að nota tónlist í þættinum, t.d. sem kynningar- og lokastef. Racki nefnir fjögur einkenni á góðum hlaðvarpsþáttum. Þau eru að hans mati eftirfarandi:

- **Raunveruleiki.** Vertu þú sjálf(ur). Það þarf ekki að hafa fullkomna rödd eða vera útvarpsþulur að atvinnu og hlustendum er sama þó að mismæli fylgi með – þau gera þáttinn bara líflegri.
- **Áhugi.** Mikilvægt er að stjórnendur hlaðvarpsþátta hafi áhuga á efninu sem þeir fjalla um.
- **Fókus.** Ekki vaða úr einu yfir í annað. Best er að afmarka umfjöllunarefni hvers þáttar, s.s. með handriti eða einhvers konar efnisgrind, eins og áður var minnst á, og halda sig innan umfjöllunarefnisins.
- **Hlustað á viðmælendur.** Það krefst þjálfunar. Best er að hugsa ekki of mikið um hvað skal segja næst, heldur fylgjast vel með viðmælendum, hlusta á hvað þeir segja, grípa það á lofti og svara því.

Þegar komið er að upptöku virkar hvaða hljóðnemi sem er en gæðin geta þó skipt máli. Við val á hljóðnema fara gæðin yfirleitt samfara verðinu. Ég notaði upptökutæki af gerðinni Zoom H4N og studdist við fyrirfram skrifað handrit að öllum þremur þáttunum sem nú má nálgast á vefnum. Þegar upptökum var lokið klippti ég þættina saman í hljóðvinnsluforritinu *Logic Pro 8*. Upphafs- og lokastef þáttanna heitir *Octagon Pt. 2*, í flutningi hljómsveitarinnar Polyrythmics. Það er fengið af vefnum *Free music archive*, sem dreifir tónlist undir opnu höfundarleyfi (e. *Creative commons*-leyfi).<sup>40</sup>

Þegar hljóðskrá með hlaðvarpsþættinum er tilbúin þarf að dreifa henni á netinu. Til að hún verði aðgengileg í hlaðvarpsveitunni iTunes þarf að hlaða henni upp á netið ásamt RSS-kóða og gefa iTunes aðgang að slóð RSS-streymisins. Ég fór þá leið að stofna vefinn *hlaðvarp.ordabokin.is*. Hann verður eingöngu notaður til að geyma hlaðvarpsþættina. Til að setja hlaðvarpsþætti inn á vefinn nota ég viðbótina *Seriously simple podcasting*.<sup>41</sup> Hún býr sjálfkrafa til RSS-straum fyrir hlaðvarpsþættina. Auk þess

40 Sjá: <http://freemusicarchive.org/>.

41 Sjá: <https://www.seriouslysimplepodcasting.com/>.

er hægt að skrá fleiri upplýsingar um hvern þátt, s.s. efni, lengd og stærð hljóðskrárinnar. Þegar slóðin að RSS-straumnum var tilbúin sendi ég hana til samþykkis hjá iTunes. Þar verður hægt að nálgast hlaðvarpsþættina í áskrift án endurgjalds.

#### 1.2.4 Af hverju hlaðvarp?

Hlaðvarpið er eitt af því sem gefur vefnum *ordabokin.is* sérstöðu meðal annarra svipaðra vefja. Hlaðvarpsþættina ákvað ég að kalla *Málfarslögregluna*. Eins og á vefnum verður óskað eftir uppástungum að efni frá hlustendum og skemmtanagildið verður ofar fræðslugildinu. Umfjöllunarefni þáttanna verður fræðslu- og skemmtiefni um íslenskt mál og málnotkun. Í upphafi verða hlaðvarpsþættirnir stuttir, ekki lengri en tvær til fimm mínútur að lengd og eitt umfjöllunarefni tekið fyrir í einu. Mér vitanlega er ekki til svipað hlaðvarps efni á íslensku. Á hlaðvarpsvef RÚV má nálgast þættina *Tungubrjót*<sup>42</sup> og *Orð af orði*<sup>43</sup>, sem ég hef litið á sem fyrirmyndir. Þeir eru þó ekki framleiddir sem hlaðvarpsþættir, heldur eru þeir upphaflega gerðir fyrir hefðbundið útvarp. Einnig lít ég til erlendra fyrirmynda í þáttunum *Grammar girl*<sup>44</sup> og *Grammar grater*<sup>45</sup>.

Íslendingar hafa kynnst hlaðvarpi og tileinkað sér það á undanförunum árum. Ég hef lengi verið hrifinn af þessum miðli en ekki haft ástæðu til að skapa efni á þessu formi fyrr en með þessu verkefni. Ég tel að rétti tíminn til að stökkva á vagninn og vera með í útgáfunni sé núna, áður en markaðurinn fyllist af íslensku hlaðvarpi.

### 1.3 Samantekt

Hér hefur verið fjallað um undirbúning verkefna á sviði vefmiðlunar og hlaðvarps. Góður undirbúningur skiptir máli í slíkum verkefnum, sem og í öllum öðrum. Mikilvægt er að gera sér grein fyrir því að vefur er ekki það sama og prentefni. Þó að margt sé sameiginlegt með prent- og vefmiðlum er ýmislegt annað ólíkt í framsetningu efnis á vefnum. Ýmsar hefðir hafa orðið til í vefhönnun sem gott er að nýta, eins og kemur fram í kafla 1.1.4, á bls. 7-8. Í upphafi vefverkefna er gott að setja saman

42 Sjá: <http://ruv.is/thaettir/tungubrjotur>.

43 Sjá: <http://ruv.is/thaettir/ord-af-ordi>.

44 Sjá: <http://www.quickanddirtytips.com/grammar-girl>.

45 Sjá: [http://minnesota.publicradio.org/radio/podcasts/grammar\\_grater/](http://minnesota.publicradio.org/radio/podcasts/grammar_grater/).

kröfulýsingu þar sem fram koma upplýsingar um efni og virkni vefsins, árangursmælingar, vefhönnun og prófanir og tækni sem vefurinn þarf að styðja.

Eftir að fjallað hefur verið almennt um miðlunarleiðirnar og undirbúning verkefna á formi þessara miðla er komið að því að fjalla um innihald vefsins, þ.e. orðabókina. Í næsta kafla verður fjallað um orðabókafræði og helstu viðfangsefni hennar og greint frá því hvernig best er að haga undirbúningi orðabókagerðar.

## 2. Orðabókafraedi

Orðabókafraedi (e. *lexicography*) er fraeðigrein innan málfraeði sem faest við samningu og gerð orðabóka. Hér verður fjallað lítillega um þessa fraeðigrein. Taldar verða upp helstu tegundir orðabóka og nokkur hugtök nefnd til sögunnar. Þá verður fjallað um hverju þarf að huga að við samsetningu og smíði orðabóka. Að lokum verður komið inn á stöðu rafrænna orðabóka.

Orðabókafraeðingurinn Bo Svensén fjallar um orðabókafraeði og helstu viðfangsefni hennar í bókinni *A handbook of lexicography* og er umfjöllunin í þessum kafla að langmestum hluta fengin þaðan.<sup>46</sup>

### 2.1 Helstu tegundir orðabóka

Til eru margar tegundir orðabóka. Þær má flokka á ýmsa vegu eftir hlutverki þeirra og markhópum. Einfaldasta skipting orðabóka er niður í **einmála** og **tvímála** orðabækur. Í einmála orðabókum eru orðskýringarnar (**markmálið**) á sama tungumáli og flettiorðin (**viðfangsmálið**). Einmála orðabækur geta ýmist verið á móðurmáli áætlaðs notanda (L1) eða á erlendu máli (L2)<sup>47</sup>. Þær gera ráð fyrir að móðurmálskunnáttu notandans sé að einhverju leyti ábótavant.

Tvímála orðabækur má flokka eftir hlutverki þeirra og eftir markhópi. Í tvímála orðabókum eru flettiorðin á einu tungumáli en orðskýringarnar á öðru. Hvort tungumálið í tvímála orðabók er L1 og hvort L2 fer eftir því hverjum hún er ætluð. Í íslensk-enskri orðabók ætlaðri íslenskum málnotendum væri íslenska L1 en enska L2. Ef orðabókin væri ætluð enskumælandi notendum væri enska L1 en íslenska L2. Tungumálið felur í sér fjóra þætti. Þeir eru lestur, ritun, hlustun og tal. Lestur og hlustun má flokka saman í óvirkan skilning. Tal og ritun má flokka saman í virka málbeitingu. Við lestur hefur notandinn yfirleitt ekki svo mikinn áhuga á stafsetningu, heldur skiptir þýðing orðanna og samhengi þeirra meira máli. Við skrift skiptir stafsetningin meira máli en við lesturinn. Svensén skiptir tvímála orðabókum í fjóra flokka eftir því á hvaða þátt tungumálsins þær leggja mesta áherslu:

---

46 Svensén 2009.

47 L stendur fyrir enska orðið *language*.

1. Skilningsorðabók (til að skilja erlendan texta).
2. Óvirk þýðingarorðabók (til að þýða erlendan texta yfir á móðurmálið).
3. Málbeitingarorðabók (til að skapa texta á erlenda málinu).
4. Virk þýðingarorðabók (til að þýða texta á móðurmáli yfir á erlenda málið).

Tvímála orðabók þar sem markmálið er móðurmál notandans (L1) þarf að gefa meiri upplýsingar um flettiorðið og notkun þess heldur en orðskýringuna. Dæmi um slíka orðabók er ensk–íslensk orðabók ætluð Íslendingum. Ef erlenda málið (L2) er markmálið þurfa að koma fram ítarlegri upplýsingar í orðskýringunni en í flettiorðinu. Slík orðabók væri til dæmis íslensk–ensk orðabók ætluð íslenskum málnotendum.<sup>48</sup>

Tvímála orðabækur geta svo verið **einstefnu-** eða **tvístefnuorðabækur**. Í einstefnuorðabókum er móðurmál notandans þýtt yfir á erlenda málið. Í tvístefnuorðabókum er móðurmál notandans þýtt yfir á erlenda málið og öfugt (t.d. Íslensk – ensk, ensk – íslensk orðabók).

## 2.2 Undirbúningur orðabókaverkefna

Höfundar sem fást við samsetningu orðabóka (e. *lexicographers*) þurfa að taka margar ákvarðanir um það hvers konar orðabók á að setja saman. Líkja má samsetningu orðabóka við húsbyggingu. Hún hefst ekki á því að fara út í búð að kaupa byggingarefni. Vinnan krefst undirbúnings. Ákveða þarf til hvers á að nota húsið, ákveða staðsetningu og teikna það. Á sama hátt hefst samsetning orðabókar ekki á því að skilgreina orð. Áður en sú vinna hefst þarf að skipuleggja vinnuna vel.

Svensén fjallar um ýmis atriði sem hafa þarf í huga við samningu og samsetningu orðabóka. Áður en smíði og samsetning hefst þarf að skilgreina markhóp orðabókarinnar og reyna að ímynda sér hvaða þarfir hópurinn hefur. Meðal annarra atriða sem þarf að ákveða er hversu ítarlegar málfræðiupplýsingar eiga að koma fram. Orðabækur sem ætlaðar eru nemendum og fræðimönnum í tilteknu tungumáli þurfa t.d. að innihalda ítarlegri málfræðiupplýsingar en orðabækur fyrir ferðamenn. Orðabækur ætlaðar byrjendum í tungumálinu eru annars eðlis en þær sem ætlaðar eru lengra komnum nemendum. Ákveða þarf hversu stór og yfirgripsmikil orðabókin á að vera. Á hún að vera í vasabroti eða á þetta að vera handbók, geymd uppi í bókahillu? Á hún að

<sup>48</sup> Svensén 2009: 14-15.



vera einmála eða tvímála? Ef hún er tvímála, á hún þá að vera einstefnu- eða tvístefnuorðabók? Einnig er gott að spyrja hversu mikið notendur vilja borga fyrir orðabókina og hversu lengi þeir eru tilbúnir að bíða eftir útgáfunni áður en þeir kaupa aðra orðabók sem er nú þegar útgefin, þótt hún sé kannski verri.

Þegar þessar ákvarðanir hafa verið teknar er hægt að huga að öflun efnis. Þá tekur e.t.v. mikilvægasta ákvörðunin við: hvaða orð eiga að vera í orðabókinni og hver eiga ekki að vera í henni. Svensén nefnir að ekki sé gott að orðabókahöfundar miði orðavalið eingöngu út frá sínum eigin orðaforða. Hann varar einnig við notkun **draugaorða**, þ.e. orða sem eru bara til í orðabókinni en eru lítið sem ekkert notuð í daglegu tali. Orðin verða að vera til í áreiðanlegum heimildum, bæði skrifuðum og töluðum. Þá er ekki nóg að þau hafi bara verið notuð einu sinni, heldur verða að vera til nógu mörg dæmi til að hægt sé að segja að orðið sé í almennri notkun.<sup>49</sup>

Um val á orðum í orðabækur hefur einnig verið fjallað í tengslum við *Íslenska orðabók*.<sup>50</sup> Guðrún Kvaran hefur t.d. þá skoðun að í orðabók ætlaðri almenningi á borð við *Íslenska orðabók* eigi að taka daglegan orðaforða fram yfir sjaldgæfari orð og samsetningar sem eru skiljanlegar án orðabóka. Hún telur að mannanöfn eigi ekki heima í almennri orðabók. Þá telur hún að ekki ætti að sjást mikið af sérfræðiheimum, s.s. orð yfir sjaldgæfar plöntur og dýr – þau ættu fremur heima í handbókum um slíkt efni.<sup>51</sup> Laufey Leifsdóttir tekur í sama streng en bendir á að stundum sé erfitt að meta vægi sjaldgæfra orða. Nefna má að í verkum Halldórs Laxness koma fyrir ýmis sjaldgæf orð, sem vel mætti færa rök fyrir að ættu heima í *Íslenskri orðabók*.<sup>52</sup> Þumalfingursreglan við endurskoðun og endurútgáfu *Íslenskrar orðabókar* árið 2002 var sú að ef hægt væri að rekast á orðið skýringarlaust í kennsluefni á framhaldsskólastigi eða í fréttum ætti það heima í orðabókinni.<sup>53</sup>

Þegar búið er að velja hvaða orð eiga að vera í orðabókinni þarf að ákveða í hvaða röð skýringarnar eiga að vera, þ.e. ef orð geta haft fleiri en eina merkingu. Laufey

49 Svensén 2009:60-61.

50 Hér er átt við *Íslenska orðabók handa skólum og almenningi*, sem kom fyrst út árið 1963. Önnur útgáfa, aukin og endurbætt, kom út árið 1983. Þriðja útgáfan, *Íslensk orðabók*, (enn aukin og endurbætt) kom út á tölvutæku formi árið 2000, í tveimur prentuðum bindum árið 2002 og í einu bindi árið 2007 með nokkrum viðbótum og lagfæringum. (Sjá Guðrún Kvaran 1998 og Laufey Leifsdóttir 2008).

