



Юзабилити

Хороший сайт — удобный сайт

Где же на этом сайте раздел Downloads? Как мне найти здесь то, что нужно? Почему результаты поиска такие бестолковые? О чем вообще, черт побери, этот сайт? Эти и многие другие вопросы возникают оттого, что разработчики сайта уделили недостаточно внимания удобству его использования. Между тем юзабилити — это целая наука о том, как сделать пользование сайтом максимально комфортным.

Организация юзабилити web-сайта — одна из сфер эргономики, науки об удобстве использования всех создаваемых человеком предметов. Эргономика решает, какую форму должны иметь бытовые приборы, какой высоты должны быть ступеньки на лестнице, как должны располагаться рычаги управления в кабине пилота и т. д. Конечно, то, что удобно для одного человека, необязательно подойдет другому, но эргономика и не стремится всех под одну гребенку. В задачу этой науки входит разработка общих принципов, на основании которых для каждого человека можно создать вещь, пользоваться которой будет комфортно именно ему.

К удобству сайтов применим тот же подход, что и к любым другим предметам. На основе исследований поведения пользователей сайта специалисты делают выводы:

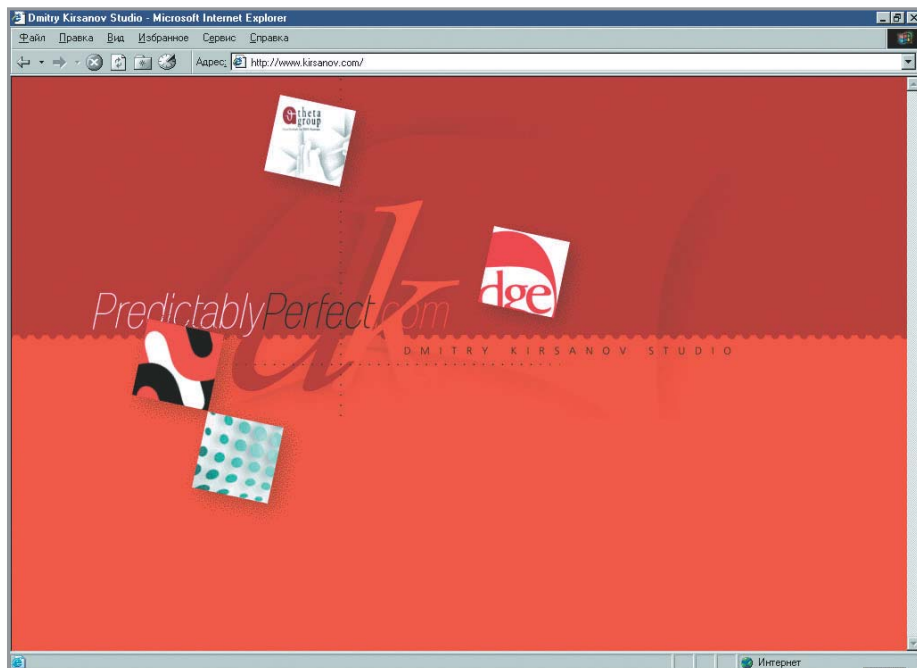
- ▶ как добиться того, чтобы на выполнение своих задач пользователь тратил как можно меньше сил, интеллектуальных ресурсов, времени и средств;
- ▶ как избежать частого механического повторения одинаковых действий;
- ▶ как решать проблемы, возникающие у пользователя во время работы.

Многие из выводов касаются разработчиков браузеров и другого программного обеспечения, но для тех, кто занимается сайтами, наука об удобстве тоже подготовила свои рекомендации.

Первое и главное правило удобства сайтов: разработчику всегда следует смотреть на свою работу глазами пользователя.

Именно он является конечным потребителем сайта, поэтому его ожидания и интересы должны учитываться в первую очередь. Так чего же хочет пользователь? »

► www.kirsanov.com — студия Дмитрия Кирсанова. Сайт господина Кирсанова, который написал известную книгу «Веб-дизайн». Навигация по сайту осуществляется с помощью постоянно меняющихся изображений-ссылок. Вам понятно, куда ведут эти ссылки? А как пользоваться таким сайтом?



