

ПРИМЕНЕНИЕ UX В РАЗРАБОТКЕ И ДИЗАЙНЕ САЙТОВ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ

В стремительно развивающемся и меняющемся современном мире пользователь-потребитель становится всё более избирательным в отношении любого продукта, предлагаемого ему, в том числе это относится и к культурным продуктам и благам. Для привлечения внимания потребителя стало недостаточным одно лишь использование баннерной уличной рекламы, рекламы в печатных изданиях, флаеров и буклетов. Современное информационное общество стремительно перемещается в онлайн среду, а реклама, соответственно, следует за ним. В данной статье мы предлагаем проследить за некоторыми принципами и приёмами, использующимися в UX дизайне, устоявшимися на данный момент, и являющимися основными ключами к продвижению продукта на рынке.

UX (User Experience, опыт использования) — это понятие, которое тесно связано с дизайном, информационной архитектурой, удобством пользования (usability), навигацией, визуальной иерархией и другими. UX был введен в широкое употребление в середине 1990-х Дональдом Норманом [3]. Основными объектами исследования в данной сфере являются впечатления, эмоции и польза, полученные от взаимодействия с продуктом, также, опыт использования включает практичность, простоту использования и быстрое действие системы. Опыт взаимодействия с веб-сайтом имеет субъективный характер (потому что связан с индивидуальными ощущениями и мнением) и может меняться со временем при изменении обстоятельств [4].

Для того, чтобы повлиять на мнение пользователя о предоставляемом продукте, сотрудниках и компании в целом, разработчики сайтов используют принципы UX дизайна. На сегодняшний день UX дизайн является актуальным направлением деятельности, в котором существуют принципы и приёмы, применяемые frontend-разработчиками для проектирования интуитивно понятного и комфортного в работе пользовательского интерфейса [1].

Одной из основных черт поколения Z является боязнь звонить по телефону. Мессенджеры и социальные сети заменили обычные голосовые звонки. Новое поколение, которое принято называть миллениалами, предпочитает общаться через текстовые сообщения. В связи с этим, компании, рассчитывающие на привлечение указанной целевой аудитории, выделяют ресурсы и бюджетные средства на разработку окон онлайн-записи или регистрации в своих сайтах, встроенных чат-ботов для технической поддержки или консультации с сотрудником учреждения в онлайн режиме. UX дизайн помогает эффективно вместить компактные мессенджеры в интерфейс сайта, помогая пользователю быстро ориентироваться как в ветках многостраничных сайтов, так и в простых лендингах.

Существует ряд принципов и приёмов, используя которые, разработчик может сделать пользовательский интерфейс сайта удобнее и эффективнее для пользователя, что существенно влияет на реализацию продукта:

1. Цветовая гамма сайта учреждения культуры.

Цветовая гамма веб-страницы – это цвета, которые используются в создании общего стиля сайта. Цветовая палитра, используемая в оформлении, поможет задать необходимое настроение пользователю, а также подчеркнуть основную тематику веб-сайта. Помимо этого, применение контрастных цветов может помочь выделить важную информацию или возможности, которые необходимо увидеть пользователю. Существуют

некоторые принципы, на которые стоит обратить внимание, выбирая цветовую палитру сайта учреждения культуры:

- Выбор цветов согласно целевой аудитории веб-сайта;
- Использование удобочитаемых контрастных шрифтов для больших массивов текста;
- Выбор палитры веб-сайта согласно с правилами сочетаемости цветов, а также трендами веб-дизайна на текущий год.

2. Дерево ссылок.

Существует масса программных обеспечений для создания так называемого «пути пользователя», одним из наиболее популярных является Figma. Однако, дерево ссылок можно описать и на бумаге, пользуясь цветными стикерами для обозначения основных разделов веб-сайта. Такое графическое представление пути пользователя помогает оптимизировать расположение страниц веб-сайта с целью упрощения доступа потребителя к наиболее часто запрашиваемым разделам и функциям.

3. Отрицательное пространство.

В веб-дизайне отрицательным пространством называется пространство, свободное от используемых элементов, таких как: блоки текста, картинки, кнопки, формы ввода текста и др. Использование большого объема отрицательного пространства позволяет создать легко воспринимаемый и разборчивый интерфейс веб-сайта, концентрируя внимание пользователя на нескольких основных возможностях веб-формы. Применение отрицательного пространства на формах принятия решения или выполнения действия, поможет сфокусировать внимание на важных элементах [1].

4. Ответы на вопросы.

При разработке сайта следует расписать основные вопросы, с которыми может столкнуться целевая аудитория того или иного культурного продукта, и закрыть ответы на эти вопросы страницами и разделами, связанными между собой ссылками. Также, следует обратить внимание

пользователя на представленные ответы удобно расположенными контрастными кнопками [2].

5. Мобильная версия.

Анализируя сайты белорусских учреждений культуры, можно прийти к тому, что зачастую разработчики пренебрегают дизайном мобильной адаптации, что еще несколько лет назад было допустимым вариантом представления корпоративного сайта. На сегодняшний день потребители всё чаще обращаются к мобильным версиям сайтов, поэтому в процессе разработки дизайна веб-страниц стоит уделить особое внимание их представлению в уменьшенном формате (горизонтальном и вертикальном положении экрана).

Сайты учреждений культуры как правило имеют большое количество внутренних страниц, включающих расписания, прайс-листы, новостные ленты, карты, сведения об истории учреждения и т.д. Такой объём информации зачастую вызывает проблемы с навигацией: пользователь затрачивает слишком много времени на поиск нужной информации и, как следствие, теряет лояльность к учреждению, отказывается от получения желаемой услуги.

Таким образом, соблюдение приведённых принципов помогает создать удобный и понятный пользователю интерфейс, ориентируясь на представления о страницах веб-сайта – от самых часто запрашиваемых, до наименее посещаемых. Оптимизация UX-инициатив важна для того, чтобы производить высококачественные продукты и предоставлять высококачественный сервис, оказывая положительное влияние на финансовые результаты учреждения культуры. Главная цель UX-дизайна заключается в повышении уровня удовлетворенности продуктом у пользователей посредством улучшения уровня пригодности использования веб-сайта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кравченко К. И., Минеева Т. А. Принципы и приёмы разработки UX дизайна /К.И. Кравченко, Т.А. Минеева // Тенденции развития науки и образования. – 2021. – №. 75-1. – С. 42-46.
2. Как применить подход и разработать удобный дизайн сайта: 7 приёмов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ux.pub/editorial/kak-primienit-ux-podkhod-i-razrabotat-udobnyi-dizain-saita-7-priemov-3ec0>. – Дата доступа: 10.03.2021
3. Лысенко Е.А., Веселая А.А. Исследование сущности UX-стратегии при разработке цифровых продуктов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2021. – Том 11. № 5А. – С. 86-97.
4. Меташева, Я. С. Разработка концепции внедрения UX-бенчмаркинга мобильного приложения: магистерская диссертация / Я. С. Меташева // Аналитика больших данных и методы видеоанализа. — 2021. — 28 с.

Кошель М.А., магистрант
дневной формы обучения

Научный руководитель – Пациенко С.А.,
кандидат культурологии, доцент кафедры

АВТОТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ:**ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

В наши дни, когда увлечение автомобилями становится все более популярным, исследование, посвященное автотуризму, представляется весьма актуальным. Автотуризм связан, с одной стороны, с научно-техническим прогрессом, спортивными интересами, вопросами защиты окружающей среды, а с другой – с современными, доступными