51 Guðrún Kvaran 1998:14-15.

52 Laufey Leifsdóttir 2008:50.

53 Laufey Leifsdóttir 2008:56.

Leifsdóttir nefnir tvær aðferðir við röðun skýringa á nafnorðum: **sögulega** og **samtímalega**.

Sögulega aðferðin gengur út á að fyrsta skýring nafnorðs sé einhvers konar „grunnmerking“. Þannig getur fyrsta merking orðsins *borð* t.d. verið „fjöl, plægður viður, borðviður, smíðaeefni“ og aðrar merkingar fylgt á eftir. Með samtímalegu aðferðinni er algengasta skýringin höfð fremst. Með þeirri aðferð verður fyrsta skýring orðsins *borð* „plata á fótum (fæti) til að vinna, snæða, sitja við“.

Frá upphafi vinnu við *Íslenska orðabók* var báðum þessum aðferðum fylgt, þannig að ekkert sérstakt samræmi er í röð orðskýringanna.<sup>54</sup>

## 2.3 Rafrænar orðabækur

Svensén skiptir rafrænum orðabókum í tvo flokka. Í fyrri flokknum eru orðabækur sem ætlaðar eru mennskum notendum. Í þeim seinni eru orðasöfn sem gerð eru fyrir tölvuforrit til að vinna áfram með, s.s. við máltækni verkefni og við vélrænar þýðingar (t.d. Google translate). Í umfjöllun sinni leggur Svensén áherslu á fyrri flokkinn.

Rafrænar orðabækur til almennrar notkunar krefjast ýmist nettengingar eða ekki. Þær sem krefjast ekki nettengingar eru geymdar í tölvu eða tæki notandans eða á öðrum geymslumiðli, s.s. geisla-/DVD-diski, eða minniskorti. Þessa tegund rafrænna orðabóka má líta á sem fullbúna vöru, rétt eins og prentaðar orðabækur. En rafræn orðabók á vefnum, sem krefst nettengingar, er í rauninni aldrei fullkláruð, því stöðugt má bæta við hana efni, leiðrétt og stækka.<sup>55</sup>

Margar rafrænar orðabækur sem nú eru til, e.t.v. stærstur hluti þeirra, voru ekki hugsaðar fyrir rafræna útgáfu í upphafi, heldur eru þær prentaðar bækur sem hafa verið færðar yfir á rafrænt form.<sup>56</sup>

Rafrænar orðabækur hafa fjölmarga kosti fram yfir prentaðar orðabækur. Sá fyrsti er e.t.v. plássíð. Öfugt við prentaðar orðabækur hafa rafrænar orðabækur næstum því ótakmarkað pláss. Flestir eru á þeirri skoðun að rafrænar orðabækur eigi að nýta sér plássíð. Til dæmis má fækka sérstökum táknum og skammstöfunum í orðskýringum.

54 Laufey Leifsdóttir 2008:53.

55 Svensén 2009:438.

56 Fuertes-Olivera og Bergenholtz 2011:1.

Svensén mælir með því að leyfa algengum skammstöfunum sem notendur þekkja úr venjulegu ritmáli að halda sér en sleppa því að skammstafa málfræðihugtök og önnur sérhæfð orð.

Þó að leyfilegt sé að nýta plássið í rafrænum orðabókum þarf að hafa í huga að plássið á tölvuskjánum er takmarkað. Rafrænar orðabækur á vefnum geta ekki innihaldið allt þó að plássið sé til staðar. Notendur verða þreyttir á að lesa of mikinn texta af tölvuskjá. Textinn má því ekki verða of langur. Ákveða þarf hvaða skýringar eiga að birtast og hverjar ekki.<sup>57</sup> Hér má einnig hafa í huga lestrarvenjur notenda á vefnum og F-mynstrið, sem áður hefur verið fjallað um (í kafla 1.1.6, bls. 10-11). Þessi hugmynd sver sig líka í ætt við „Above the fold“-hugmyndina, sem sótt er til dagblaðambrots. „The fold“, eða „brotið“ er ímynduð lárétt lína á miðri forsíðu dagblaðsins. Þegar blöðum var stillt upp til sölu í blaðarekkum utandyra þurfti mikilvægasta efnið að vera ofan brotsins, þ.e. á efri hluta forsíðunnar, til að vekja athygli væntanlegra lesenda. Þessi hugmynd hefur verið heimfærð upp á vefhönnun. Efni ofan brotsins er það sem sést á skjánum án þess að skrúna niður síðuna. Mikilvægasta efni hvernar síðu verður að vera ofan brotsins til að vekja athygli notandans.<sup>58</sup>

Annar munur á rafrænum orðabókum og prentuðum er uppsetningin. Í rafrænum orðabókum þarf ekki að raða orðunum í stafrófsröð, þó að víða sé ennþá boðið upp á það. Leitin er hraðvirkari en í prentuðum orðabókum. Notendur eiga ekki að þurfa að vita hvernig orð eru rétt stafsett því hægt er að bjóða upp á fjölmarga leitarmöguleika, s.s. algildisleit,<sup>59</sup> sjálfkrafa uppástungur að orðum og ýmislegt fleira.<sup>60</sup>

Þriðji kosturinn við rafrænar orðabækur er tenglar. Hægt er að tengja orð saman innan orðabókarinnar en einnig yfir á utanaðkomandi efni, eins og netnotendur kannast við. Tenglarnir geta þá komið í stað millivísana í prentuðum orðabókum. Með tenglum má einnig bjóða upp á fjölbreyttara efni en skrifaðan texta, s.s. myndir, myndbönd, hreyfimyndir eða hljóð. Svensén bendir á að þótt möguleikinn á tenglum sé til staðar

---

57 Kristín Bjarnadóttir 2001:8-11.

58 Miller 2014:5.

59 Þýðing á enska hugtakinu *Wildcard*. Með algildisleit er hægt að nota tákni í stað bókstafa. Algengt er að \* (stjarna) tákni óákveðinn fjölda stafa í röð en ? (spurningarmerki) tákni einn ákveðinn staf. (Marklogic.com 2016).

60 Svensén 2009:441-442.

megi ekki ofnota hann. Ofnotkun gæti ruglað notendur og leitt til of mikils upplýsingamagns. Þó að möguleikinn sé til staðar þýðir það ekki að það verði að nota hann. Skoða verður hvenær viðeigandi er að nota þessa tengla og aðra möguleika með tilliti til þess hvers eðlis rafræna orðabókin er.<sup>61</sup>

### 2.3.1 Orðabókin á netinu

Þegar litið er til orðabóka á vefnum eru einmála orðabækur fleiri en tvímála orðabækur. Þá eru orðabækur yfir sérfræðihugtök algengari en orðabækur til almennra nota. Hægt er að skipta veforðabókum í fjóra flokka:

1. Almennar orðabækur undir höfundarrétti, aðgengilegar gegn áskriftargjaldi.
2. Almennar orðabækur án höfundarréttar, aðgengilegar án áskriftargjalds.
3. Orðabækur sem settar hafa verið saman undir sérstakri ritstjórn. Þær eru yfirleitt aðgengilegar án endurgjalds.
4. Orðabækur og -söfn sett saman af fyrirtækjum, stofnunum og einstaklingum.

Flestar veforðabækur falla undir síðasta flokkinn. Orðabækur í þeim flokki ná yfirleitt yfir afmarkað svið og eru misjafnar að gæðum. Þær eru oft settar saman af fólki sem hefur sérfræðipekkingu á tilteknu sviði en hefur yfirleitt ekki reynslu af orðabókafræði. Í versta falli eru höfundarnir áhugamenn í hvoru tveggja. Þó geta þær komið að gagni ef þær eru notaðar með gagnrýnu hugarfari, sama hversu ófullkomnar þær eru, til dæmis fyrir fræðisvið þar sem sérfræðihugtök þróast og breytast hratt.<sup>62</sup>

Eitt af séreinkennum veforðabóka er það hversu auðvelt og fljótlegt er fyrir notendur að hafa áhrif á innihald þeirra. Til dæmis geta vefstjórar fylgst með hvaða orðum er oftast leitað að og hvaða leit ber engan árangur. Þá er auðvelt að leyfa notendum að senda spurningar og athugasemdir til útgefanda eða ritstjórnar orðabókarinnar.

Tilkoma orðabóka á netið hefur haft í för með sér ýmsar breytingar á því sem áður þekktist við samsetningu orðabóka. Ein breytingin er sú að nú eru flestar orðabækur gefnar út undir opnu höfundarleyfi (e. *open source*). Einnig hafa mörk á milli höfunda og notenda minnkað. Nú taka notendur sífellt meiri þátt í að semja orðabækurnar og

---

61 Svensén 2009:446.

62 Svensén 2009:448-449.

hafa meiri áhrif á efni þeirra. Venjulegir orðabókahöfundar og ritstjórar eru ekki lengur þeir einu sem sjá um slíka vinnu. Svensén nefnir að ýmsir orðabókafræðingar efast um slík samstarfsverkefni. Hver sem er getur lagt til hvaða efni sem er og engin leið er að stjórna því hversu áreiðanleg framlögin eru. Sumir líta m.a.s. á slík samvinnuverkefni sem ógn við hefðbundna orðabókagerð og óttast að notendur missi smám saman trú á venjulegum orðabókum. Engu að síður geta orðabækur samdar af notendum verið gagnlegar í ákveðnu samhengi, til dæmis þegar notendur tungumálsins eru fáir eða þegar orðaforðinn er sérhæfður.<sup>63</sup>

## 2.4 Samantekt

Orðabókafræði (e. *lexicography*) er fræðigrein sem fæst við samsetningu orðabóka. Til eru fjölmargar tegundir orðabóka. Höfundar orðabóka þurfa að taka margvíslegar ákvarðanir áður en hafist er handa við orðasöfnun. Skilgreina þarf markhópinn og reyna að ímynda sér hvaða þarfir hann hefur, ákveða þarf hvort orðabókin á að vera einmála eða tvímála, hvort hún er ætluð notendum markmálsins eða viðfangsmálsins, og hvort hún á að vera einstefnu- eða tvístefnuorðabók.

Í þessum kafla hefur verið gefin innsýn í orðabókafræði og sagt frá helstu ákvörðunum sem þarf að taka við samsetningu orðabóka. Að auki hefur verið fjallað um einkenni og stöðu rafrænna orðabóka. Í næsta kafla verður fjallað um undirbúning vefsins *ordabokin.is*, allt frá upphafi og þar til framkvæmdir við hann hófust.

---

63 Svensén 2009:449-450.

## 3. Undirbúningurinn

Undirbúningur fyrir verkefni af þessu tagi, eins og öll önnur, er afar mikilvægur. Þegar nýr vefur er settur upp er mest freistandi að byrja strax á því að henda upp einhverjum vef, setja eitthvert efni inn á hann en skipuleggja það svo síðar. Þá sést strax einhver árangur af vinnunni. En það er ekki rétta aðferðin. Í þessum kafla verður sagt frá því hvernig verkefnið var undirbúið áður en vefurinn varð tilbúinn. Sagt verður frá því í hverju undirbúningurinn fólst, allt frá upphafi þar til framkvæmdavinnan hófst.

### 3.1 Verkátun

Í upphafi verkefnisins setti ég upp verkátun með grófu yfirliti yfir verkþætti sem þurfti að vinna og hvenær ég áætlaði að vinna þá. Áætlunin náði frá september 2016 til janúar 2017, þ.e. frá því að vinna við verkefnið hófst þar til því var skilað sem lokaverkefni. Áætlunin hélst nokkurn veginn – tímalína hennar sést hér fyrir neðan.

Verkþáttur	Sept. 2016	Okt. 2016	Nóv. 2016	Des. 2016	Jan. 2017
Setja saman grunn að efni					
Búa til og senda út netkönnun					
Skrifa greinargerð					
Setja upp veftré					
Teikna skissur (Wireframe)					
Skrifa a.m.k. 50 orðskýringar					
Setja upp vef					
Prófanir og fínstillingar á virkni vefsins					
Skrifa handrit að og taka upp hlaðvarpsþætti					
Notendaprófanir á frumútgáfu vefsins					

### 3.2 Skilgreining á markhópum

Í upphafi verkefnisins þurfti að skilgreina markhópa vefsins til að vera með það á hreinu hverjum hann væri ætlaður og hvernig efnistökin á honum ættu að vera.

