

## ЭРГОНОМИКА ВЕБ-САЙТА

*Ю.С. Ризен, научный руководитель  
П.В. Иванова, студентка группы 8Д81  
Томский политехнический университет  
E-mail: pvi3@tpu.ru*

### **Введение**

Из-за развития пользовательского опыта и повышения важности веб-ресурсов в обществе, инфраструктура интернет-ресурсов находится в постоянном развитии и нуждается в постоянном улучшении [1].

### **Критерии эргономичного сайта**

Изучение теоретического материала по UX/UI дизайну установило, что критериями эргономичного веб-сайта является размещение изображений в левой части страницы, а текстовой информации – в правой. На подзаголовки люди обращают больше внимания, чем на изображения, однако визуальная составляющая все еще играет важную роль при оформлении веб-сайта, поскольку образы, представленные в виде изображений, особенно те, что вписаны в окружность или имеют скругленные углы, остаются в памяти человека. Возвращаясь к заголовкам и подзаголовкам, они должны быть краткими и запоминающимися. Печатные шрифты, используемые для длительного чтения, также повышают качество восприятия текста. Следующим критерием является цветовая гамма и контрастность цветов, используемых при оформлении сайта, подобранные в соответствии с назначением веб-ресурса, а также учетом целевой аудитории. Последним важным параметром является композиция веб-страницы, подразумевающая под собой четкую структуру представленного материала, учет траектории просмотра страницы (Z- и F-паттерн), в зависимости от которого разработчики выстраивают композицию страницы.

Можно провести параллель между потребностями в поиске контента в интернете с потребностями человека в обычной жизни. Сделать это можно на пирамиде потребностей Маслоу, поскольку она отражает все аспекты, необходимые человеку для качественной жизни [2].

Иерархию, представленную в пирамиде потребностей можно переформулировать следующим образом: физиологические потребности, относящиеся к базовым потребностям для жизни в целом, можно представить в виде функциональности веб-сайта. Потребность в безопасности приравнивается к потребности в надежности, что означает стабильную работу сайта. Социальные потребности и потребности в признании объединяются под видом потребности в удобстве. Самореализацию можно представить в виде доставления удовольствия от пользования веб-сайта, поскольку качественный интерфейс должен не только выполнять свои основные обязанности, но и производить хорошее впечатление [3].

### **Анализ методов UX/UI исследований**

UX исследования обеспечивают понимание потребностей пользователей, их мотивацию и цели, приведшие их на тот или иной сайт. Коммерциализация интернета привела к тому, что создание качественного интерфейса стала первостепенной задачей для разработчиков [4]. Количественный метод исследования подразумевает под собой опору на число тестируемых, что позволяет выявить усредненный ответ по итогам опроса, установить сколько человек выполнили определенное действие, к примеру. Качественный метод концентрируется на качественной оценке продукта, на причинах того, почему участник опроса совершил то или иное действие [5].

Опыт совместного использования обоих методов дает положительные результаты. Тем не менее, перед выбором стратегии проведения исследования, необходимо оценить возможности, ресурсы, в том числе и временные. Суть первой заключается в проведении одного и того же исследования двумя методами – количественным и качественным, но по отдельности друг от друга. Так, удастся получить данные, основанные на совпадающих результатах, полученных в разное время при разных способах проведения исследования. Вторым вариантом является параллельное использование методов исследования, чья задача заключается в расширении и насыщении концептов. Последний вариант – проведение количественного и качественного метода исследований друг за другом. Так, получается логичный переход от одного этапа к другому [6].

## Применение критериев на практике

Далее для проверки точности критериев эргономичного веб-сайта необходимо провести разбор максимально похожих друг на друга по структуре веб-страниц. Были выбраны две страницы «Cosmopolitan» и «IRecommend», представленные на рисунке 1.



Рис. 1. Страницы сайтов «Cosmopolitan» и «IRecommend»

Для того, чтобы подтвердить или опровергнуть данное высказывание необходимо провести сравнительный анализ, оформленный в таблице. В ней представлен перечень критериев эргономичного веб-сайта, а также поля для проставления оценок по 3-ех бальной системе в таблицу 1. В данной системе 1 балл означает полное несоответствие критерию, 2 балла – частичное соответствие, 3 балла говорят о полном соответствии критериям эргономичного веб-сайта.

Таблица 1. Критерии сайтов

Критерии	Cosmopolitan	IRecommend
Расположение текста и изображений	1	2
Скругленные углы	1	3
Короткие запоминающиеся заголовки	3	2
Печатный шрифт основного текста	3	1
Соответствие цветовой гаммы контенту	3	3
Контраст	3	2
Гармония	3	3

По результатам сравнительного анализа сайт «Cosmopolitan» получил 17 баллов из 24 возможных, а сайт «IRecommend» набрал 16. Малый разрыв можно объяснить колористикой сайта. Белый цвет ассоциируется с чистотой, светом, радостью и прочими приятными для человека вещами. Он также является наиболее контрастным, по сравнению с тем же бежевым, использованным сайтом «IRecommend», почему и привлекает наше внимание практически моментально.

## Заключение

В процессе работы была установлена и подтверждена при помощи сравнительного анализа гипотеза о критериях эргономичного сайта, выявлен наилучший способ проведения исследований оценки эргономических характеристик разработчиками веб-страниц.

## Список использованных источников:

1. Горностаева Е.А. Современные проблемы дизайна сайтов и вызовы нового времени / Е.А. Горностаева // Молодой ученый. – 2015. - № 1. – С. 38-40.
2. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб.: Евразия, 1999. – 105 с.
3. Уолтер А. Эмоциональный веб-дизайн / А. Уолтер.–М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 144 с.
4. Манаков В.П. Исследование формальных оценок качества UI/UX сайтов / В.П. Манаков, Е.А. Бизюк, А.В. Бизюк // Бионика интеллекта. – 2017. №2 (89). – С. 132-137.
5. 21 метод UX-исследований // URL: <https://habr.com/ru/> (дата обращения 09.11.20).
6. Савинская О.Б. Концептуальные представления о стратегиях смешивания методов (mixed methods research): этапы развития и современные дискуссии / О.Б. Савинская, А.Г. Истомина, Т.Ю. Ларкина, К.Д. Круглова // Социологические исследования. – 2016. № 8. С. 21-20.