

Т.В. Кишкурно, ст. преп.; Т.П. Брусенцова, ст. преп.  
(БГТУ, г. Минск)

## ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ И ЮЗАБИЛИТИ В ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ИНТЕРФЕЙСА

Процесс оценки качества пользовательского интерфейса достаточно субъективен и трудно формализуем, однако можно утверждать, что качественный интерфейс должен обеспечивать эффективную и продуктивную работу пользователя.

*Юзабилити* – это качественный критерий, позволяющий оценить, насколько легко применять пользовательские интерфейсы для использования. Смысловой перевод Usability – «удобство использования».

В свою очередь, удобство использования определяется 5 качественными компонентами (критериями более низкого уровня):

**Обучаемость** (Learnability): насколько легко пользователи смогут выполнить конверсионные задачи, в первый раз увидев дизайн лендинга?

**Эффективность** (Efficiency): после того, как пользователи ознакомились с дизайном веб-ресурса, как быстро они смогут выполнить стоящую перед ними задачу?

**Запоминаемость** (Memorability): если пользователи вернутся на web-страницу после периода достаточно долгого отсутствия, то как легко они смогут вспомнить алгоритм выполнения конверсионной задачи?

**Ошибки** (Errors): сколько ошибок во время интеракции с лендингом/сайтом пользователи сделают, насколько серьезными будут эти ошибки, и как легко пользователи смогут оправиться от этих ошибок (т. е. не будут ли разочарованы до такой степени, что попросту покинут веб-ресурс)?

**Удовлетворенность** (Satisfaction): насколько приятно пользоваться данным UI?

Т. о. Юзабилити определяет насколько легко и приятно пользоваться функциями интерфейса.

Есть много методов оценки юзабилити, но основным и самым полезным является пользовательское тестирование, состоящее из 3 последовательных операций:

- Привлечение некоторого числа респондентов, представляющих целевой рынок.
- Выполнение участниками теста типичных конверсионных задач.

- Наблюдение за ними: что они делают, что им удается, где у них есть трудности во взаимодействии с пользовательским интерфейсом.

При тестировании интерфейса было замечено, что респонденты встречая на своем пути множество ошибок и препятствий, тем не менее, оценивают интерфейс положительно, если им понравилась, например, цветовая схема или внешний вид сайта. Положительные отзывы о визуальной стороне дизайна во время тестовой сессии не обязательно означают, что ваш визуальный дизайн работает так, как надо. Ваш дизайн может быть визуально привлекательным, но при этом не очень функциональным. Например, визуальная иерархия сайта не коррелирует с содержимым. Положительный эмоциональный отклик достигнут только благодаря эстетической привлекательности ресурса, которая и помогает скрыть огрехи в дизайне и юзабилити. Вмешательство эффекта эстетики при оценке качества интерфейса говорит о том, что имеются проблемы с юзабилити, но это явный знак того, что визуальный дизайн справляется со своей задачей.

Эстетика любого интерфейса оказывает сильное воздействие на пользователя, даже когда он пытается оценить основной функционал системы. Другими словами, если дизайн обладает визуальной привлекательностью, то он вызовет позитивную эмоциональную реакцию у пользователей и сделает их более терпимыми к проблемам в юзабилити.

Этот эффект является одной из основных причин, почему качественный интерфейс должен быть не только функциональным, но еще и визуально приятным. Однако проектирование такого интерфейса, который привлекателен настолько же, насколько и функционален, трудоемко и стоит немалых денег. Кроме этого эффект эстетики в юзабилити имеет и свой предел. Красивый дизайн может сгладить небольшие проблемы, но серьезные ошибки пользователи проигнорировать уже не смогут. Как говорится в пословице – встречают по одежке, а провожают по уму.

Гиганты интернет-бизнеса, возглавляющие мировой TOP-500, обязаны своим успехом – помимо всего прочего, разумеется – и дизайну своих веб-ресурсов. Однако функциональный дизайн на практике всегда побеждает эстетический.

1. Эстетический подход: большинство веб-дизайнеров уделяет внимание красоте сайтов, только на словах уверяя клиентов, что они заботятся о целях бизнеса.

2. Функциональный подход: хороший дизайн основан на глубоком понимании одновременно нужд, как посетителей целевой страницы / сайта, так и бизнеса, владеющего этим веб-ресурсом. Под «глубоко» имеется в виду не слепое доверие словам заказчика «Я знаю, что

хотят мои клиенты», а результат широких исследований целевого рынка, для которого предназначен ресурс.

Возможен ли дизайн, одновременно функциональный и эстетический?

Красота понятие относительное. Это делает красоту вещь не слишком универсальной. Хуже того. Любая красота со временем надоедает и в лучшем случае перестает восприниматься.

Лучший интерфейс должен соблюдать баланс между ясностью целей и простотой использования. Именно поэтому в интерфейсах обычно не место красоте. Элегантность и гармония гораздо лучше, т. к. они не надоедают, редко осознаются потребителями, обеспечивая неощущаемость, приносят эстетическое удовольствие независимо от культурного уровня потребителя (так, древнегреческие и слегка менее древние римские здания воспринимаются нами красивыми, несмотря на абсолютную разницу культур и времени), в производстве они гораздо удобнее красоты, поскольку сравнительно легко ставятся на поток.

Если вы все-таки хотите сделать ваш сайт визуально привлекательным, то подумайте о минимализме – графическом и технологическом. Так у вас появится хорошая возможность для быстрого и безболезненного апгрейда веб-ресурса, а внешний вид будет отличаться *элегантной простотой*.

Хороший функциональный дизайн обладает самоценной красотой. Оптимизация «для красоты» хороша тогда, когда вы считаете, что на внешне «похорошевшем» сайте посетители будут эффективнее конвертироваться. Вот в этот момент теоретически происходит слияние функционального и эстетического дизайна в единое целое.

Внешний вид и функциональность должны идти рука об руку. Когда интерфейс страдает от непроработанного юзабилити или когда удобство использования приносится в жертву эстетике, пользователи, как правило, теряют терпение. В интернете все происходит еще быстрее, и они тут же покидают неудобный веб-ресурс.

Элегантный дизайн стоит затраченных на него средств. Он делает сайт в глазах пользователя более упорядоченным, профессиональным. Однако этот эффект проявляет себя ярче, когда эстетика находится в гармонии с содержимым сайта и его функциональной стороной. Происходит это потому, что пользователи склонны воспринимать привлекательные продукты как более полезные и удобные. Эстетическая привлекательность ресурса помогает скрыть огрехи в дизайне и юзабилити. Люди склонны считать, что вещи, которые выглядят лучше, также и работают лучше – даже если на самом деле они не превосходят аналогичные продукты в эффективности.