

МЕТОДИКА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ЭРГОНОМИЧНОСТИ ВЕБ-САЙТОВ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Рыбак Ю. А.

Ткачева Л.Т. – канд. техн. наук

Целью работы является разработка особой методики повышения эффективности и эргономичности веб-сайтов. Используя данную методику, разработчики могут с легкостью придерживаться концепции разрабатываемого продукта и в то же время обеспечить должный уровень эффективности и эргономичности.

Прежде всего, у сайта должна быть логичная структура, понятная система навигации и интерфейс [1]. Основное место на сайте нужно отвести той информации, ради которой он и был создан.

Проект сайта – первое, что должен сделать разработчик перед его созданием. Даже если это небольшой сайт-визитка в несколько страниц, для него в обязательном порядке нужно составить техническое задание, где были бы установлены все необходимые задачи и требования клиентов. Но даже разрабатывая подробное техническое задание и проект, многие почему-то не уделяют внимание такому важному аспекту в создании интернет-ресурсов, как архитектура.

Архитектура сайта – понятие, в котором есть два связанных между собой аспекта, а именно контент и оптимизация. Под архитектурой воспринимают систему организации файлов, страниц и информации, содержащейся на сайте [2]. Если данной системы нет или она была сделана неправильно еще при начальном этапе разработки, в будущем это может очень сильно усложнить жизнь посетителям сайта.

Доведенная до совершенства система навигация считается, когда пользователь, находясь на любой странице всегда может ответить на следующие вопросы:

- где я сейчас нахожусь;
- куда я могу сейчас отправиться;
- какие части сайта я уже посетил.

Контент – любое наполнение информацией ресурса, все то, что можно загрузить на диск компьютера, соблюдая принятой законности [3].

Создание контента, является очень трудоемким занятием, здесь важна каждый шаг, каждая мелочь. Ведь без хорошей наполненности информации сайта не имеет смысла сам дизайн. Чтобы ресурсы поисковой системы хорошо воспринимали сайт, контент обязан быть уникальным, грамотным и уместным. Ведь если он не уместен, смысл нахождения пользователя на сайте сводится к минимуму. Поэтому необходимо подходить очень серьезно к данному вопросу, а именно к наполненности информацией сайта. Главное, чтобы контент был привлекателен посетителям, а не только находился на первых страницах в поисковике.

Большинство сайтов построено по блочному принципу, а именно шапка сверху, меню слева, посередине информация, а справа блок для рекламы.

Возможно усложнить структура, например добавить дополнительное меню под шапкой. Такая структура хорошо подходит для информационного портала, здесь много оставлено места для ссылок на разные разделы.

При построении сайта по этой методике обязательно нужно следовать пошаговой рекомендации.

1. Просмотр аналогов. Прежде чем приступать к созданию макета сайта нужно просмотреть все возможные аналоги. При их рассмотрении, выделять плюсы и минусы макетов сайта, чтобы не повторять чужие ошибки.

2. Изучение целевой аудитории. В данном случае лучше обратится к конкурентам и узнать действительную целевую аудиторию, а не полагаться на свое мнение, ведь в большинстве случаев оказывается совсем другой итог.

3. Разработка навигации. Очень важный пункт при создании сайта, именно для повышения эргономичности. От того, насколько логично настроена навигация, зависит, будет ли пользователь долго находится на веб ресурсе и вернется ли он снова за получением информации.

4. Создание модульной сетки. Модульная сетка – отличный помощник при создании макета. Она помогает сделать сайт аккуратным и легким, а структурность элементов обеспечивает более быстрое считывание информации.

5. Цветовая палитра. В данном шаге рассматриваются цветовые ассоциации людей, а также определяется, какие цвета могут максимально соответствовать тематике сайта.

6. Разработка дизайна области контента.

7. Создание шапки сайта. Важный элемент при структурировании сайта. В данной области, нужно суметь лаконично расположить всю необходимую информацию, которая может понадобится в первые секунды просмотра посетителя. Дизайн шапки должен быть сделан в том же стиле, что и основной контент.

8. Создание подвала сайта. В данном элементе, для повышении эргономичности, обязательно должны располагаться ссылки на часто запрашиваемые страницы и социальные сети, а так же контакты и местоположение компании.

Список использованных источников:

1. Джесс Гарретт. Веб-дизайн. Элементы опыта взаимодействия издания – СПб: Издательство: «Символ-Плюс», 2008, – 192 с.
2. Сьюзан Уэйншенк. Интуитивный веб-дизайн. – М. Издательство: «Эксмо». 2011 – 160 с.
3. Эрин Киссейн. Основы контентной стратегии – М. Издательство: Манн, Иванов Фербер, 2012. – 40 с.