» Простота – залог успеха

Пользователь любит простоту и ясность. Попав на незнакомый сайт, он хочет сразу узнать, чему этот ресурс посвящен и какую информацию может предоставить. Если это сразу непонятно, посетитель, скорее всего, покинет страницу. На знакомом сайте он уже знает, чего ожидать, и поэтому постарается поскорее получить нужную информацию, после чего двинется дальше.

Из этого следует, что оформительские изыски, любимые многими разработчиками сайтов, могут сослужить медвежью службу. Пользователю обычно не до того, чтобы возмущаться художественной ценностью сайта. Он хочет в короткие сроки узнать то, что ему нужно, и перейти к другим делам. Чем сложнее внешний вид сайта, тем вероятнее, что пользователь останется недоволен.

Требование простоты и ясности касается также структуры сайта и названий его разделов. Не стоит называть архив новостей «Лавкой древностей», а раздел с документацией — «Имперской канцелярией». Возможно, такие метафоры и отражают творческую натуру разработчиков, но пользователю они повергают в недоумение.

Некоторые организации создают сайты со структурой, соответствующей внутреннему устройству самой компании. На сайте есть разделы «Руководство», «Отдел продаж», «Пресс-центр» и им подобные. Однако посетителя, не работающего в этой

организации, мало интересует ее устройство. Для него гораздо важнее, что эта компания может предложить лично ему. Поэтому правильнее структурировать сайт в соответствии с целями пользователей. Клиента с большей долей вероятности привлекут названия «Продукция», «Новости», «О компании».

Великая сила привычки

Пользователь не любит необычного интерфейса. Если на сайте используются нестандартные элементы управления или, что еще хуже, изменены элементы стандартные — посетитель останется сайтом недоволен. Например, многие привыкли к тому, что гиперссылки обычно подчеркиваются. Поэтому на сайтах, где они не подчеркнуты, их часто просто не находят. И наоборот, если подчеркнуть текст, не являющийся ссылкой, многие посетители будут безуспешно пы-

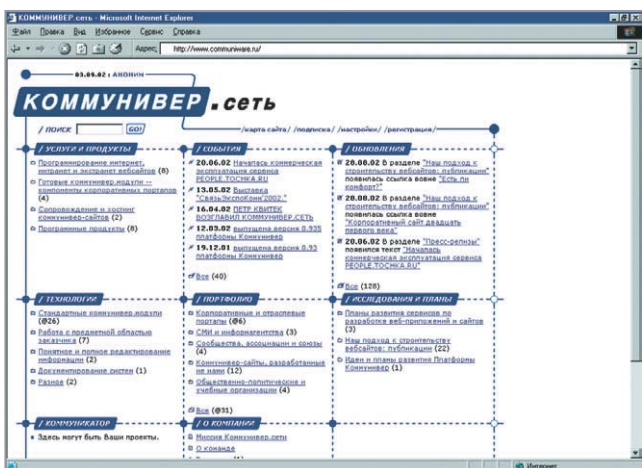
таться по нему щелкнуть. Пользователи также привыкли к тому, что кнопка «Назад» на панели инструментов браузера приводит их к странице, на которой они были до этого. Если такую возможность отнять (например, с помощью сценария JavaScript или путем открытия ссылок в новом окне), это будет неудобно. Также не следует изменять вид элементов управления, привычных для пользователя. Если полоса вертикальной прокрутки вдруг становится темно-зеленой с ярко-желтыми стрелками — посетитель может решить, что это ошибка его браузера.