Íslensk orðabók á vefnum er fyrirbæri sem gæti í raun gagnast öllum sem þurfa að tjá sig í ræðu og riti á íslensku. Því hefði verið auðvelt að segja að markhópurinn væri

allir Íslendingar. En það er of stór hópur og erfitt er að koma til móts við þarfir allra Íslendinga. Hugmyndin þróaðist því út í þá átt að setja upp vef sem væri fyrst og fremst ætlaður almenningi en ekki fræðimönnum, þ.e. málfræðingum eða orðabókafræðingum. Skemmtanagildið yrði ofar fræðigildinu.

Íslenskir málnotendur, að undanskildum fræðimönnum á sviðinu, eru samt enn of stór markhópur. Þess vegna var nauðsynlegt að þrengja hópinn enn frekar. Ég ákvað því að einblína á tvo hópa:

- Nemendur
  - í framhaldsskólum
  - í efstu bekkjum grunnskóla
- Áhugamenn um orðanotkun og nýyrðasmíði, á hvaða aldri sem er.

Þarna var markhópurinn orðinn nægilega skýr og hægt að miða vinnuna við þennan hóp.

### 3.3 Netkönnun

Áður en vefurinn var settur upp var send út stutt netkönnun. Netkannanir eru góð leið til að kanna væntingar stórs hóps notenda til nýs vefs.<sup>64</sup> Þær koma þó ekki alveg í stað notendaprófana, þar sem þær gefa ekki alltaf fullkomin svör.<sup>65</sup> En þær eru góð viðbót við notendaprófanirnar. Mælt er með því að stilla netkönnunum í hóf og hafa þær stuttar og einfaldar.<sup>66</sup> Tilgangur könnunarinnar var að kanna hug notenda til svipaðra vefja, þ.e. til annarra íslenskra veforðabóka, og athuga hvaða væntingar menn hefðu til þeirra. Eyðublaðþjónusta Google var notuð til að leggja könnunina fram. Könnunin var opin frá 23. september til 17. október 2016, að báðum dögum meðtöldum. Miðað var við að ekki tæki lengri tíma en tvær til fimm mínútur að svara henni. Í viðauka aftast í greinargerðinni má sjá spurningarnar sem lagðar voru fyrir þátttakendur.

Byrjað var á því að leita til nokkurra framhaldsskóla til þátttöku, þar sem einn af skilgreindum markhópum vefsins eru framhaldsskólanemendur. Stjórnendur skólanna sem náðist í brugðust flestir vel við beiðninni. Einnig var könnuninni dreift á Facebook

---

64 Sigurjón Ólafsson 2015:48.

65 Usability.gov.

66 Boag 2010:227.

og þannig náðist handahófskennt úrval af þátttakendum á öllum aldri. Alls urðu svörin í könnuninni 192.

Svörin voru höfð til hliðsjónar við samsetningu kröfulýsingar. Mikill meirihluti þátttakenda, eða um 82%, sagðist hafa notað rafrænar orðabækur. Því má gera ráð fyrir að flestir þátttakendur þekki veforðabækur og hafi einhverja skoðun á uppbyggingu þeirra og innihaldi. Auk krossa- og valspurninga voru lagðar þrjár opnar spurningar fyrir þátttakendur. Þær voru eftirfarandi:

- Hvaða kosti finnst þér íslensk orðabók á netinu þurfa að hafa?
- Hverjir finnst þér helstu kostir orðabókarinnar / -bókanna sem þú hefur notað?
- Hverjir finnst þér helstu gallar orðabókarinnar / -bókanna sem þú hefur notað?

Samtals 140 þátttakendur svöruðu einni eða fleirum af þessum spurningum. Gott aðgengi að veforðabókum var þessum þátttakendum ofarlega í huga. Einnig vakti það athygli að um fjórðungur þeirra sem svöruðu spurningunum taldi mikilvægt að hafa aðganginn ókeypis, ýmist að hluta til eða alveg, og nefndu mismunandi ástæður fyrir því. Stór hluti þeirra sem ekki sögðust hafa notað rafrænar orðabækur nefndi áskriftargjaldið eða verðið sem ástæðu fyrir því.

Þá skipti þátttakendur máli að orðabókin væri þægileg og einföld í notkun, hún væri hraðvirk og leitarmöguleikinn virkaði vel. Sé litið til efnis á veforðabókum er mikilvægast að orðaforði sé nægur og skýringar við orðin séu góðar og ítarlegar.

### 3.4 Samanburðarmat

Í upphafi verkefnisins voru fimm veforðabækur skilgreindar sem fyrirmyndir og samkeppnisvefir, sem hafðir voru með í samanburðarmati. Þessar orðabækur eru:

- Íslenska.org (<http://islenska.org/>).
- Íslenska Wiki-orðabókin (<https://is.wiktionary.org/>).
- Orðabók.is (<http://www.ordabok.is/>).
- Slangurorðabók Snöru (<http://slangur.snara.is/>).
- Snara (<https://snara.is/>).

Hér skal einnig minnst á vefinn *Málið.is*. Hann er í eigu og umsjón Stofnunar Árna Magnússonar í íslenskum fræðum. Á honum er hægt að fletta upp í sjö íslenskum



orðasöfnum. Vefurinn var opnaður á degi íslenskrar tungu (16. nóvember) 2016. Þá var vinnu við samanburðarmatið lokið og undirbúningsvinnan of langt á veg komin til að hægt yrði hafa vefinn með í þessu mati.

Að lokum skulu hér nefndar nokkrar erlendar veforðabækur. Þetta eru vefirnir Urbandictionary<sup>67</sup>, Dictionary.com, The free dictionary<sup>68</sup> og Ordnet.dk. Á þeim eru ýmis atriði sem ég tók til fyrirmyndar en vegna þess að vefurinn er íslensk orðabók er sjónum fyrst og fremst beint að íslenskum fyrirmyndum.

Samanburðarmatið var unnið út frá aðferð Leah Buley.<sup>69</sup> Tilgangur þess er að skoða hvað vel er gert á áðurnefndum vefjum, hverju notendur hafa vanist við notkun þeirra og úr hverju mætti bæta. Þannig má fá hugmyndir um hvað veforðabók þarf til að hún virki vel fyrir notendur. Áður en slíkt mat hefst er gott að spyrja sig að því hvaða væntingar notendur gera til vörunnar (í þessu tilviki til vefsins). Hugmyndin með matinu er sú að vænting notenda til nýrra hluta sé byggð á eldri hlutum sem þeir nota í sínu daglega lífi. Þættir sem sérstaklega voru teknir til skoðunar á áðurnefndum vefjum voru:

- Hönnun
- Innihald
- Virkni
- Leit
- Styrkleikar
- Veikleikar

Hér á eftir verður fjallað um hvern þessara áðurnefndra vefja. Skoðað verður hvað vel er gert á þeim og hvað betur mætti frara út frá áðurnefndum atriðum.

### 3.4.1 Íslenska.org

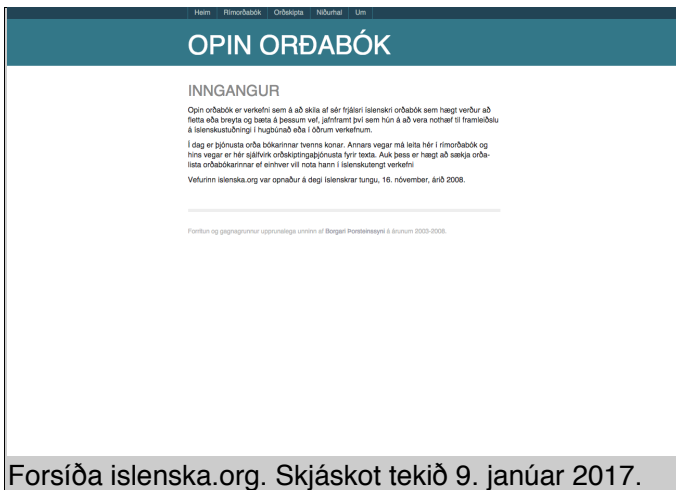
Hönnun vefsins er einföld og þægileg. Enginn leitargluggi er á forsíðu vefsins, hann birtist ekki fyrr en lengra er komið. Leiðakerfi nær þvert yfir skjáinn. Vefurinn er ekki skalanlegur.

---

67 Sjá: <http://www.urbandictionary.com/>.

68 Sjá: <http://www.thefreedictionary.com/>.

69 Buley 2013:140.

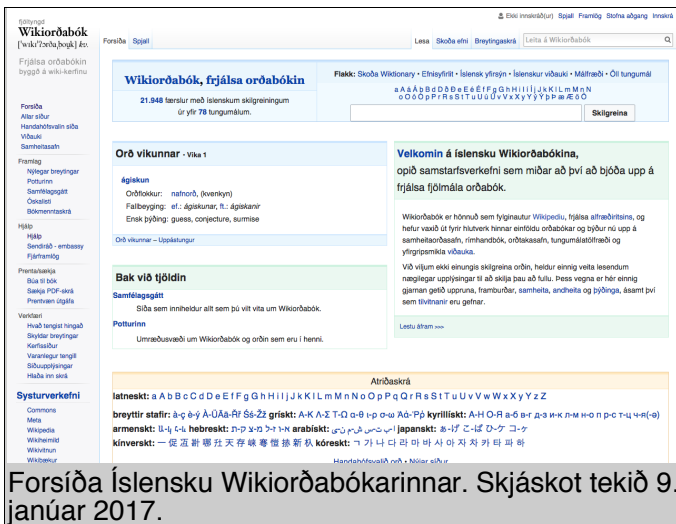


Vefurinn inniheldur íslenska rímorðabók og orðskiptibók, hvora á sinni síðu. Einnig er hægt að hlaða orðskiptilýsingunni niður sem einfaldri textaskrá. Leit á vefnum er einföld, hægt er að leita að hvaða orði sem er og vefurinn stingur upp á rímorði eða orðskiptingum. Leitargluggarnir gera ekki greinarmun á venjulegum

orðum og bullorðum eða tilviljanakenndum stafarunum.

Helsti veikleiki vefsins er sá að hann virðist ekki hafa verið uppfærður síðan 2008, sem er hálfgerð synd, því hugmyndin á bak við hann lofar svo góðu.

### 3.4.2 Íslenska Wikiorðabókin



Orðabókin byggir á sömu hugmynd og alfræðiritið *Wikipedia*<sup>70</sup>, þ.e. að allir með aðgang að nettengingu geti unnið saman að því að búa til orðabók.<sup>71</sup> Vefurinn lítur út eins og hefðbundin síða á Wikipediu og virkni þessara tveggja vefja er eins. Forsíðan er nokkuð efnismikil. Leiðakerfi birtist í lóðréttum dálki vinstra

megin á forsíðunni. Vefurinn er ekki skalanlegur en til er sérútgáfa með sömu virkni og innihaldi fyrir snjalltæki. Á vefnum er íslensk orðabók, sem samin er af notendum. Stundum fylgja beygingarlýsingar, myndir og þýðingar yfir á önnur tungumál.

Leitargluggi í tölvuútgáfunni er efst í hægra horni. Í snjallsímaútgáfunni nær hann

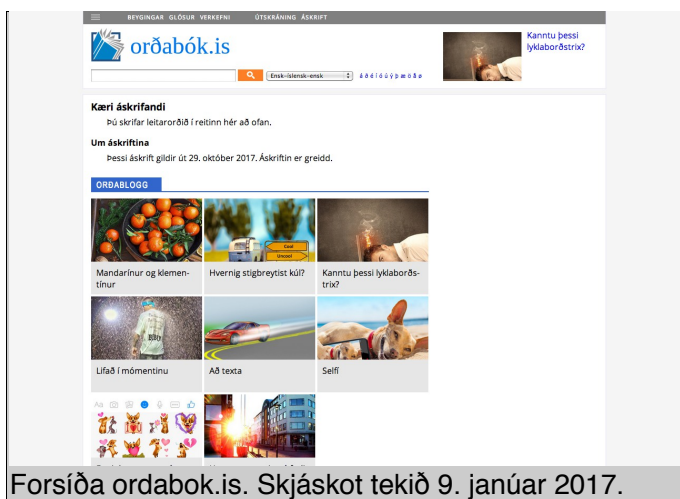
70 Sjá: <https://www.wikipedia.org/>.

71 Wikipedia 2015.

Þvert yfir skjáinn. Leitinn er ekki ritstýrð og ekki er tekið tillit til rangrar stafsetningar. Ef notandi slær inn rangt stafsett orð eða annað orð sem ekki er til í orðabókinni er honum strax vísað á síðu sem býður upp á að bæta því við. Notendur verða að skrá sig inn undir notandanafni til að geta bætt og breytt orðabókinni.

Helstu styrkleikar orðabókarinnar en jafnframt helstu veikleikar hennar, eru þeir að hún er samin af notendum. Ritstjórar fara ekki yfir efnið áður en það birtist en geta þó gripið inn í síðar ef þess þarf. Þess vegna er alltaf hættá á því að rangar upplýsingar slædist með. Hættá á skemmdarverkum er einnig til staðar. Kosturinn er sá að ef notendur rekast á rangar upplýsingar geta þeir sjálfir leiðrétt þær – breytingarnar birtast strax. Vefurinn er gefinn út undir opnu höfundarleyfi og hver sem er má afrita og breyta textanum.

