

УДК 766 + 004.738.52 + 004.92

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ДИЗАЙНА ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ

А.А. Колесова

В статье рассматриваются пути дизайнерского решения при проектировании WEB-ресурсов, критерии оценивания интерфейса, влияющие на популярность у потребителя; анализируются труды известных ученых с точки зрения дизайна интерфейса.

Ключевые слова: WEB-дизайн, сайт, интерфейс.

Сегодня благодаря интернету мы имеем возможность знакомиться с информацией из любой точки мира, не выходя из дома. Просматриваем фото, видео товаров и услуг, читаем отзывы, совершаем заказы. Интернет-

покупки все больше набирают популярность. Поэтому сайт – это мощное средство для продвижения бизнеса. И Web-дизайн играет далеко не последнюю роль в популярности сайта у потенциального потребителя.

Сайт является визитной карточкой в сети интернет. Пользователь оценивает сайт за первые несколько секунд. От этих секунд во многом зависит, совершит он в дальнейшем покупку или нет.

Из того, как выглядит и насколько удобен сайт, формируется степень уважения и доверия к организации. Веб-дизайнеры зачастую оказываются перед выбором, чем привлечь посетителя контента – богатой функциональностью или выразительной графикой и анимационными эффектами. Сложно сделать в равной степени красиво и удобно. Красота способна привлечь зрителя, но если сложно ориентироваться на сайте, то надолго пользователь не задержится. Дилемма возникает между всего лишь двумя критериями, в то время как их гораздо больше и представляют собой целый функциональный комплекс. Существует два пути к решению поставленных задач: артистический, направленный на самовыражение дизайнера, и технический, призванный максимально удовлетворять запросы пользователя. Артистический – это путь создания произведения искусства, где автор не обязан доходчиво трактовать свое индивидуальное видение мира, оно может кардинально не совпадать с восприятием зрителя. Дизайнер же не может позволить себе быть непонятым, вынужден подстраиваться и угадывать ход мыслей своего потребителя. Дизайн не искусство, а ремесло, в котором основной целью должно быть обеспечение посетителя сайта интуитивно понятным интерфейсом. Индустрию дизайна можно поставить на поток, штамповать, как на заводском станке [1]. Использование шаблонов значительно упрощает работу, ее могут применять даже не посвященные в дизайн люди. Данный подход экономит время и силы, но готовый дизайн сайта лишает нас творческого процесса. Такое сайтостроение широко используется, подходит для проектов, которые необходимо выполнить в короткий срок и не требуют индивидуального подхода.

Создавая сайт быстро и по доступной цене, дизайнер отвечает на запросы современного общества, что приносит ему быструю и легкую прибыль, но не приносит удовлетворения от выполненной работы. Уильям Моррис был сторонником ставить на первое место реализацию творческого потенциала, стремился ремесло соединить с искусством. В 1860-х годах его идеи легли в основу движения английских художников, дизайнеров и архитекторов под названием ArtsandCrafts. Воспевая ручной труд и сопровождая продукт от эскиза до воплощения, они вдыхали в свои работы жизнь. Делая все вручную, человек невольно оставляет свои переживания, настроение и придает характер вещам [2]. В веб-дизайне используется не ручная, а компьютерная графика, но, тем не менее, при творческом подходе можно передать свое настроение и степень дружелюбия к пользователю. Дизайн

может рассказать о том, как к нам относятся создатели сайта, какие взаимоотношения предлагает то или иное приложение. Официально-деловые или дружеские, нас стремятся развлечь, помочь, запугать или призвать к действию. На сайтах иногда встречаются игровые персонажи, или консультанты, они помогают завязать эмоциональную связь с клиентом. Через монолог или диалог посетителю на эмоциональном уровне сообщают, что его ждали, ему рады и с ним готовы вести диалог.

Пользователи надеются, что за приложениями и сайтами, которые они посещают, стоит кто-то, с кем они установят эмоциональную связь. Общение является одним из базовых потребностей людей, не стоит игнорировать это. С помощью дизайна мы можем дружески общаться с людьми. Веб-дизайнер должен знать, какие существуют простые человеческие потребности. Вначале нужно определиться с целевой аудиторией и проанализировать ее потребности. У каждой целевой аудитории множество своих особенностей и запросов. Существуют ли потребности общие для всех групп населения? Этим вопросом задавался американский психолог Абрахам Маслоу, он занимался изучением общечеловеческих потребностей. В 1950–1960-е годы ученый пришел к выводу, что все люди имеют базовые потребности, которые следует удовлетворять, независимо от возраста, пола, национальности, достатка или профессии. Свое открытие Маслоу схематично изобразил в виде пирамиды, где выставлены приоритеты потребностей по степени значимости снизу вверх. Жизненно необходимые потребности расположены в основании пирамиды. Маслоу называл их физиологическими, они включают потребность в еде, сне, кислороде и т.д.