Равнение на ленивых

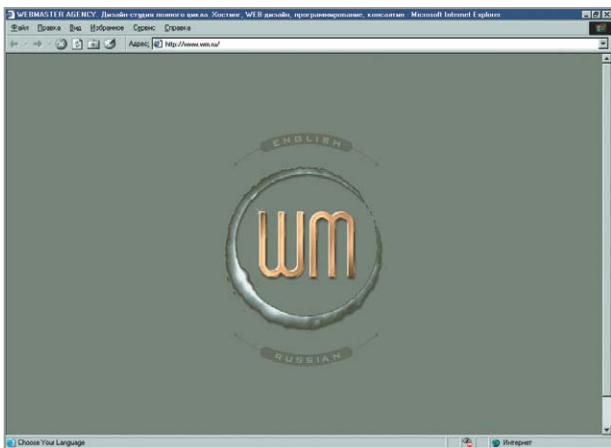
Пользователи не любят совершать лишних действий. Многие специалисты в области юзабилити сайтов рекомендуют разрабатывать навигацию таким образом, чтобы любая информация была доступна не более чем за два перехода с главной страницы. На крупных сайтах с большими объемами контента этого добиться трудно, но о максимальном сокращении маршрутов пользователей все равно следует позаботиться.

Страницы-заставки (так называемые «сплэш-страницы»), не содержащие ничего полезного, также доставляют дополнительные неудобства. Вместо того чтобы сразу получить то, за чем он пришел, ваш гость вынужден лишний раз щелкать по ссылке и еще некоторое время ждать загрузки основной страницы.

На многих сайтах есть система поиска, на которую ведет ссылка с главной страницы. Но пользователю гораздо удобнее, если фор-



► www.comuniware.ru — разработчик сетевых решений. Одна из самых распространенных ошибок: шрифт слишком мелкий и неудобочитаемый, но фиксированный и поэтому во многих браузерах не увеличивается. Для пользователей со слабым зрением или старыми мониторами этот ресурс неудобен



◀ **www.wm.ru** — студия web-дизайна. Заставка затрудняет вход пользователя на сайт. Ссылки «English» и «Russian» ведут к англоязычной и русскоязычной версиям сайта соответственно. Но центральный круг тоже является ссылкой. Как вы думаете, куда он ведет? Ни за что не угадаете: на эту же самую страницу

» ма простого поиска будет находиться непосредственно на ней. Это также избавляет его от необходимости лишнего перехода по ссылке. Без крайней необходимости пользователь не склонен обращаться и к прокрутке. Поэтому всю важную информацию на странице следует располагать в пределах одного экрана. Все, что выходит за его пространство, большинство людей не увидят. Также необычайно раздражает горизонтальная полоса прокрутки. Крайне неудобно, если для просмотра сайта приходится постоянно перемещать стрелку мыши то к правой границе окна, то к левой. Разработчику сайта следует сделать все возможное, чтобы горизонтальная прокрутка не появлялась даже при уменьшении окна браузера по горизонтали.

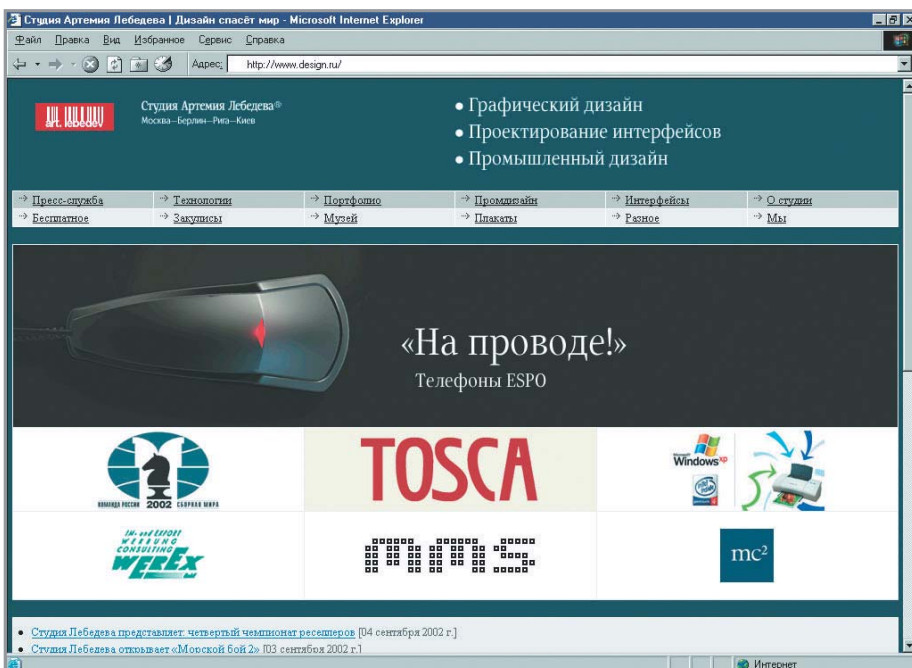
Ждать никто не любит

Пользователь не любит ждать: если сайт загружается слишком долго, он часто прерыв-

вает загрузку и идет на другой ресурс. Считается, что при средней скорости загрузки web-страница должна загружаться не более 10 секунд. На практике это означает, что ее размер со всеми изображениями не должен превышать 50–60 Кбайт.

