

ФОРМИРОВАНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ЭРГОНОМИКИ И ПСИХОЛОГИИ К ПРИЛОЖЕНИЮ В ВЕБ-РАЗРАБОТКЕ

Зинчук В. В.

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

В.К. Шелег, доктор технических наук, профессор

Разработаны требования эргономики и психологии к приложению в веб-разработке. Описаны факторы успешной разработки и продвижения продукта в веб-пространстве.

Поскольку все больше брендов стремятся быть заметнее на фоне множества конкурентов, тренд на использование ярких и смелых цветов в дизайне веб-сайтов сохраняется. Цветовая палитра должна одновременно привлекать и не вызывать слишком много внимания. В процессе разработки важна идея одновременно иметь несколько цветовых для привлечения внимания различных групп лиц.

Сама концепция дизайна приложения должна быть построена с учетом базовых принципов в психологии и эргономике. С точки зрения эргономики могут быть учтены базовые вещи такие, как : поле зрения человеческого глаза для лучшей усвояемости информации, продолжительность движения глаз. Размещение элементов очень важно для усвояемости человеческим глазом, именно поэтому основные блоки для взаимодействия с приложением, должны быть реализованы большими размерами и пользователю хотелось бы первым делом смотреть в эти места. Использование появляющегося бокового меню снижает уделяемое внимание пользователя, так как это не столь важная часть функционала. Разделение контента по страницам должно быть реализовано с учетом приоритета информации [1].

Для пользователей приложения важно не размещать слишком много информации на основном экране, информация воспринимаемая с прямого взгляда воспринимается на 60% [1]. Однако, чтобы пользователь не упустил важные детали нужно создавать активные элементы, побуждающие пользователя на действия и прочтение. Таким образом, чтобы решить данный вопрос нужно размещать разные виджеты, которые станут активными после нажатия на кнопки действия.

Человеческий мозг так устроен, что информация лучше усваивается через интуитивно близкие картинки и иконки. Поэтому важным аспектом разработки является правильный подбор иконок. Например, для улучшения усвояемости о рейтинге возможно использовать вместо слов и цифр систему ранжирования с иконками «звездочек» по 5-ти бальной шкале. Это значительно разгружает зрительные ресурсы пользователя, ему не надо тратить время на чтение, он интуитивно примет оценку из учета количества закрашенных «звездочек».

Различные уведомления могут быть реализованы при помощи всплывающих нотификаций. При различных действиях со стороны пользователя он сможет наблюдать отзыв от приложения. В этом заключается психологический момент, каждому человеку важно видеть ответную реакцию на его действия.

Цветовая палитра имеет большой эффект на усвояемость информации пользователем. Правильное оформление страниц может поставить акцент на важную информацию и побуждать пользователя к действию [2].

С точки зрения колористики, требуется провести анализ наиболее приятных цветов, при этом побуждающих пользователя на активные действия. Важным моментом является выбор количества цветов в палитре. Наиболее оптимальным количеством является три цвета. Необходимо

комбинировать как контрастными цветами, так и взаимодополняющими. Монотонность может понизить рейтинг сайта очень быстро, вялость пользователей и чрезмерная спокойность их восприятия погубит продвижение продукта на рынке. Основных цветов шесть: красный, зеленый, желтый, синий, оранжевый и фиолетовый. Комбинация данных цветов может усиливать эффект внимания.

Нельзя упустить значимость звучного названия приложения. Название продукта имеет высокую роль в развитии и продвижении. Название должно быть кратким, но и ёмким для пользователя [3]. Одной из целей хорошего названия является запоминаемость и ассоциативность с идеей продукта.

Совокупность всех описанных факторов влияет на посещаемость приложения и прирост новых пользователей. Сайт может заочно стать приятным и привлекательным для пользователя, который не провел большое количество времени на данном ресурсе. Под всех пользователей подстроится невозможно, но правильное использование техник психологии и эргономики, позволяет покрыть максимально возможный спектр заинтересованных в продукте людей.

Список использованных источников:

1. *Эргономика сайта(юзабилити) . пояснения , подсказки, пагинация , прокрутка, структура сайта, элементы навигации Программный и веб интерфейсы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://intellect.icu/ergonomika-sajta-yuzabiliti-rojasneniya-podskazki-paginatsiya-prokrutka-struktura-sajta-elementy-navigatsii-programmnyj-i-veb-interfejsy-177>. – Дата доступа: 17.04.2020*
2. *Колористика в веб-дизайн [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://intellect.icu/koloristika-v-veb-dizajn-180>. – Дата доступа: 17.04.2020*
3. *Психология в Web-дизайне [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://intellect.icu/psikhologiya-v-web-dizajne-3857>. – Дата доступа: 17.04.2020*