Когда эта ступень пирамиды пройдена, можно подниматься выше, вторая ступень отвечает за обеспечение безопасности жизни. На третьей ступени располагается уверенность в себе и самоуважение. Когда человек полон уверенности, появляется потребность в самореализации, которая находится на самой верхней части пирамиды Маслоу. Она включает в себя желание творить, интеллектуально и духовно развиваться. Понимание этих механизмов применимо к проектированию интерфейсов. Можно ограничиться тремя нижними ступенями пирамиды, но только верхний наполняет существование смыслом, делает человека счастливым.

Попробуем составить потребности пользователя сети интернет наподобие пирамиды Маслоу, и вот что может получиться (рис. 1).

Интерфейс должен быть рабочим, кнопки должны быть кликабельными, страницы быстро загружаться, все картинки отображаться. Функциональность отвечает первой ступени потребностей. Следующая ступень – надежность. Над пользователем не должна нависать угроза, что в любой момент все перестанет работать, сервер станет недоступным. Интерфейс должен быть интуитивно понятным и логически просто устроенным. Если пользователь не может сделать то, что хочет, и от него требуют специальных навыков – в таком случае он не станет долго ждать и уйдет с сайта. [3].



Рис. 1. Переименованные ступени пирамиды Маслоу



Рис. 2. Дизайн софта Wufoo

Чтобы заставить пользователя надолго остаться на страницах сайта и вернуться на него не раз, мало удовлетворить перечисленные потребности. Нужно еще доставить приятные эмоции, посещение сайта должно доставлять радость. В пирамиде потребностей это будет на верхнем уровне. Радостью захочется поделиться, о вашем сайте расскажут друзьям [4].

Для примера рассмотрим популярное сетевое приложение Wufoo, в нем люди создают веб-страницы и подключают их к базам данных (рис. 2). У приложения ярко-выраженная индивидуальность, которая вызывает симпатию. Через характер элементов графики создается неформальная дружеская обстановка. Wufoo использовали эмоциональный, а значит запоминающийся дизайн, так как наши эмоции тесно связаны с нашей памятью. Биолог Джон Медина подробно описывает в своей книге BrainRules эти связи. Чем ярче чувства, которые мы испытываем, тем дольше и подробнее помним события, вызвавшие эти эмоции. За это отвечает префронтальная область коры головного мозга, она занимается решением проблем, подавлением эмоциональных всплесков, управляет вниманием. Когда мозг обнаруживает событие, вызвавшее сильные эмоции, выделяется дофамин, способствующий переработке информации и запоминанию. Труды психологов, биологов помогают дизайнерам лучше понять, в каком направлении двигаться на пути к идеальному сайту, открывают важность внимания к потребностям клиентов, так как функциональность, надежность и эмоциональность дизайна делают сайт популярным. Если ваши странички быстро покидают, сделайте пять важных шагов. Проверьте сайт на грамматические и программные ошибки. Устраните перебои с сервером, если они имеются. Создайте очевидную и простую визуальную иерархию, используя существующие обычаи и условности. Доходчиво покажите, где расположены гиперссылки, уберите лишние, отвлекающие от главного графические элементы. Добавьте визуальные подсказки для ясности в отношениях между элементами и их частями [5]. Наполните оригинальным и полезным контентом, чаще размещайте новую информацию, дайте возможность общаться с вами и с другими посетителями через отзывы, комментарии, чаты.

Можно сделать вывод, что веб-разработки сложного механизма служат инструментом для бизнеса и просто общения. Веб-дизайн многогранен и не ограничивается красивыми картинками и множеством кнопок. Требует от дизайнера знания из разных областей, таких как цветоведение, графический дизайн, психология, биология, менеджмент и т.д. Без глубокого и научного подхода, широкого кругозора и ответственности перед обществом дизайнер не может создавать качественные сайты.

Библиографический список

1. Нильсен, Я. Веб-дизайн: книга Якоба Нильсена / Я. Нильсен; пер. с англ. – СПб.: Символ-Плюс, 2003. – 512 с.
2. Маркотт, И. Отзывчивый веб-дизайн / И. Маркотт; пер. с англ. П. Миرون; под ред. Иванов, Фербер. – М.: Манн, 2012. – 176 с.
3. Круг, С. Веб-дизайн книга Стива Круга или «не заставляйте меня думать!» / С. Круг; под ред. А. Галунов, Н. Макарова. – СПб.: Символ Плюс, 2008. – 224 с.
4. Папанек, В. Дизайн для реального мира / В. Папанек, В. Рейхардт; Пер. с англ. Г. Северская; Под ред. Л. Монахова, Д. Аронов, Е. Рабкина, А. Григорьев, Л. Сафарян. – М.: Издатель Д. Аронов, 2000. – 253 с.
5. Уолтер, А. Эмоциональный веб-дизайн / А. Уолтер; пер. с англ. П. Миرون; Под ред. Иванов, Фербер. – М.: Манн, 2012. – 93 с.

[К содержанию](#)