

## **ГЕНДЕРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ЛИЧНОСТИ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ИНТЕРФЕЙСОВ**

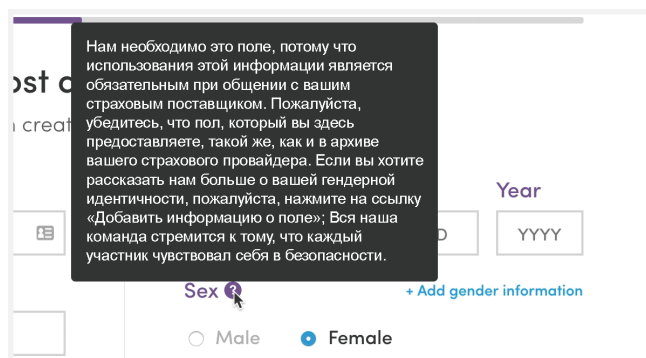
Гендерная идентичность – внутреннее самоощущение человека как представителя того или иного гендера, то есть, связанное с социальными и культурными стереотипами о поведении и качествах представителей того или иного биологического пола. Гендерная идентичность является отражением социальной роли человека в обществе, и демонстрация её осуществляется с помощью различных средств коммуникации и взаимодействия с социумом, таких как: личностные и профессиональные навыки, поведенческие и психологические реакции на различные ситуации.

Тема половой принадлежности пользователя в пользовательском интерфейсе важна так как:

- позволяет более персонализировано обращаться к пользователю и избежать конструкций «Уважаемый(ая)», что дает пользователю ощущение большей нашей заинтересованности в нем;
- обеспечивает возможность рекомендации тем, которые могут быть интересны данному пользователю, исходя из пола.
- вести статистику по целевой аудитории нашего сайта.

При проектировании формы регистрации выведем рекомендации касательно создания дружелюбного и нейтрального варианта формы.

Необходимо дать пользователю понять, как конкретно будет использоваться его гендерная или половая принадлежность. Если вы занимаетесь оказанием медицинских или страховых услуг, где требуется ввести данные как в документах, подтверждающих личность, укажите данный факт, он поможет легче принять данный вопрос людям, у которых «не бинарная» идентичность, т. к. пользователь будет осознавать, что это необходимо для соблюдения их интересов. Если же этот вопрос необходимо выяснить для коммуникационных или маркетинговых целей, уведомите пользователя об этом, так он сможет принять решение самостоятельно, а не быть вынужденным ответить определенным образом (рис. 1).



**Рисунок 1 – Пример формы с объяснением**

Желательно сделать форму частной, безопасной и анонимной. Сообщите пользователям, что информация не будет передана кому-либо, или разрешите пользователям вручную контролировать, кто ее видит. Делайте это поле необязательным для заполнения (рис. 2).



**Рисунок 2 – Пример формы с необязательным указанием гендера**

Предпочтительно задавать нейтральное в гендерном отношении местоимения, например, «они /вы». «Они» были даже словом года в 2016 году, а совсем недавно – руководством по стилю AP [1]. При этом можно объяснить вопрос как попытку инклюзивности и включить пример предложения. Более подробный список гендерно нейтральных местоимений можно добавить, используя готовую базу данных [2], что значительно упростит наполнение выпадающих списков.

В зависимости от контекста, существует несколько решений с большим или меньшим количеством опциональных выборов. Желательно не перегружать пользователей. Слишком много вариантов может привести к растерянности, и люди могут чувствовать, что их легко идентифицировать, среди других пользователей. На основании исследования, анализа существующих форм, и с учетом выше выведенных рекомендаций была спроектирована следующая пользовательская форма для регистрации (рис. 3).

**УКАЖИТЕ ВАШ ГЕНДЕР** ?

ЖЕНЩИНА  
 МУЖЧИНА  
 НЕБИНАРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ  
 НЕ УКАЗАН  
 ДРУГОЙ ВАРИАНТ

\_\_\_\_\_ ▾

**КАК ОБРАЩАТЬСЯ К ВАМ?**  
(В словах приведены примеры употребления данного обращения других пользователей к вам)

ОНА (ПОЗДРАВИТЬ ЕЕ)  
 ОН (ПОЗДРАВИТЬ ЕГО)  
 ВЫ (ПОЗДРАВИТЬ ИХ)

**Рисунок 3 – Разработанная форма с учетом проведенного исследования**

В этой форме использованы нейтральные местоимения, вместо фразы «Укажите Ваш пол» используются нейтральные выражения и для людей не знакомых со словом «гендер» из элементов списка становится понятно, что оно означает.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. MignonFogarty. APStylebookUpdates: Singular 'They' NowAcceptable [Электронный ресурс] / СайтQDT. – 2020. –Режимдоступа: <https://www.quickanddirtytips.com/education/grammar/ap-stylebook-updates-singular-they-now-acceptable>. – Датадоступа: 21.02.2020.

2. PronounIsland [Электронный ресурс]– Режим доступа: <https://pronoun.is/all-pronouns>. – Дата доступа: 21.02.2020.

УДК 004.5

Студ. Я.А. Игнаткова, А.А. Жукова  
Науч. рук. ст. преп. Т.П. Брусенцова  
(кафедраинформатики и веб-дизайна, БГТУ)

#### **АНАЛИЗ НАВИГАЦИИ НА ВЕБ-САЙТАХ**

Навигация на сайте – один из важнейших инструментов управления поведением пользователя. Чем понятнее и удобнее навигация, тем выше вероятность того, что посетитель найдет нужную информацию, совершит целевое действие и вернется на ресурс [1]. На данный момент существует достаточно большое разнообразие видов навигации на сайтах. Существуют стандартные виды меню: горизонтальное, вертикальное, смешанное, гамбургер-меню (сейчас обретает популярность). Помимо этих видов встречаются меню в виде вкладок или иконок, выпадающие меню, меню-аккордеоны, мегаменю и др. В последнее время можно встретить нестандартную навигацию на странице. Меню выезжает из-за картинок, появляется при скроллинге, располагается по центру или в нижней части страницы и др. [2].

Для оценки навигации использован самый простой способ тестирования – опрос. Для исследования были разработаны шесть макетов главных страниц веб-сайтов и составлена форма с вопросами и вариантами ответов. В опросе приняли участие 50 человек в возрасте от 17 до 23 лет. 78% опрошиваемых были женского пола, 22% – мужского. Каждому респонденту предлагался макет главной страницы сайта с разными видами меню. Пользователь должен был ответить, как быстро он нашёл меню на сайте, понятен ли ему способ использования данного меню, удобен ли для него данный тип меню и выбрать из списка ряд прилагательных, которые у него ассоциируются с данным типом меню. Стандартно предлагались шесть прилагательных: три