Если страница все-таки велика, разработчику нужно позаботиться о том, чтобы в браузере она могла отображаться по мере загрузки по частям. Так, многие сайты верстаются с применением таблиц, которые обычно не отображаются на экране, пока не загрузятся полностью. Это увеличивает время ожидания пользователя.

Также не следует использовать сложных клиентских скриптов, элементов ActiveX и других компонентов, требующих значительных ресурсов компьютера пользователя. Это не только увеличивает время отображения страницы, но и может привести к сбою на слабых или плохо настроенных ПК.



О пользе дружелюбия

Посетителя раздражают баннеры, счетчики, анимированные изображения, фоновые иллюстрации, всплывающие окна, фоновая музыка, бегущие строки и текст, размер шрифта которого меняется при наведении мыши. Всех этих элементов нужно избегать.

Многие браузеры позволяют отключать анимацию, всплывающие окна, фоновую музыку и другие раздражающие элементы. Кроме того, существует немало программ, отфильтровывающих счетчики и баннеры. Квалифицированный пользователь обычно настраивает браузер так, чтобы не видеть этого «мусора». Но гораздо лучше, если уважение к пользователю проявит сам разработчик сайта, избавив его от необходимости защищаться от нежелательных элементов.

Удобству сайта служит также размещение на каждой его странице традиционных элементов интерфейса.

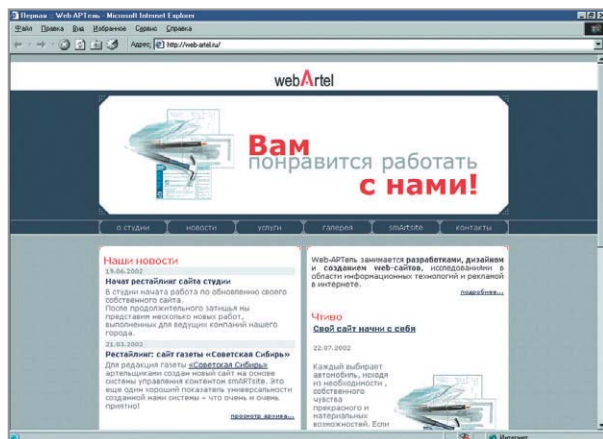
▶ Заголовок и (или) логотип сайта, являющийся, кроме того, ссылкой на главную страницу. Благодаря этому заголовку посетитель всегда будет знать, на каком сайте он находится, а также сможет при желании в любой момент переместиться на главную страницу. Это особенно полезно для пользователей, которые с помощью поисковых машин или переходов с других сайтов попали на промежуточную страницу сайта, а не на главную.

▶ «Хлебные крошки» или другие компоненты, сообщающие о том, в каком месте сайта пользователь находится в данный момент. Эти компоненты играют ту же роль, что и значок «Вы находитесь здесь» на городских схемах.

▶ Панель навигации по основным разделам сайта позволит пользователю легко понять структуру сайта и сразу переместиться в необходимый раздел с любой страницы. »

◀ **www.design.ru** — «Студия Артемия Лебедева». Загадочная панель навигации. Расположение ссылок в два ряда непривычно для пользователя. Названия разделов непонятны. Например, чем отличается раздел «О студии» от раздела «Мы»? Что такое «Закулисье»? Страницу заполняют баннероподобные изображения-ссылки, в то время как действительно интересная информация едва выглядывает из-за нижней границы окна. А форма для поиска по сайту находится и вовсе в самом низу страницы

► **www.web-artel.ru** — студия web-дизайна. Левиную долю экрана занимает самореклама, совершенно бесполезная для пользователя. А чтобы добраться до полезной информации, приходится пользоваться прокруткой



» ► «Подвал» страницы, в котором обычно повторяется панель навигации, а также располагаются знаки авторского права и прочая служебная информация, сообщает пользователю о том, что страница закончилась и больше ничего загружаться не будет.

