ТЕМА 11. ЮЗАБІЛІТІ

Питання:

1. Юзабіліті

2. Основний принцип юзабіліті

3. Вимоги юзабіліті до дизайну електронних документів

4. Вимоги юзабіліті до веб-навігації

1. ЮЗАБІЛІТІ

⯎ Юзабіліті – ступінь зручності використання продукту ( ≈ ергономічність).

⯎ Юзабіліті – методика забезпечення зручності використання продукту.

2. ОСНОВНИЙ ПРИНЦИП ЮЗАБІЛІТІ

**⯎ Основний принцип Юзабіліті**:

🖎\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Чому це важливо для веб-дизайну:

1. Конкуренція веб-сайтів.

2. «Технологія» вивчення веб-сайтів користувачами:

• ми не читаємо веб-сторінки, ми їх переглядаємо;

• зазвичай ми вибираємо не оптимальний варіант дій на сайті, а той, який першим спав на думку;

• ми часто не замислюємося, як працює Інтернет, ми просто робимо «як вийде».

3. ВИМОГИ ЮЗАБІЛІТІ ДО ДИЗАЙНУ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКУМЕНТІВ

На екрані читачі легше сприймають текст, який відповідає таким вимогам:

• короткі речення;

• короткі рядки;

• короткі абзаци;

• прості формулювання;

• виключка – по лівому краю;

• у тексті використані і великі, і малі літери;

• кількість застосованих гарнітур шрифту – не більше трьох-чотирьох;

• використані шрифти є читабельними;

• у тексті добре продумана візуальна ієрархія інформації (тобто візуально виділена основна, другорядна та допоміжна інформація);

• кількість виділених фрагментів тексту (підкреслення, напівжирний, курсив, розріджений шрифт, великі літери, декоративні гарнітури тощо) – невелика.

Рекомендації щодо оформлення таблиць:

• завжди залишайте достатній зазор між текстом клітинки та її межами;

• у заголовках застосовуйте вирівнювання по центру;

• межі у таблицях оформлюйте тонкими лініями;

• не використовуйте декілька стилів ліній;

• уникайте використання подвійних ліній;

• не використовуйте декілька стилів оформлення клітинок;

• доцільно формувати таблицю так, щоб було виділено лише один рядок (колонку або клітинку) з найважливішим результатом.

Рекомендації щодо оформлення графіків і діаграм:

• використовуйте контрастні кольори для різних графіків (ще краще – різні штрихування);

• не використовуйте шрифт менше 10 пунктів;

• виділіть найважливіший графік;

• не зловживайте ефектами об'єму.

Загальні правила оформлення електронних документів:

• мінімум тексту;

• достатньо порожнього простору;

• мінімум візуального шуму;

• чітка візуальна ієрархія;

• дотримання принципів побудови гармонійної графічної композиції;

• частина інформації подана у графічному вигляді (малюнки, схеми тощо).

4. ВИМОГИ ЮЗАБІЛІТІ ДО ВЕБ-НАВІГАЦІЇ

П'ять обов'язкових елементів глобальної навігації:

**1. Логотип і назва сайту**

Логотип і назва сайту виконують для нього ту саму роль, що й вивіска на вході до якоїсь установи.

**2. Панель розділів сайту (меню)**

Меню містить посилання на розділи, які становлять верхній рівень ієрархії у змістовній структурі сайту.

**3. Список сервісів**

Сервісами називають посилання на «службові» компоненти сайту, які не належать до змістовної структури сайту.

**4. Посилання на початкову сторінку**

**5. Посилання на сторінку пошуку**

Інтерфейс повинен допомагати користувачу відповісти на 3 фундаментальні запитання:

**• Де я?**

**• Де я був?**

**• Куди я можу піти?**

На запитання «Де я?» користувачу допомагають відповісти:

а) логотип і назва сайту (показують місцезнаходження користувача в Інтернеті);

а) покажчики, тобто виділення поточної позиції в усіх навігаційних меню;

б) «хлібні крихти».

«Хлібні крихти» показують тільки шлях від початкової сторінки до поточного місцезнаходження. Недолік «хлібних крихт» у тому, що з їхньою допомогою неможливо повністю показати ієрархію сайту.

Поради щодо організації «хлібних крихт»:

використовуйте «хлібні крихти» як доповнення до основної навігації;

розміщуйте «хлібні крихти» у верхній частині сторінки над змістом сторінки;

між рівнями використовуйте символ > («більше»);

застосовуйте невеликий розмір шрифту – саме для того, щоб показати, що це лише доповнення до основної навігації сайту;

застосовуйте жирне зображення для останнього елемента у списку;

не використовуйте «хлібні крихти» замість назви сторінки.

На запитання «Де я був?» користувачу допомагають відповісти відвідані гіперпосилання. Для оформлення гіперпосилань доцільно використовувати стандартні кольори: для невідвіданих – синій, для відвіданих – фіолетовий.

На запитання «Куди я можу піти?» користувачу допомагає відповісти логічна панель розділів сайту (меню) та невідвідані гіперпосилання.