### 3.4.3 Orðabók.is



Vefurinn skiptist í þrjár orðabækur: Íslenska–enska–íslenska, Íslenska–danska–íslenska og stafsetningarorðabók. Að auki má finna beygingarmyndir íslenskra orða. Uppsetning vefsins er einföld og hefðbundin. Vefurinn er skalanlegur og kemur vel út í snjallsíma.

Til að fá nánari upplýsingar um uppflöttið geta notendur smelt á tengla yfir á utanaðkomandi vefi, þ.e. *Orðabanka Íslenskrar málstöðvar* og *Hugtakasafn Þýðingamiðstöðvar utanríkisráðuneytisins*. Vefurinn er undir valdi ritstjóra. Auk orðabókarinnar má finna *Orðabloggið*; fróðleik um íslenska málnotkun. Þá má einnig kaupa leiðréttingarforrit sem hleðst niður í tölvu notanda. Notendur geta vistað orð með því að glósa þau og tekið miserfið stafsetningarpróf á ensku.

Helstu styrkleikar vefsins eru að hann býður upp á forskoðun og prófun áður en notendur ákveða hvort þeir vilja gerast áskrifendur. Áskrift er ókeypis fyrir notendur 20

ára og yngri. Vefurinn nýtir sér möguleika á fjölbreyttari miðlunarleiðum með hljóddæmum. Efni hans er ekki komið úr orðabók á prentformi, heldur hefur það alla tíð verið stafrænt. Helsti veikleiki vefsins er sá að yfirleitt innihalda orðskýringarnar fremur takmarkaðar upplýsingar. Það sama má segja um beygingarlýsingar íslenskra orða. Vefurinn er þó góður til síns brúks ef aðeins þarf að vita hvað viðkomandi orð þýðir.

Leitin á vefnum er ekki ritstýrð en stungið er upp á niðurstöðum ef leitarorð eru rangt stafsett eða ef þau finnast ekki í orðasafninu. Þá er notendum boðið upp á að senda tillögu að nýju orði. Einnig er hægt að leita að orðum í öllum beygingarmyndum.

### 3.4.4 Slangurorðabók Snöru

Forsíða Slangurorðabókar Snöru. Skjáskot tekið 9. janúar 2017.

Vefurinn er ekki skalanlegur – hann kemur best út ef hann er skoðaður á tölvuskjá. Uppsetningin minnir dálítið á bloggsíðu og gefur til kynna að vefurinn eigi að vera léttur og skemmtilegur. Myndir taka á mótí notandanum á forsíðunni. Vefurinn inniheldur slangurorðabók sem notendur hafa sett saman. Orðabókin er ekki

byggð á prentuðu efni.

Leitargluggi er efst á vefnum, u.þ.b. fyrir miðju. Einnig er hægt að leita að orðum eftir stafrófsröð. Tíu nýjustu orðin birtast á lista vinstra megin á forsíðunni. Fyrir ofan leitargluggann er notendum boðið að smella á séríslenska stafi með músinni. Leitin er ekki ritstýrð, ekki er tekið tillit til rangrar stafsetningar og ekki er boðið upp á algildisleit.

Styrkleikar vefsins eru þeir að notendur ráða efninu að mestu leyti. Hann er þó undir valdi ritstjóra. Hægt er að flokka orð eftir efnisflokkum. Auðvelt er að senda inn tillögur að breytingum og nýju efni. Hugleiðingar notenda birtast strax.

Helstu veikleikar vefsins eru þeir að hann er ekki skalanlegur og erfitt er að skoða hann í snjallsímum. Hann virðist ekki vera uppfærður nema nokkrum sinnum á ári – svo

er a.m.k. um forsíðuna. Athugasemdir sem birtast strax bjóða upp á rifrildi og leiðindi meðal notenda.<sup>72</sup>

### 3.4.5 Snara.is



Leitarglugginn á vefnum er áberandi efst á forsíðunni. Uppsetningin er óhefðbundin – merki vefsins er t.d. ekki efst í vinstra horni, heldur undir leitarglugganum og nær yfir mestallan skjáinn. Vefurinn er skalanlegur og virkar vel fyrir snjallsíma. Stungið er upp á leitarorðum um leið og orð er slegið inn. Leitarglugginn tekur

að hluta tillit til rangrar stafsetningar. Stungið er upp á leitarorðum ef stafsetning er röng. Mögulegt er að nota algildisleit.

Af íslenskum veforðabókum býður snara.is líklega upp á mesta úrvalið. Sé litið til svara við áðurnefndri netkönnun (sjá kafla 3.3, bls. 28-29) er Snara einnig mest notaða íslenska veforðabókin. Alls sögðust 82,4% svarenda hafa notað hana. Á vefnum eru 34 orðasöfn á átta tungumálum auk tveggja matreiðslubóka. Efnið er sótt úr bókum sem áður hafa verið gefnar út á prenti. Notendum er ekki boðið að gera breytingar, heldur er efnið allt samið af sérfræðingum í samsetningu orðabóka.

Áherslan er lögð á leitargluggann á forsíðunni og er notendum strax beint þangað. Ekki er boðið upp á að leita í orðalistum fyrr en byrjað er að slá leitarorðið inn. Áður en að því kemur er hægt að velja í hvaða orðasafni á að leita. Það er einnig hægt eftir að leit er hafin – þannig má þrengja leitina ef niðurstöður eru of margar.

Styrkleiki vefsins er fjöldi orðasafnanna sem hægt er að fletta upp í. Vefurinn byggir á áður útgefnu efni á prentformi sem unnið er af sérfræðingum í orðabókagerð og þess vegna má treysta því nokkuð vel að upplýsingar á honum séu réttar.

Veikleikar vefsins eru að efni hans ber augljós merki þess að vera komið úr

<sup>72</sup> Hér má t.d. benda á athugasemdir við orðið *Hugari*. Sjá: <http://slangur.snara.is/?p=1980>.

prentformi, til dæmis má rekast á stytt orð og skammstafanir sem eru ekki eins nauðsynlegar þegar út á vefinn er komið.<sup>73</sup> Hann nýtir sér vefformið og möguleika þess ekki nógu vel. Leitarniðurstöður geta orðið langar og erfitt að komast í gegnum þær, sérstaklega ef leitað er að algengum orðum.

## 3.5 Kröfulýsing

Kröfulýsingin segir frá því hvaða virkni þarf að vera til staðar á vefnum að mínu mati og hvaða þarfir hann þarf að uppfylla. Við gerð kröfulýsingarinnar tók ég tillit til þess hvað vel er gert á öðrum veforðabókum og hvað ég vil forðast þaðan, eftir að hafa unnið samanburðarmatið. Hér er einnig tekið mið af svörum við spurningum í netkönnuninni, sérstaklega við opnu spurningunum, sem áður hefur verið fjallað um. (Sjá bls. 29). Þegar þessi atriði höfðu verið tekin til skoðunar varð til eftirfarandi listi:

### 3.5.1 Útlit

- Útlit vefsins þarf að vera einfalt. Hann þarf að vera skalanlegur og virka jafn vel hvort sem hann er notaður í tölvum eða í snjalltækjum. Prófa þarf virkni hans með algengustu vöfrum og stýrikerfum, bæði í snjalltækjum og á tölvuskjám.
- Leitargluggi þarf að vera áberandi ofarlega á forsíðunni (þ.e. *above the fold*).

### 3.5.2 Virkni

- Aðgangur að vefnum verður að vera ókeypis og opinn öllum sem vilja nota hann.
- Vefurinn verður að vera undir valdi ritstjóra til að minnka hættu á röngum upplýsingum eða skemmdarverkum á efni.
- Innsending efnis þarf að vera auðveld og aðgengileg fyrir notendur. Ég vil þó ekki bjóða upp á óritskoðaðar athugasemdir sem birtast strax, þar sem það getur boðið upp á leiðindi og rifrildi meðal notenda.<sup>74</sup>
- Nauðsynlegt er að á vefnum sé leitarvél sem virkar. Bjóða þarf upp á leit að

---

<sup>73</sup> Til dæmis má finna stytta orðið „framkvæmd“ við leit að enska orðinu „Transaction“.

<sup>74</sup> Sbr. virkni á Slanguorðabók Snöru, sem áður hefur verið fjallað um. (Sjá kafla 3.4.4, bls. 33-34).

öllum beygingarmyndum tiltekens orðs. Leitarglugginn þarf að birta sjálfkrafa uppástungur þegar orð eru slegin inn í hann. Skoða þarf möguleika á því að geta slegið inn séríslenska stafi með músinni, eins og hægt er að gera á slangurorðabók Snöru. (Sjá skjáskot á bls. 33).

- Höfundarleyfi þarf helst að vera opið, gegn ákveðnum skilyrðum. Höfundarrétturinn þarf að vera á hreinu strax í upphafi. Nánar verður fjallað um höfundarrétt á vefnum og efni hans í kafla 3.7 á bls. 40.
- Neðan við hverja orðskýringu vil ég hafa tengiliðaform þar sem notendum býðst að senda inn leiðréttingar, ábendingar og tillögur að nýjum útskýringum.

### 3.5.3 Tækni

- Í upphafi (þ.e. eftir að búið er að finnstilla vefinn og prófa hann) þarf að setja upp vefmælingu fyrir vefinn. Hún verður notuð til að fylgjast með því hvaða orð eru mest skoðuð og að hverju er mest leitað. Til þess verður notast við Google analytics.

### 3.5.4 Innihald

- Vefurinn er ekki hugsaður sem alfræðiorðabók, heldur verður áherslan lögð á stuttar skýringar við hvert orð. Miðað verður við að hver skýring verði ekki lengri en 300 orð.
- Vefurinn verður að nýta sér möguleika sem vefformið hefur upp á að bjóða. Hann má ekki vera of líkur prentuðu efni.
- Uppfærslur þurfa að vera reglulegar til að notendur hafi eitthvað nýtt að sækja þegar þeir skoða vefinn.
- Á forsíðu vil ég hafa lista og tengla yfir fimm til tíu nýjustu orðin.
- Annarsstaðar á forsíðu þarf að vera listi með tenglum yfir í nýjustu hlaðvarpsþættina.
- Á enn einum stað á forsíðu þarf að vera tengill á *blogg.ordabokin.is*. Hugmyndin er að nýta þann vef áfram fyrir fréttir af því sem er að gerast á aðalvefnum.
- Á sérsíðu vil ég hafa lista yfir öll orð í stafrófsröð.

- Á sérsíðu vil ég hafa samskiptaform, þar sem notendum gefst kostur á að senda tillögur að nýjum orðum og skýringum við þau.

### 3.5.5 Samband við notendur

- Notendum verður boðið að skrá sig á póstlista. Sendingum frá honum verður þó stillt í hóf og póstur ekki sendur út oftar en fjórum sinnum á ári.
- Samskiptaleiðir við notendur verða í gegnum samfélagsmiðla og tölvupóst. Í upphafi verður sýnileiki á samfélagsmiðlum takmarkaður við Facebook og Twitter. Auk þeirra verður bloggið notað áfram sem vettvangur fréttu af orðabókinni.<sup>75</sup>
- Aðrir samfélagsmiðlareikningar verða ekki opnaðir nema ég telji mig hafa tíma til að sinna þeim nógu vel.

### 3.5.6 Leiðakerfi

Út frá áður nefndum atriðum í kröfulýsingunni ákvað ég að aðalflokkarnir í leiðakerfi vefsins yrðu fjórir:

1. **Orðalisti:** Síða með orðum í stafrófsröð. Henni verður skipt niður í smærri einingar og verða 20-25 orð á hverri síðu.
2. **Hlaðvarp:** Samsafn af færslum sem innihalda hlaðvarpsþættina. Þeim verður raðað í tímaröð og verður sú nýjasta efst.
3. **Nýtt orð:** Síða með tengiliðaformi, þar sem notendum gefst kostur á að senda inn ný orð í orðabókina.
4. **Um vefinn:** Stutt umfjöllun um vefinn og tilgang hans.

Að auki verður einn tengill undir heitinu „Heim“, sem vísar notendum á forsíðu vefsins. Tenglar í aðalleiðakerfi verða því fimm talsins.