Сайт должен служить людям

Разрабатывая сайт, нужно уделить внимание тестированию его удобства. Для этого существуют разные способы, начиная от приглашения серьезных экспертов и заканчивая демонстрацией сайта своим знакомым. Но главным при тестировании остается следующий принцип: удобство или неудобство сайта проявляется прежде всего при его использовании для конкретных задач.

Часто бывает, что на первый взгляд web-ресурс производит приятное впечатление — в основном за счет красивого оформления. Но при попытке получения необходимой информации пользователь сталкивается с массой проблем. Такая ситуация означает, что разработчику следует изменить структуру или дизайн сайта, чтобы он в большей степени отвечал

принципам юзабилити. Возможно, для этого придется отказаться от каких-то своих идей и разработок — но ведь, в конце концов, разработчик делает сайт не для себя, а для пользователей. Многие недостаточно квалифицированные разработчики считают, что строгое соблюдение принципов удобства лишит сайт индивидуальности и сделает его незаметным. Это совсем не так.

В Интернете немало сайтов, которые обладают индивидуальностью и интересным дизайном, но при этом удобны для пользователя. В конце концов, в поэзии или музыке никому ведь не приходит в голову придумывать собственные буквы или ноты.

Удобство — далеко не единственное требование к хорошему web-ресурсу. К другим обязательным качествам относятся информативность, полезность, компетентность, грамотность, совместимость сайта с различными браузерами, доступность для пользователей с ограниченными возможностями. Но все они окажутся бесполезны, если посетителю будет неудобно работать с сайтом.

■ ■ ■ Ростислав Чебыкин

► **www.x-project.ru** — студия web-дизайна. Приходится достаточно долго ждать, пока загрузятся 63 изображения общим объемом 170 Кбайт. А синие ссылки на синем фоне напоминают разве что черную кошку в темной комнате



Что говорят мэтры?

О том, как создавать удобные с точки зрения пользователя ресурсы, написано немало книг с различными рекомендациями для разработчиков. На мой взгляд, наиболее полезны следующие:

1. Я. Нильсен. «Веб-дизайн». СПб, «Символ», 2000.

Якоб Нильсен — пожалуй, самый авторитетный в мире специалист по обеспечению удобства использования сайтов.

В его книге перечислены все самые распространенные ошибки разработчиков, а также многие факторы, способные ухудшить юзабилити, от использования фреймов до неудобочитаемых имен сайтов. Выводы и рекомендации Нильсена основываются на тщательных исследованиях и подкреплены конкретными цифрами и примерами. Книга переведена на 20 языков.

2. С. Круг. «Веб-дизайн, или Не заставляйте меня думать!». СПб, «Символ», 2001.

Стив Круг — известный консультант по удобству сайтов. Его книга написана легким языком, с большой долей юмора. Отличительная особенность книги — множество конкретных рекомендаций по тестированию удобства сайтов.

3. Я. Нильсен, М. Тахир. «Дизайн Web-страниц. Анализ удобства и простоты использования 50 узлов». «Вильямс», 2002.

Вторая книга Якоба Нильсена, написанная в соавторстве с Мари Тахир, посвящена разработке заглавной страницы сайта. Книга содержит 113 основополагающих принципов удобства заглавной страницы, которые иллюстрируются на примере 50 известных сайтов, таких как Amazon, Google и CNN. Этот труд не без оснований претендует на то, чтобы стать библией современного разработчика сайтов.

4. Т. Сакс, Г. Мак-Клейн. «Дизайн и архитектура современного веб-сайта. Опыт профессионалов». «Вильямс», 2002.

В книге исследована роль впечатлений пользователей в процессе разработки сайта. Описаны методы привлечения посетителей к разработке и тестированию сайта. Книга в основном касается сетевых магазинов и других коммерческих web-проектов, для которых привлечение и удержание пользователей особенно важно для существования.