## 3.6 Skissur

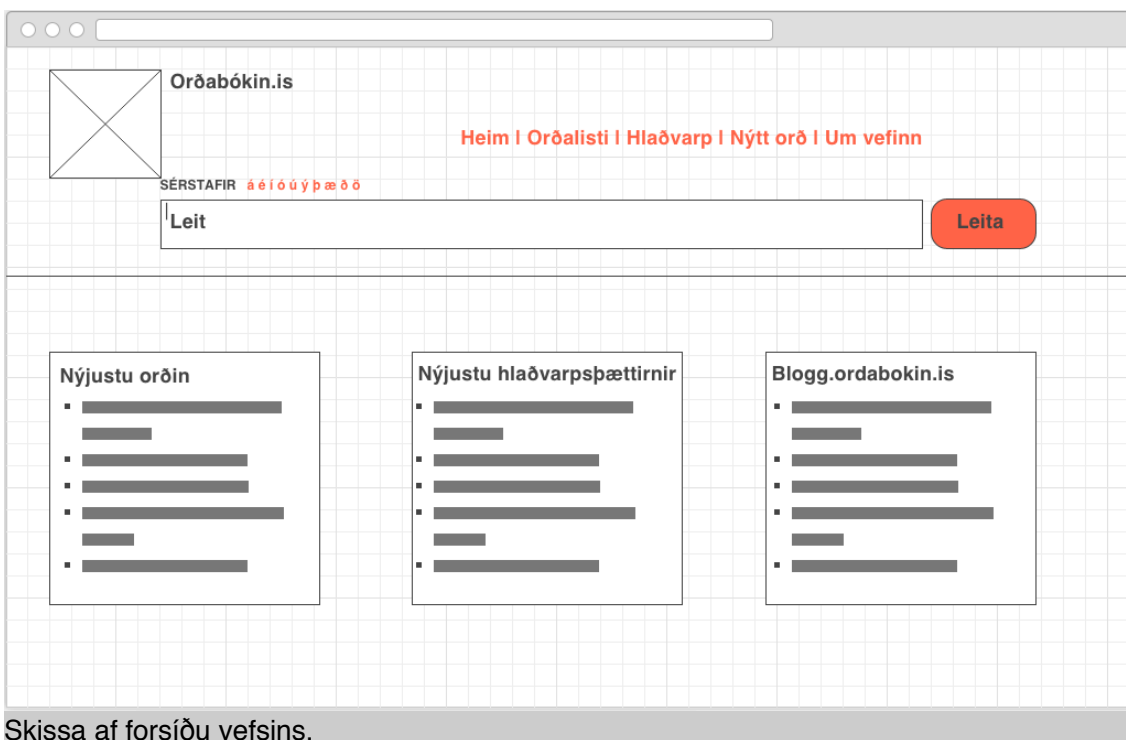
Eftir að kröfulýsingin var tilbúin teiknaði ég skissur að vefnum. Skissur eru gagnlegar til að átta sig á útliti vefsins áður en hann er settur upp og hannaður. Líta má á þær sem

<sup>75</sup> Sjá: <http://blogg.ordabokin.is>.



leiðbeiningar að uppsetningu vefsins eða beinagrind hans. Þær eiga ekki að sýna endanlegt útlit, heldur hvaða hlutar þurfa að vera til staðar á hverri síðu og hvar þeir eiga að vera.<sup>76</sup>

Þegar skissur eru teiknaðar er einfaldast að nota blað og blýant. Einnig er hægt að nota töflureikna, t.d. Excel. Að auki eru til fjölmargar vefsíður sem bjóða upp á skissugerð. Ég notaði vefinn *Wireframe.cc*, sem býður notendum að teikna einfaldar hugmyndir að útliti vefs, hvort sem er fyrir tölvuskjá eða snjalltæki. Hér á eftir eru myndir af tveimur skissum, annars vegar að forsíðu vefsins og hins vegar fyrir undirsíður, t.d. síðu sem inniheldur orðskýringu. Að lokum er svo skjáskot af forsíðu vefsins eins og hún lítur út í lokaútgáfu.



<sup>76</sup> Miller 2014:36.

Orðabókin.is

Heim | Orðalisti | Hlaðvarp | Nýtt orð | Um vefinn

## Orðskýring

[Redacted content]

**Vantar eitthvað?**  
Sendu póst með forminu hér ef það vantar eitthvað við skýringuna...

Skissa af undirsíðu, t.d. síðu sem inniheldur orðskýringu.

ORÐABÓKIN HEIM NÝTT ORÐ ORÐALISTI HLAÐVARP UM VEFINN

Byrjaðu að leita. 🔍

## Orðabókin.is

📌 Hvað er þetta eiginlega?	📄 Nýjustu orðin	🔊 Nýjasta hlaðvarpið
<p>Þetta er íslensk orðabók sem verður í stöðugri endurnýjun.</p> <p>Aðgangur að Orðabókinni er opin og öllum. Hver sem er má stínga upp á orðum til að bæta við hana.</p> <p>Mest áhersla verður lögð á slangurorð, nýyrði og gömul orð sem hafa fengið nýja merkingu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Djammvískubít</li> <li>Veipa</li> <li>Flyglídi</li> <li>Hálfa</li> <li>Veganúar</li> <li>Grænkeri</li> <li>Valkvíði</li> <li>Undir</li> <li>Lúxusvandamál</li> <li>Yfir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. þáttur</li> <li>2. þáttur</li> <li>1. þáttur</li> </ul>

Forsíða vefsins *ordabokin.is* í lokaútgáfu. Skjaskot tekið 15. janúar 2017.

### 3.7 Höfundarréttur

Frá upphafi vildi ég hafa það á hreinu hver höfundar- og notkunarréttur yrði á efni vefsins. Ég ákvað að hafa svokallað CC-leyfi, eða *Creative commons*-leyfi á öllu efni á vefnum. Creative commons er áhugamannafélag sem ekki er rekið í hagnaðarskyni og starfar með það að markmiði að auka framleiðslu á efni sem deila má án endurgjalds.<sup>77</sup> Leyfið er til í sex mismunandi frjálsum útgáfum. Ég ákvað að leyfið yrði tvenns konar; annað gildir fyrir hlaðvarpsefnið og hitt fyrir allt annað efni á vefnum. Fyrir hlaðvarpið gildir BY-NC-ND-leyfi.<sup>78</sup> Sú tegund leyfis veitir hverjum sem er heimild til að dreifa efni áfram með eftirfarandi skilmálum:

- Geta verður höfundar, þ.e. segja hvaðan efnið er fengið.
- Efni má ekki dreifa í hagnaðarskyni.
- Ekki má búa til ný verk úr efni án leyfis.

Fyrir annað efni á vefnum gildir leyfið BY-SA. Efnið má því afrita og deila áfram gegn eftirfarandi skilmálum:

- Geta verður þess hvaðan efnið er fengið.
- Notendur sem búa til ný verk úr efni verða að deila þeim undir sömu skilmálum.

Notendur sem senda efni til birtingar á vefnum samþykkja sjálfkrafa að gangast undir þessa skilmála, þ.e. að hver sem er geti afritað efni þeirra og breytt því eftir að það hefur verið sent inn. Gerð verður grein fyrir skilmálunum með stuttum texta sem notendur geta lesið áður en smellt er á „Senda“-hnappinn.

### 3.8 Orðaforðinn

Í orðasafninu verður mest áhersla lögð á slangurorð, nýyrði og gömul orð sem hafa fengið nýja merkingu. En til að byggja upp einhvern grunn að orðaforðanum ákvað ég að byrja á því að setja nokkur algeng orð inn í safnið. Hér verður sagt frá því hvaðan grunnurinn að orðasafninu er kominn og hvaða aðferð var notuð við að koma honum saman.

---

<sup>77</sup> Creative commons.

<sup>78</sup> Sjá má hvað mismunandi leyfi fela í sér á slóðinni <https://creativecommons.is/cc-a-%C3%BEitt-verk/>.

Í upphafi var skannaður texti úr fimmtán íslenskum skáldsögum og smásögum. Þessar sögur eru eftirfarandi:

- 79 af stöðinni (Indriði G. Þorsteinsson)
- Englar alheimsins (Einar Már Guðmundsson)
- Ég man þig (Yrsa Sigurðardóttir)
- Góðir Íslendingar (Huldar Breiðfjörð)
- Grafarþögn (Arnaldur Indriðason)
- Íslandsklukkan (Halldór Laxness)
- Lovestar (Andri Snær Magnason)
- Margsaga (Þórarinn Eldjárn)
- Mýrin (Arnaldur Indriðason)
- Ofsögum sagt (Þórarinn Eldjárn)
- Ofvitinn (Þórbergur Þórðarson)
- Ó fyrir framan (Þórarinn Eldjárn)
- Rokland (Hallgrímur Helgason)
- Sérðu það sem ég sé (Þórarinn Eldjárn)
- Sjálfstætt fólk (Halldór Laxness)

Næst voru textarnir ljóslesnir með ljóslestursforritinu Readiris.<sup>79</sup> Þessari vinnu var að mestu lokið áður en vinna við sjálft verkefnið hófst. Að auki var notaður texti úr nokkrum fréttum af fréttavefjum RÚV og Vísis, sem birtust dagana 7.-19. september 2016.<sup>80</sup>

Með orðgreiningarforritinu *AntConc* var gerður listi yfir algengustu orðmyndirnar úr textasafninu.<sup>81</sup> Samtals eru þetta 1.108.110 orð og 90.406 orðmyndir. Antconc býður upp á möguleika að raða orðum eftir tíðni, í stafrófsröð og í stafrófsröð eftir síðasta staf í orði. Við gerð orðalistans var orðunum raðað eftir tíðni. 200 algengustu orðmyndirnar í textasafninu voru teknar saman og þær flokkaðar handvirkt í orðflokka.

Að því loknu voru skrifuð niður flettiorð af hverri orðmynd. Orðmyndirnar *henni*

---

<sup>79</sup> Vefur forritsins er á slóðinni

<http://www.irislink.com/EN-US/c1466/Readiris-16-for-Macintosh---OCR-Software.aspx>.

<sup>80</sup> Yfirlit fréttanna má skoða á slóðinni <http://blogg.ordabokin.is/frettir-i-textasafninu/>.

<sup>81</sup> Nálsgast má ókeypis útgáfu af forritinu á slóðinni <http://www.laurenceanthony.net/software/antconc/>.

og *hennar* flokkast t.d. báðar sem flettiorðið *hún*. Meira vandamál reyndist að vinna með orðmyndir sem hægt er að flokka á fleiri en einn veg. Nefna má sem dæmi orðmyndina *hún*, sem getur bæði verið mynd af orðunum *hún* og *húnn*. Þegar slík tilvik komu upp voru tekin nokkur dæmi af handahófi úr textasafninu og farið eftir notkun sem var algengust. Orðmyndin *hún* reyndist til dæmis mun algengari sem mynd af persónufornafninu *hún* heldur en af nafnorðinu *húnn*.

Að lokum varð til 100 orða listi yfir algengustu flettiorðin úr textasafninu.<sup>82</sup> Hann var notaður til að byggja upp grunninn að orðaforðanum. Auk orða af þessum lista bjó ég til færslur með nýyrðum og slanguryrðum sem ég rakst á og komu upp í hugann við vinnslu verkefnisins. Ég ákvað að flettiorð sem geta haft fleiri en eina merkingu yrðu saman undir einni færslu í orðabókinni. Dæmi um slíkt er orðið *ganga*, sem getur bæði verið sagnorð og nafnorð. Þannig yrði aðeins ein færsla í stað tveggja undir heitinu *ganga*. Af þeirri ástæðu eru sum orð á áðurnefndum lista undir fleiri en einum orðflokki.

Eftir að vefurinn var nokkurn veginn tilbúinn var komið að því að bæta orðum við orðabókina. Skilgreiningarnar hafði ég unnið smám saman meðfram undirbúnings- og framkvæmdavinnunni og því fólst þessi vinna aðallega í að afrita og líma texta.

Uppbygging orðskýringanna er eftirfarandi:

1. **Fyrirsögn.**
2. **Orðflokkar.**
3. **Útskýring.** Eins margar og þurfa þykir, út frá mismunandi merkingu. Miðað er við að hver skýring sé ekki lengri en 300 orð. Ef fleiri en ein skýring er til við hvert orð verður þeim raðað í tölusettan lista.
4. **Dæmi um notkun.**
5. **Vantar eitthvað?** Neðst við hverja skýringu er samskiptaform þar sem notendum býðst að leiðrétta útskýringuna eða bæta við hana.
6. **Samheiti/skyld orð.** Tenglar yfir í færslur með skyldum orðum, ef þær eru til.

### 3.9 Samantekt

Hér hefur verið sagt frá undirbúningi verkefnisins en mikilvægt er að undirbúa vel verkefni af þessu tagi. Í upphafi voru markhópar vefsins skilgreindir. Þar næst var send

<sup>82</sup> Orðalistann í stafrófsröð má sjá á slóðinni <http://blogg.ordabokin.is/100-fyrstu-ordin/>.

út netkönnun og unnið að samanburðarmati á nokkrum íslenskum veforðabókum. Niðurstöðurnar voru notaðar til að setja saman kröfulýsingu. Þegar hún var tilbúin voru teiknaðar skissur að útliti vefsins. Einnig var settur saman 100 orða listi sem notaður var sem grunnur að orðaforðanum í orðabókinni.

Þegar undirbúningsvinnunni var að mestu leyti lokið var hægt að hefja framkvæmdir við vefinn. Frá þeirri vinnu verður sagt í næsta kafla.

## 4. Framkvæmdin

Þegar undirbúningsvinnunni var að mestu leyti lokið tók framkvæmdin við. Hún fól í sér uppsetningu á vef, fínstillingu og prófanir á honum. Hér verður sagt frá því hvernig verkið var unnið, allt frá byrjun til enda, nokkurn veginn í rétttri tímaröð.

### 4.1 Val á léni

Vegna þess að vefurinn er íslensk orðabók, ætluð íslenskum notendum og með efni á íslensku fannst mér ekki annað við hæfi en að nota lén með *.is*-endingunni. Nafnið á því þurfti að vera lýsandi fyrir starfseminu sem fer fram á vefnum. Sérfræðingar í vefmálum veita oft ráðgjöf við val og kaup á lénum. Paul Boag mælir t.d. með því að forðast skammstafanir í lénanöfnum og að hafa þau stutt til að auðvelt sé að leggja þau á minnið. Einnig mælir hann með því að vera staðbundinn, þ.e. að nota þjóðarlén síns lands, t.d. *.fr* ef vefurinn er á frönsku og þá *.is* ef vefurinn er á íslensku o.s.frv.<sup>83</sup> Með þessi atriði í huga var keypt lénið *ordabokin.is*. Lénið keypti ég strax í upphafi, áður en undirbúningsvinna hófst fyrir alvöru. Það er hýst hjá fyrirtækinu 1984.is.

Fljótlega setti ég upp vefinn *blogg.ordabokin.is*, þar sem birtar voru reglulegar hugleiðingar og fréttir af gangi verkefnisins á meðan það var í vinnslu. Ætlunin er að þar birtist áfram fréttir af gangi mála eftir að þessu verkefni lýkur. Vefurinn notar vefumsjónarkerfið *WordPress*. Sumt af efninu sem skrifað var á vefinn frá september til desember 2016 nýttist sem efni í þessa greinargerð.

### 4.2 Val á vefumsjónarkerfi

Ætlunin var sú að vinna verkefnið með eins litlum tilkostnaði og mögulegt væri. Af þeirri ástæðu var ég ekki með annað í huga en opið og ókeypis vefumsjónarkerfi. (e. *Open source*). Ég hafði unnið töluvert með *WordPress* áður en vinna við verkefnið hófst og kannaðist því vel við virkni þess. Einnig hafði ég lítillga kynnt mér vefumsjónarkefið *Drupal* með aðstoð kennslumyndbanda.<sup>84</sup> Ég fór þá leið að setja upp

---

<sup>83</sup> Boag 2010:175.

<sup>84</sup> Sjá slóðina <https://www.ostraining.com/class/d8-beginner/introduction/>. Myndböndin má einnig sjá endurgjaldslaust á Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCaNC-yCs3G1goz3CxMvgVAg>.

tvo vefi, annan knúinn af Wordpress en hinn af Drupal, til að kanna ýmsa virkni þessara vefumsjónarkerfa. Vefina notaði ég sem tilraunastöðvar, leiksvæði og nokkurs konar sandkassa áður en aðalvefurinn var settur upp. Ég leit svo á að of mikill tími færi í að læra á nýtt vefumsjónarkerfi frá grunni fyrir þetta verkefni og einbeitti mér því að þessum tveimur.

Tilraunir og prófanir gengu vel. Mesti höfuðverkurinn í þessu sambandi var að fá leitarmöguleikann til að virka nægilega vel. Ég vildi geta leitað eftir öllum orðmyndum tiltekins orðs. Til þess notaði ég fimm viðbætur. Nánar er fjallað um þær og fleiri viðbætur í kafla 4.4 á bls. 46-49.

Mér fannst bæði vefumsjónarkerfin henta ágætlega fyrir verkefnið en að lokum varð Wordpress fyrir valinu. Aðalástæðan er sú að ég kunni betur á það – ég hefði þurft að eyða meiri tíma í að læra almennilega á Drupal. Það krefst meiri yfirlegu. Mín reynsla er einnig sú að Wordpress-samfélagið sé stærra og þar er auðvelt að fá aðstoð og svör frá öðrum notendum þess. Wordpress hefur auk þess verið með mest notuðu vefumsjónarkerfum undanfarin ár, ef ekki það mest notaða.<sup>85</sup>

### 4.3 Val á þema

Hægt er að fá þemu fyrir Wordpress í tugþúsundatali. Eftir að skissur að vefnum voru tilbúnar, (sjá kafla 3.6, bls. 37-39), fór ég að huga að því hvaða þema samræmdest best hugmyndum mínum að útliti vefsins og kæmist sem næst skissunum í útliti. Aðalatriðið var að hafa stóran og áberandi leitarglugga sem notendur tækju strax eftir á forsíðu vefsins.

Ég skoðaði nokkur þemu fyrir Wordpress sem hafa stóran og áberandi leitarglugga. Að lokum keypti ég þemað *Flatbase*<sup>86</sup>. Það kostaði 49 dali, eða um 5800 krónur. Þemað er ætlað til notkunar á leitarvefjum þar sem notendum býðst að fá svör við algengum spurningum. Það nýtist einnig á annars konar vefjum þar sem leitargluggi þarf að vera áberandi. Það fær góðar einkunnir og umsagnir frá notendum og auðvelt er að fá hjálp frá hönnuði þess.

---

<sup>85</sup> W3techs.com

<sup>86</sup> Þemað er til sölu á slóðinni <https://nicethemes.com/product/flatbase/>.



## 4.4 Viðbætur

Flatbase-þemað skilaði nokkurn veginn sama útliti og ég sóttist eftir út frá skissunum, en til að breyta virkni vefsins þurfti nokkrar viðbætur við Wordpress. Mesti höfuðverkurinn var að fá leitargluggann til að virka nægilega vel og notaði ég til þess fimm viðbætur. Hér á eftir verður fjallað stuttlega um hverja þeirra og sagt frá því hvaða hlutverki þær gegna. Að auki verður fjallað um aðrar viðbætur sem notaðar voru til að breyta og auka við virkni vefsins.

### 4.4.1 Orðabókarviðbótin

Viðbótin **Wordpress dictionary** auðveldar smíði orðabóka og orðasafna í Wordpress.<sup>87</sup> Upphaflega er hún á ensku en hluta hennar sem snýr að notendum má auðveldlega þýða yfir á hvaða tungumál sem er. Hún virkar eins og venjulegur textaritill í Wordpress og vanir Wordpress-notendur læra auðveldlega á hana. Í henni eru þrjú textasvæði: Meginmál, svæði ætlað upplýsingum um uppruna orðsins og svæði fyrir skyld orð.

### 4.4.2 Beygingarmyndum bætt við

Til að hægt væri að leita að öllum beygingarmyndum viðkomandi orðs þurfti að bæta textasvæði við orðabókina. Það gerði ég með viðbótinni **Advanced custom fields**.<sup>88</sup> Innihald textasvæðisins er fyrst og fremst hugsað sem leitarorð og þarf ekki að birtast á vefnum. Því var frekari forritunarvinna ekki nauðsynleg.

Ég bjó til svæðaflokkinn „Orðabókarupplýsingar“. Textasvæði í þessum flokki eru stillt þannig að þau birtast bara ef færslan er skrifuð með Orðabókarviðbótinni. Þau birtast ekki þegar skrifaðar eru venjulegar blogg færslur eða síður í Wordpress.

Inni í þessum svæðaflokki er eitt svæði: „Orðmyndir“. Þetta er einfalt textasvæði og ekki er skylda að fylla það út. Hægt er að breyta stillingunum á því og bæta við fleiri textasvæðum ef þörf er á.

---

<sup>87</sup> Viðbótina má kaupa á slóðinni <https://www.annedorko.com/wp-dictionary>.

<sup>88</sup> Sjá: <https://wordpress.org/plugins/advanced-custom-fields/>.

### 4.4.3 Falið efni

Viðbótin **Search exclude** útilokar færslur og síður frá því að birtast í leitarniðurstöðum.<sup>89</sup> Þegar búið er að virkja viðbótina birtist lítið textasvæði sem hægt er að haka við ef óskað er eftir því að leitin fari framhjá viðkomandi færslu eða síðu. Þetta hefur bara áhrif á leitina í Wordpress en ekki á utanaðkomandi leitarvélar, eins og Google.

### 4.4.4 Leit að beygingarmyndum

Hugmyndin er sú að hægt verði að leita að orðum í öllum beygingarmyndum. Leitarorðin „Orðabókarinnar“ og „Orðabókanna“ ættu til dæmis að skila sömu færslu undir heitinu „Orðabók“. Til þess notaði ég viðbót sem heitir **Relevanssi**.<sup>90</sup> Hægt er að láta hana leita í ákveðnum svæðum, til dæmis í textasvæðinu sem inniheldur beygingarmyndirnar (sjá kafla 4.4.2 hér á undan) en útiloka önnur.

Hún leitar samt enn í meginmálssvæði orðabókarfærslunnar, þ.e. í orðskýringunni. En ég vil komast hjá því. Ástæðan fyrir því er eftirfarandi:

Skýring á orðinu „Orðabók“ er: „Rit sem inniheldur lista af orðum ákveðins tungumáls, yfirleitt í stafrófsröð. Yfirleitt fylgja orðskýringar með, stundum á sama tungumáli en stundum á öðru tungumáli.“

Ef leitað er að orðinu „stundum“ gæti orðið „Orðabók“ komið upp í leitarniðurstöðunum, því að skýringin á orðinu inniheldur orðið „stundum“. En þessi orð eru ekkert sérstaklega nátengd og því er óþarfi að „Orðabók“ verði ein af niðurstöðum leitarinnar. Lausnin sem ég notaði til að útiloka orðskýringar frá því að birtast í niðurstöðum var að setja kóðann `[noindex] [/noindex]` utan um allar orðskýringar.

### 4.4.5 Stungið upp á leitarorðum

Þegar Relevanssi-viðbótin er komin upp er hægt að sækja viðbótina **Autocomplete for Relevanssi**.<sup>91</sup> Hún stingur upp á leitarorðum um leið og orðið er slegið inn í

89 Sjá: <https://wordpress.org/plugins/search-exclude/>.

90 Sjá: <https://wordpress.org/plugins/relevanssi/>.

91 Sjá: <https://wordpress.org/plugins/autocomplete-for-relevanssi/>.

leitargluggann. Þannig má minnka hættuna á að notendur slái inn rangt stafsett orð.

#### 4.4.6 Færslulisti

Með viðbótinni **W4 Post list** er hægt að setja saman lista af fyrirfram ákveðnum færslum og raða þeim í stafrófsröð eða röð eftir útgáfudegi.<sup>92</sup> Þessa viðbót nota ég til að búa til lista með öllum orðum orðabókarinnar í stafrófsröð.

#### 4.4.7 Textabox

**Colorbox pro** er viðbót til að setja upp upplýsingaramma eða -fleka á síður í Wordpress.<sup>93</sup> Hana nota ég til að setja upp textarammana á forsíðu vefsins.

#### 4.4.8 Tengiliðaform

Með viðbótinni **Contact form 7** er hægt að setja upp tengiliðaform sem býður notendum að senda skilaboð með tölvupósti beint af vefnum, án milligöngu póstforrits.<sup>94</sup> Öll tengiliðaform á vefnum eru sett upp með þessari viðbót.

#### 4.4.9 Póstlisti

Ég ákvað að bjóða notendum að skrá sig á póstlista. Viðbótin **Newsletter** heldur utan um allar skráningar á póstlistann.<sup>95</sup> Hana er einnig hægt að nota til að senda tölvupóst til áskrifenda í gegn um vefinn. Póstsendingum verður stillt í hóf og verða ekki fleiri en fjórar á ári.

#### 4.4.10 Tvöföld innskráning

Til að auka öryggi við innskráningu á stjórnborð vefsins og minnka hættu á skemmdarverkum setti ég upp viðbótina **Wordpress 2 step verification**.<sup>96</sup> Eftir að lykilorðið er slegið inn á innskráningarsíðunni sendir viðbótin tölvupóst með handahófsvöldum talnakóða sem gefa þarf upp til að innskráningin heppnist.

---

92 Sjá: <http://w4dev.com/plugins/w4-post-list>.

93 Sjá: <http://wpshopmart.com/>.

94 Sjá: <http://contactform7.com/>.

95 Sjá: <http://www.thenewsletterplugin.com/plugins/newsletter>.

96 Sjá: <https://wordpress.org/plugins/wordpress-2-step-verification/>.

#### 4.4.11 Vefmælingar

Viðbótin **Google analytics counter tracker** tengir vefinn við vefmælingarverkfærið Google analytics.<sup>97</sup> Hún sendir upplýsingar um notkun og heimsóknir og gefur þar að auki kost á því að skoða helstu upplýsingar beint frá stjórnborði vefsins.

#### 4.4.12 Samfélagsmiðlar

Til að hægt sé að deila efni vefsins á samfélagsmiðlum nota ég viðbótina **Mashshare share buttons**.<sup>98</sup> Grunnútgáfa hennar bætir við hnöppum til deilingar á Facebook og Twitter. Þannig er hægt að deila efninu með nokkrum músarsmellum.

### 4.5 Notendaprófanir

Allir sem eitthvað hafa fjallað um miðlun efnis á vefnum og undirbúning vefverkefna eru sammála um gagnsemi notendaprófana. Notendaprófun snýst um að fylgjast með einum notanda í einu nota vefinn. Þannig má komast að því hvernig notendur hegða sér á vefnum og mögulega finna villur eða önnur atriði sem hægt er að leiðrétta. Mælt er með því að prófa lítið í einu en oft og ekki þarf að fá marga notendur í hvert skipti. Steve Krug mælir til dæmis með því að þrír notendur prófi vefinn í hvert sinn og að tekinn sé frá einn morgunn í mánuði fyrir notendaprófanir.<sup>99</sup>

Þegar frumútgáfa vefsins var tilbúin, virkni hans orðin nokkurn veginn eins og ég vildi hafa hana en fínstillingar ekki tilbúnar gerði ég þrjár notendaprófanir. Þær gáfu ágætis hugmyndir um upplifun notenda af vefnum og hjálpuðu til við lokafráganginn. Prófanirnar voru gerðar með hliðsjón af aðferðafræði Steve Krug.<sup>100</sup>

Notendur fengu eftirfarandi verkefni til að leysa:

1. Skoðaðu forsíðuna og segðu hvaða tilfinningu þú hefur fyrir henni. Áttar þú þig á hlutverki vefsins?
2. Notendur fengu texta í hendurnar og voru beðnir um að leita að feitiletruðu orðunum í honum. Textinn var eftirfarandi: „Ég fór í dýragarðinn í gær. **Aparnir**

97 Sjá: <https://wordpress.org/plugins/analytics-counter/>.

98 Sjá: <https://wordpress.org/plugins/mashshare/>.

99 Krug 2014:119.

100 Krug 2014:110-141.

hegðuðu sér einkennilega og byrjuðu að **kasta** skít í gestina.<sup>101</sup>

3. Orðið sem þú leitar að finnst ekki. Þú vilt stinga upp á að því verði bætt við orðasafnið.

4. Hvert ferðu ef þú vilt hafa samband við umsjónarmann/eiganda vefsins?

Þrír notendur voru fengnir í þessa prófun. Sá fyrsti, 26 ára karlmaður skoðaði sig um á forsíðunni og áttaði sig strax á að þetta væri einhvers konar orðabók – sá það á merkinu efst vinstra megin. Hann tók líka strax eftir leiðakerfinu og fannst flokkaheitin vera lýsandi fyrir efnið sem þau vísa á. Hann smellti sig áfram í gegnum alla tenglana og skoðaði síðurnar. Fór að því loknu aftur á forsíðu og rakst þá á stuttan texta sem skýrir út hvers konar orðabók þetta er. Að lokum skoðaði hann fót síðunnar og sá þar tengiliðaformið í honum.

Í öðru verkefninu leitaði hann fyrst að orðinu „Aparnir“. Honum fannst gagnlegt að fá uppástungur að orðunum um leið og hann sló leitarorðið inn. Þegar niðurstaða var fengin áttaði hann sig ekki strax á að smella þyrfti á fyrirsögnina til að fá orðskýringuna upp á skjáinn. Sjálfvirka útfyllingin virkaði ekki þegar hann sló inn seinna orðið (enda var það ætlunin). Þá komu upp skilaboð um að orðið væri ekki til í safninu.

Þegar kom að því að stinga upp á nýju orði hélt notandinn sig áfram á villusíðunni, áttaði sig strax á að textinn sem var í öðruvísi lit væri tengill. Hann smellti á tengilinn til að komast í viðeigandi tengiliðaform og sendi tillöguna inn.

Til að hafa samband við umsjónarmann vefsins byrjaði hann á því að smella á tengilinn „Um vefinn“ í leiðakerfinu og skannaði yfir textann á síðunni. Loks fann hann tengiliðaform í fætinum og notaði það til að hafa samband.

Notandi númer tvö, 28 ára kona, skoðaði sig um á forsíðunni. Henni fannst uppsetning á forsíðunni skýr, rakst strax á stuttar upplýsingar um vefinn á forsíðunni og áttaði sig því strax á tilgangi vefsins. Þegar komið var að því að leita að orðunum í textanum byrjaði hún að leita að orðinu „api“. Fyrir neðan orðið birtust tveir tenglar í orðflokkana sem orðið tilheyrði (þ.e. karlkyn og nafnorð). Hún byrjaði að smella á orðflokkana en fékk þá upp lista af orðum í sömu flokkum. Það var ekki fyrr en hún smellti á fyrirsögnina sem hún komst á síðu með útskýringunni.

101 Á þessu stigi var bara annað þessara orða komið inn í safnið, og var það með ráðum gert. Samtals voru komin tvö til tíu orð í safnið þegar prófanirnar voru gerðar.

Í þriðja verkefninu smellti hún á tengil sem birtist með skilaboðum um að orðið fyndist ekki og fluttist þá yfir á síðuna sem býður notendum að senda nýtt orð, fyllti út eyðublaðið og sendi það.

Þegar kom að því að hafa samband við eiganda vefsins fór hún strax niður í fót síðunnar, fann samskiptaform þar, fyllti það út og sendi.

Þriðji notandinn, 51 árs karlmaður, skoðaði sig um á forsíðunni og áttaði sig strax á að vefurinn væri orðabók, eftir að hafa lesið stuttan texta á forsíðunni. Hann skoðaði því næst tenglana í leiðakerfinu, smellti á þá alla og prófaði að lokum að slá inn eitthvert leitarorð. Þegar orðið fannst ekki notaði hann viðeigandi samskiptaform til að senda það inn og hafði þannig leyst þriðja verkefnið í leiðinni. Hann gerði þá ráð fyrir því að orðið birtist strax á vefnum. (Þetta segir að það þarf að vera alveg skýrt fyrir notendum að tillögur birtast ekki fyrr en búið er að fara yfir þær).

Í öðru verkefninu leitaði hann að orðinu „aparnir“. Þegar leitarniðurstaðan birtist á skjánum smellti hann á tengil með orðflokki orðsins, áttaði sig ekki á því að smella ætti á tengilinn „Lesið meira“ sem hafði verið settur upp eftir að notandi númer tvö hafði verið prófaður. Hann fann loks orðið með því að smella á tengilinn *Orðalisti* í leiðakerfinu og fann orðið „api“ í listanum.

Þegar hann var beðinn um að hafa samband við eiganda vefsins fór notandinn rակleitt niður í fótinn og notaði samskiptaformið sem hann hafði fundið áður þegar hann skoðaði forsíðuna.

## 4.6 Kostnaður

Eins og áður hefur komið fram, (sjá kafla 4.2, bls. 44), var áætlunin að vinna verkefnið með eins litlum tilkostnaði og mögulegt væri. Meðal annars þess vegna notast vefurinn við opið vefumsjónarkerfi. Engu að síður reyndist nauðsynlegt að leggja út í örlítinn kostnað við vefinn til að hann virkaði sem best og liti sem best út. Á næstu síðu má sjá yfirlit yfir kostnað verkefnisins.

Kostnaðarliður	Verð (kr.)
Lén: <i>ordabokin.is</i> , skráning í eitt ár	5.980
Vefhýsing í eitt ár	16.782
Wordpress-viðbót: Dictionary	3.565
Wordpress-viðbót: Infobox	594
Flatbase þemað	5.857
Árgjald fyrir <i>ordabok.is</i>	950
<b>Samtals</b>	<b>33.768</b>

## 4.7 Samantekt

Hér hefur verið sagt frá helstu atriðum undirbúningsins við vefinn *ordabokin.is*. Vefurinn notast við vefumsjónarkerfið Wordpress, sem ég taldi vænlegasta kerfið til þessa verkefnis. Til að ná útliti sem komst næst skissum af vefnum notaði ég þemað Flatbase. Til að ná fram réttri virkni vefsins voru notaðar tólf viðbætur.

Þegar frumútgáfa vefsins var nokkurn veginn tilbúin fékk ég þrjá notendur til að prófa vefinn. Prófanirnar gáfu ágætis mynd af virkni vefsins og hugmyndir af upplifun notenda og hjálpuðu til við lokafráganginn á honum.

Þó að vefurinn sé tilbúinn og verkefninu sé lokið verður hann í upphafi bara sýnishorn af orðabókinni, með innan við fimmtíu orðum. Ætlunin er að hann lifi áfram og orðaforðinn stækki jafnt og þétt. Í næsta kafla verður fjallað nánar um það hvernig ég sé framtíð verkefnisins fyrir mér.

## 5. Framtíð verkefnisins

Eins og vefurinn er núna (í janúar 2017) er hann bara sýnishorn af orðabókinni. Ef litið er til virkni og útlits er vefurinn tilbúinn en orðaforðinn og efnið eru af frekar skornum skammti. Ætlunin er að vefurinn verði áfram virkur og lifandi eftir að verkefninu er lokið. Í framtíðinni verður efni á honum til með aðstoð notenda. En til að notendur komi inn á vefinn og leggi eitthvað til málanna þarf hann að vera sýnilegur, s.s. í leitarvélum og á samfélagsmiðlum.

Í þessum kafla verður fjallað um hvernig ég sé framtíð vefsins fyrir mér. Fyrst verður sagt frá því sem þegar er komið til framkvæmda. Í seinni hlutanum verða nokkrar vangaveltur um hvað hugsanlega væri hægt að gera og nefnd nokkur atriði sem enn eru á hugmyndastigi.

### 5.1 Sýnileiki

Það tekur langan tíma að komast efst í leitarniðurstöður hjá Google. Mikilvægt er að búa ekki til efni fyrir leitarvél, heldur fyrir notendur.<sup>102</sup> Til að fá upplýsingar um hvaða leitarorð finnast á vefnum og hvernig vefurinn birtist í leitarniðurstöðum verður fylgst með honum með aðstoð verkfærisins *Google search console*. Þar birtast einnig leiðbeiningar frá Google um helstu atriði sem hafa þarf í huga til að vefurinn finnist í leitarvélinni. Einnig verður fylgst með notkun vefsins í *Google analytics*.

Eins og áður hefur komið fram (í kafla 3.5.5, bls. 37) verður sýnileiki á samfélagsmiðlum í upphafi takmarkaður við Facebook og Twitter. Á þessum samfélagsmiðlum hafa verið stofnaðar síður sem finna má undir nafninu *Málfarslögreglan*, þ.e. sama nafni og hlaðvarpið.<sup>103</sup> Þar verða birtar reglulegar færslur og tenglar í vefinn þegar verkefnið verður tilbúið og verða notendur hvattir til samskipta þegar þeir eru orðnir nógu margir.

Að lokum má nefna bloggvefinn sem áður hefur verið minnst á. (Sjá kafla 4.1, bls. 44). Ætlunin er að hafa hann opinn áfram. Þar verða birtar reglulegar fréttir af innihaldi og gangi aðalvefsins.

<sup>102</sup> Sigurjón Ólafsson 2015:175.

<sup>103</sup> Sjá: <https://www.facebook.com/ordabokin.is> og <https://twitter.com/malfarslogregla>.



Til að vekja athygli almennings á vefnum hefur mér dottið í hug að reyna að fá viðtöl eða umfjöllun um hann í fjölmiðlum, s.s. dagblöðum eða á öðrum vefjum. Enn hef ég þó ekki gert neitt slíkt til að vekja athygli á honum.

## 5.2 Áframhaldandi miðlun efnis

Áfram verður haldið að bæta orðum við orðasafnið og stefni ég á að bæta við nýju orði að minnsta kosti einu sinni til tvisvar í viku. Einnig verður hlaðvarpið áfram virkt. Nú þegar hafa verið birtir þrjú hlaðvarpsþættir, hver þeirra er um tvær til fimm mínútur að lengd. Því verður haldið áfram og sé ég fyrir mér að birta einn til tvo þætti í hverjum mánuði í sömu lengd. Auk þess að hafa þá aðgengilega á vefnum verður hægt að nálgast þá án endurgjalds í tónlistarveitunni iTunes.<sup>104</sup>

Einnig hefur mér dottið í hug að taka upp stutt myndbönd fyrir vefinn til að birta með orðabókarfærslum. Framleiðsla þeirra þarf ekki að vera flókin. Ég sé fyrir mér að þau verði frekar hrá og lítið unnin. Þess vegna þarf lítinn tækjabúnað – hægt væri að notast við myndbandsupptök úr snjallsíma. Þetta mætti útfæra á marga vegu. Myndböndunum mætti til dæmis dreifa með aðstoð Youtube. Nú þegar eru notuð myndbönd frá Youtube við nokkrar orðskýringar en þau eru ekki framleidd sérstaklega fyrir Orðabókina.

Mér hefur einnig dottið í hug að opna Snapchat-reikning. Snapchat býður notendum upp á að dreifa myndum og stuttum myndböndum sem eru aðgengileg viðtakendum í einn sólarhring frá sendingu þeirra. Í þessu samhengi hefur mér dottið í hug að fá fólk úr markhópum vefsins til að hafa umsjón með Snapchat-reikningnum í tiltekinn tíma í einu, til dæmis eina viku í senn. Þessar hugmyndir eru ennþá á hugmyndastigi og ekki enn orðnar að veruleika.

Önnur hugmynd sem enn er ekki komin til framkvæmda er sú að færa út kvíarnar á vefnum og bæta við undirvefjum með mismunandi tegundum orðabóka. Ég hef hugsað um einhvers konar málsháttaorðabækur eða orðtakaorðabækur, þar sem hægt yrði að fletta upp málsháttum, orðtökum eða orðasamböndum og merkingu þeirra. Í óformlegu spjalli við fólk um þetta verkefni hefur mér stundum verið bent á að slíkur vefur væri gagnlegur. Þessar hugmyndir krefjast góðs undirbúnings og fer ég ekki af

104 Slóðin er: <https://itunes.apple.com/is/podcast/malfarslogreglan/id1189933736>.

stað með þær án þess að fá frekara álit notenda, til að vera viss um að þörf sé á slíkum vefjum.

## 5.3 Fjármögnun

Vefir sem þessi eru aldrei ókeypis. Þó að þeir séu opnir og aðgengilegir öllum án endurgjalds er alltaf einhver sem þarf að borga fyrir þá að lokum. Eins og áður hefur komið fram, (sjá kafla 4.2, bls. 44), hefur verið reynt að vinna þetta verkefni með sem minnstum tilkostnaði. Ef vefurinn á að lifa áfram þarf að borga árgjald fyrir lén og hýsingu; tæplega 23.000 krónur á ári, eins og fram kemur í töflunni á bls. 52. En upphæðin getur lækkað ef borgað er fyrir tvö til þrjú ár í einu. Hér á eftir eru reifaðar nokkrar hugmyndir um hvernig hægt væri að fjármagna vefinn í framtíðinni. Engin þeirra er enn orðin að veruleika.

Ein hugmynd væri að fá fyrirtæki til að styrkja vefinn. Í staðinn yrðu birtar auglýsingar frá þeim á vefnum. Ég vil þó ekki hafa allt vaðandi í auglýsingum á honum og þarf því að fara varlega út í allt slíkt. Önnur hugmynd er sú að fá notendur til að styrkja vefinn með hóp fjármögnun, til dæmis með söfnun á vefnum Karolina fund eða svipuðum vef. Ég hef ekki kynnt mér fyrirkomulag á slíkum söfnunum og þyrfti að skoða það fyrst, áður en til þess kæmi.

Þriðja hugmyndin er sú að selja auglýsingavarning tengdan vefnum. Í gegnum vefverslun yrði hægt að kaupa ýmsar áprentaðar vörur, s.s. könnur, boli, barmmerki o.fl. með merki orðabókarinnar og e.t.v. orðskýringu að eigin vali. Fyrirmyndin að þessari hugmynd er sótt frá vefnum *Urban dictionary*.<sup>105</sup> Þar geta notendur keypt áprentaðar könnur og boli með uppáhalds orðinu sínu, auk annars auglýsingavarnings.

---

<sup>105</sup> Sjá: <http://www.urbandictionary.com/> og <https://urbandictionary.store/>.

## 6. Niðurlag

Hér hefur verið fjallað um hvernig vefurinn *ordabokin.is* varð til, allt frá fyrstu hugmyndum til undirbúnings, framkvæmda og þaðan til fullkláraðs vefs. Eins og fram kom í upphafi er markmiðið með vefnum að gera tungumálið aðgengilegt, sýna fram á að það er lifandi og í stöðugri þróun. Hver sem er getur tekið þátt í að skapa það og það er ekki bara búið til og skilgreint af sérfræðingum á skrifstofum og stofnunum. Til að hægt sé að framfylgja þessu markmiði er nauðsynlegt að vera í góðu sambandi við notendur vefsins, hvetja þá til að láta í sér heyra og fá þá til að koma með tillögur að viðbótum og breytingum á innihaldi vefsins. Ekki hefur gefist tími til þess nema að litlu leyti. Netkönnun og notendapróf hafa verið hluti af þessum samskiptum en eftir að vefurinn er opinberlega tilbúinn þarf að halda samskiptum við notendur hans áfram með viðeigandi samskiptamáta, eins og áður hefur komið fram.

Smíði á orðabók virðist vera eilífðarverkefni, sérstaklega þegar hún er á vefformi, því endalaust er hægt að bæta við vefinn og breyta honum. Á þessu stigi málsins er vefurinn aðeins sýnishorn af orðabókinni – fullbúinn vefur ef lítið er til útlits og virkni en orðaforðinn er ennþá fremur takmarkaður. Í útgáfunni sem skilað er með þessari greinargerð eru 46 orð í safninu en þeim á eftir að fjölga jafnt og þétt.

Áður en vinna við verkefnið hófst var ég vel kunnugur smíði vefja og uppsetningu og virkni vefumsjónarkerfisins Wordpress. Ég hafði góðar hugmyndir um hvað þarf að hafa í huga við framsetningu efnis á vefnum og vissi nokkurn veginn hvað felst í undirbúningi á nýjum vef. Aftur á móti hafði ég lítið sem ekkert kynnt mér aðferðir við samsetningu orðabóka og þurfti því að kynna mér orðabókafræði áður en verkefnið fór almennilega í gang. Einnig þurfti ég að kynna mér hvernig best er að undirbúa hlaðvarpsþætti.

Það var lærdómsríkt að kynnast orðabókafræðinni og því hvað hafa þarf í huga þegar orðabækur eru samdar. Í raun er undirbúningur orðabóka ekki ósvipaður undirbúningi vefverkefna. Að setja upp vef felst ekki bara í því að finna eitthvert útlit á hann og dæla inn efni. Sömuleiðis felst samsetning orðabóka í ýmsu öðru en því að finna orð og skrifa skilgreiningar við þau. Bæði verkefnin krefjast undirbúningsvinnu. Til dæmis þarf að ákveða hvers konar lokaafurð á að búa til, hver markhópur hennar er,

hvaða þarfir hún á að uppfylla og hvert innihald hennar á að vera.

Sömu sögu má segja um hlaðvarpið. Ekki er nóg að kveikja á upptökutækinu og byrja að tala. Leggja þarf einhverjar línur um umfjöllunarefni og hvað á að koma fram í hverjum þætti. Það krefst þjálfunar að búa til hlaðvarpsþætti, sérstaklega að tala án fyrirfram skrifaðs texta. Fyrstu þættirnir verða e.t.v. eitthvað stírdír en með meiri æfingu má gera ráð fyrir því að flæðið í þeim verði betra og að framburðurinn verði sífellt ólíkari upplestri beint af blaði.

Góður undirbúningur hefur verið eins og rauður þráður í gegnum allt þetta verkefni. Íslenska leiðin er sú að vaða beint í verkið en sleppa undirbúningnum. Íslendingar eru oft meiri gerendur en hugsuðir. Hlutirnir verða helst að gerast ekki seinna en í gær! Það er freistandi að fara íslensku leiðina: Framkvæma fyrst en skipuleggja eftir á. Ég játa hér að ég var oft að því kominn í þessu verkefni að skapa eitthvert efni en skipuleggja það eftir á. Það er kannski mest spennandi, því þá sjást strax einhver ummerki af vinnunni. En það er ekki rétta leiðin. Með góðum undirbúningi er yfirleitt meira spunnið í verkið og svo verður vonandi líka um þennan vef. Hér er því best að láta hér staðar numið en leyfa lesendum að upplifa vefinn á eigin spýtur á slóðinni *ordabokin.is* og fylgjast með honum vaxa og dafna.

# Heimildaskrá

- Boag, Paul. 2010. *Website Owner's Manual: The secret to a successful website*. Manning's Publications co., Greenwich.
- Buley, Leah. 2013. *The User Experience Team of One: A Research and Design Survival Guide*. Rosenfeld Media, New York.
- Creative Commons. (Án ártals). „What we do: What is Creative Commons?“ Sótt 15. janúar 2017 af <https://creativecommons.org/about/>.
- Fuertes-Olivera, Pedro og Henning Bergenholtz. 2011. „Introduction: The Construction of Internet Dictionaries“. *e-Lexicography: The Internet, Digital Initiatives and Lexicography*, 1-16. Ritstýrt af Pedro A. Fuertes-Olivera og Henning Bergenholtz. Continuum, London.
- Guðrún Kvaran. 1998. „Uppruni orðaforðans í „Íslenskri orðabók““. *Orð og tunga* 4:9-15.
- Hagstofa Íslands. (Án ártals). „Upplýsingatækni: Hlutfall nettengdra heimila í Evrópu 2014 %“. Sótt 15. janúar 2017 af <https://hagstofa.is/talnaefni/atvinnuvegir/visindi-og-taekni/upplýsingataekni/>.
- Ingólfur Bjarni Sigfússon. 2016. Viðtal höfundar við Ingólf Bjarna Sigfússon, yfirmann nýmiðladeildar RÚV, um hlaðvarp Ríkisútvarpsins, tekið 6. desember.
- Kristín Bjarnadóttir. 2001. „Verbal Syntax in an Electronic Bilingual Icelandic Dictionary: A Preliminary Study“. *Lexiconordica* 8:5-21.
- Krug, Steve. 2014. *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability*. New Riders, San Francisco.
- Laufey Leifsdóttir. 2008. „Íslensk orðabók í hálfá öld: Nokkur atriði um endurskoðun og endurnýjun Íslenskrar orðabókar“. *Orð og tunga* 10:47-60.
- Marklogic.com. 2016. „Search Developer's Guide“. Sótt 15. janúar 2017 af <https://docs.marklogic.com/guide/search-dev/wildcard>.
- Miller, Brian D. 2014. *Above the Fold: Understanding the Principles of Successful Web Site Design*. HOW Books, Blue Ash.
- Nations, Daniel. 2016. „What Is Web 3.0 and Is It Here Yet?: A Brief Intro to Web 3.0 and What to Expect“. Lifewire.com 30. maí. Sótt 15. janúar 2017 af <https://www.lifewire.com/what-is-web-3-0-3486623>.

- Nielsen, Jakob. 1997. „How Users Read on the Web“. Nielsen Norman Group 1. október. Sótt 15. janúar 2017 af <https://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/>.
- Nielsen, Jakob. 2006. „F-Shaped Pattern For Reading Web Content“. Nielsen Norman Group 17. apríl. Sótt 15. janúar 2017 af <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>.
- Nielsen, Jakob. 2013. „Website Reading: It (Sometimes) Does Happen“. Nielsen Norman Group 24. júní. Sótt 15. janúar 2017 af <https://www.nngroup.com/articles/website-reading/>.
- O'Reilly, Tim. 2005. „What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software“. O'Reilly.com. Sótt 15. janúar 2017 af <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=5>.
- Oddur Freyr Þorsteinsson. 2014. *Nýr fjölmiðill fæðist: Hlaðvarp og notkun þess á Íslandi*. Lokaverkefni til MA-gráðu í Blaða- og fréttamennsku. Háskóli Íslands.
- Racki, Kyle. 2015. „An In-Depth Guide To Launching Your Own Podcast“. Smashing magazine 13. júlí. Sótt 15. janúar 2017 af <https://www.smashing-magazine.com/2015/07/launching-your-own-podcast/>.
- Ragnar Hansson. 2016. Viðtal höfundar við Ragnar Hansson, umsjónarmann Alvarpsins á Nútímanum, um Alvarpið, tekið 15. nóvember.
- Sigurjón Ólafsson. 2015. *Bókin um vefinn: Sjálfshjálparver fyrir metnaðarfulla vefstjóra*. Iðnú, Reykjavík.
- Svensén, Bo. 2009. *A Handbook of Lexicography: The Theory and Practice of Dictionary-Making*. Cambridge university press, New York.
- Tinni Sveinsson. 2016. Viðtal höfundar við Tinna Sveinsson, þróunarstjóra 365, um hlaðvarp Vísis, tekið 22. nóvember.
- Usability.gov (Án ártals). „Online Surveys“. Sótt 15. janúar 2017 af <https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/online-surveys.html>.
- W3techs. 2016. „Usage of content management systems for websites“. Sótt 15. janúar 2017 af [https://w3techs.com/technologies/overview/content\\_management/all](https://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all).
- Watson, Stephanie. „How Podcasting Works“. Howstuffworks.com. Sótt 15. janúar 2017 af <http://computer.howstuffworks.com/internet/basics/podcasting1.htm>.

Wikipedia. 2015. „Wikipedia: Um verkefnið“. Sótt 15. janúar 2017 af [https://is.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Um\\_verkefni%C3%B0](https://is.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Um_verkefni%C3%B0).

Wikipedia. 2017. „History of podcasting“. Sótt 15. janúar 2017 af [https://en.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_podcasting](https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_podcasting).

Wroblewski, Luke. 2014. *Mobile First*. A book apart, New york.

# Könnun um notkun rafrænna orðabóka

Þessi könnun er liður í meistaraverkefni í hagnýtri menningarmiðlun við Háskóla Íslands. Hún er nafnlaus og svörin verða ekki rakin til einstakra þátttakenda.

Það tekur um tvær til fimm mínútur að svara henni. Þátttakendum er ekki skylt að svara neinni af spurningunum.

## 1. Hefur þú notað íslenskar orðabækur á netinu?

*Merktu aðeins við einn valkost.*

Já      *Farðu beint í spurningu 5.*

Nei      *Farðu beint í spurningu 2.*

*Farðu beint í spurningu 11.*

## 2. Hvers vegna ekki? (Merkja má við fleiri en einn möguleika).

*Merktu við allt sem við á.*

Vissi ekki að slíkt væri til

Hef ekki þurft þess

Finnst það óþægilegt

Vil ekki borga fyrir aðgang

Annað: .....

## 3. Finnst þér líklegt að þú munir nota einhverja af þessum orðabókum næsta ár héðan í frá? (Merkja má við fleiri en einn möguleika).

*Merktu við allt sem við á.*

[ordabok.is](http://ordabok.is)

[snara.is](http://snara.is)

[slangur.snara.is](http://slangur.snara.is)

[is.wiktionary.org](http://is.wiktionary.org)

Ritmálssafn Orðabókar Háskólans

Ekkert af þessu

Annað: .....

## 4. Hvaða kosti finnst þér íslensk orðabók á netinu þurfa að hafa?

.....

.....

.....

.....

.....

*Farðu beint í spurningu 11.*



5. Hvaða orðabækur hefur þú notað? (Merkja má við fleiri en einn möguleika).

*Merktu við allt sem við á.*

- [ordabok.is](http://ordabok.is)
- [snara.is](http://snara.is)
- [slangur.snara.is](http://slangur.snara.is)
- [is.wiktionary.org](http://is.wiktionary.org)
- Ritmálssafn Orðabókar Háskólans
- Annað: .....

6. Hve oft notar þú rafrænar orðabækur?

*Merktu aðeins við einn valkost.*

- Daglega
- Vikulega
- Mánaðarlega
- Sjaldnar
- Annað: .....

7. Hvers vegna notar þú rafrænar orðabækur? (Merkja má við fleiri en einn möguleika).

*Merktu við allt sem við á.*

- Vegna vinnu
- Vegna skóla
- Til fróðleiks
- Til skemmtunar
- Annað: .....

8. Hverjir finnst þér helstu kostir orðabókarinnar / -bókanna sem þú hefur notað?

.....

.....

.....

.....

.....

9. Hverjir finnst þér helstu gallar orðabókarinnar / -bókanna sem þú hefur notað?

.....

.....

.....

.....

.....

10. Hvaða kosti finnst þér íslensk orðabók á netinu þurfa að hafa?

.....

.....

.....

.....

.....

Farðu beint í spurningu 11.

## Bakgrunnsupplýsingar

Að lokum eru hér tvær spurningar um bakgrunn þinn.

11. **Aldur**

*Merktu aðeins við einn valkost.*

- 15 ára eða yngri
- 16-19 ára
- 20-29 ára
- 30-39 ára
- 40-49 ára
- 50-59 ára
- 60-69 ára
- 70 ára eða elri

12. **Kyn**

*Merktu aðeins við einn valkost.*

- Kk
- Kvk
- Annað

---

Keyrt af

 Google Forms