

ПРОЗРАЧНОСТЬ

Введение

В данном разделе рассматривается первый принцип качества, который гласит, что «Качественный веб-сайт должен быть **прозрачным**, т.е. ясно обозначать свое назначение и поставленные при его создании цели, а также организацию, отвечающую за управление им».

В разделе дается объяснение принципа прозрачности; определяются критерии, по которым тот или иной сайт может быть признан прозрачным; предлагается перечень контрольных характеристик веб-сайта, которые необходимы для обеспечения прозрачности; приводится описание ряда тестов, которые предлагается пройти для проверки сайта на прозрачность.

Комментарий

Назначение, миссия и право собственности

В соответствии с принципом прозрачности качественный веб-сайт должен:

- четко идентифицироваться;
- иметь понятную цель или миссию;
- быть простым для пользователя, который сопоставляет этот сайт со своими индивидуальными требованиями к информации.

Прозрачность — это основное свойство любого высококачественного веб-сайта. В мире существуют миллионы сайтов, и даже простейшая поисковая машина выведет пользователя на тысячи из них. Так, поиск по словам «итальянский сайт по культуре» может выдать почти 350000 результатов. Поэтому, выйдя на ваш сайт, пользователи должны иметь возможность моментально убедиться в том, что:

- это именно тот тип веб-сайта, который они ищут;
- этот веб-сайт может содержать информацию, которую они ищут;
- этот веб-сайт находится в ведении организации сферы культуры.

Прозрачность — это то, что избавляет от двусмысленности и неуверенности, иными словами, прозрачный веб-сайт должен быть полностью понятным и по своей направленности, и по роли, и по содержанию. Пользователи должны иметь возможность максимально быстро понять:

- что они найдут на этом сайте;
- отвечает ли этот сайт их потребностям.

Мгновенная прозрачность

«Как можно быстрее» — этот девиз составляет важную часть мгновенной прозрачности: пользователи не должны осуществлять навигацию по сайту, чтобы понять, чему он посвящен, кто является его владельцем, и тот ли это сайт, который они ищут. Это означает, что критически важная информация о характере сайта и его направленности должна быть представлена пользователям на главной странице сайта или, в крайнем случае, открываться после первого щелчка мышью. Чтобы соответствовать этому требованию, сайт должен иметь:

- имя, говорящее о его направленности;
- формулировку миссии или краткое содержание, представленные на первом экране.

Имя

Имя сайта должно четко говорить о его содержании. Так, «Notre Dame Cathedral» (Собор Парижской Богоматери) лучше, чем «De Sully's Dream» (Мечта де Сюлли), а «The Vatican Museum» (Музеи Ватикана) лучше, чем «Treasures of the Pontiffs» (Сокровища понтификов). И хотя красивые и причудливые названия являются важным элементом маркетинговых стратегий, они могут оказать негативное влияние на прозрачность.

URL

Как правило, URL сайта не является достаточным для того, чтобы служить его именем. И если URL типа «notredame.fr» имеет шансы на то, чтобы выступать в качестве имени сайта Собора Нотр-Дам, предпочтительнее все же иметь более понятное имя. Кроме того, ряд URL отражает организационное деление или агентства, а не содержание, что может отразиться на мгновенной прозрачности. И действительно, в такой ситуации, следует рассмотреть возможность регистрации прозрачного доменного имени с последующим сокрытием URL, предоставленного ISP. Стоимость регистрации доменного имени довольно невысока, и всем веб-сайтам по культуре стоит подумать о таком небольшом расходе, прибыль от которого выражается в повышении прозрачности. Организациям стоит подумать об использовании соответствующих доменов верхнего уровня, там, где это возможно, с такими окончаниями, как .eu, .org или .museum.

Формулировка миссии

Формулировка миссии должна открываться пользователю максимально быстро, независимо от того, каким будет имя сайта. Эта формулировка должна быть представлена на таком количестве языков, которое будет признано необходимым, и должна содержать не более 50 слов. Цель ее — информирование,

но никоим образом не развлечение или маркетинг. Она должна включать:

- тематику веб-сайта;
- наиболее важное содержание сайта;
- наименование организации, отвечающей за его ведение;
- указание на целевую аудиторию (не обязательно).

Если дизайн вашего сайта включает экран-заставку с мультипликацией, красивыми картинками или другим нетекстовым материалом, тогда назначение сайта и формулировка миссии должны открываться после одного щелчка мышью. Отметим, что такая нетекстовая главная страница отрицательно сказывается на прозрачности сайта и ее следует избегать, если только ей не придается первостепенное значение. Если такая страница все же используется, должна быть предоставлена возможность пропустить ее и перейти непосредственно к информации, например, при помощи кнопки «skip intro» (пропустить введение).

Критерии

Для того, чтобы стать прозрачным, сайт должен отвечать ряду нижеприведенных критериев. Степень прозрачности отражает число критериев, которым отвечает сайт; так, сайт может быть прозрачным на 75%, т.е. отвечать не всем критериям. Некоторые критерии охватывают несколько принципов качества. Например, представление материала на нескольких языках повышает его прозрачность для международной аудитории и влияет на многоязычность сайта.

- Имя сайта должно быть четко прописано.
- Имя сайта должно максимально отражать его сущность, цель, содержание и владельца.
- URL сайта должен предоставлять максимум информации о сущности данного сайта.
- Домашняя страничка сайта должна включать, как минимум:
 - имя сайта;
 - формулировку миссии;
 - название организации, отвечающей за ведение данного сайта.

Домашняя страница сайта должна быть первой страницей, которая открывается пользователю при посещении сайта (например, index.html), или, в случае использования страницы с анимацией или визуальной презентацией в качестве домашней страницы (что крайне нежелательно), должна существовать возможность пропустить такую страницу.

Перечень контрольных характеристик

В данном разделе представлен ряд характеристик для оценки сайта	ДА	НЕТ	Н/О
Имя сайта, появляется в строке заголовка браузера (самая верхняя строка браузера).	—	—	—
Активная часть сайта появляется в строке заголовка браузера.	—	—	—
Имя сайта четко высвечивается и выделяется на шаговой странице.	—	—	—
Имя сайта указывает на цель и сущность сайта.	—	—	—
URL сайта служит указанием на его цель.	—	—	—
Формулировка миссии представлена.	—	—	—
Формулировка миссии появляется на первой странице.	—	—	—
Формулировка миссии приводится на нескольких языках.	—	—	—
Легкий переход на другие языки в формулировке миссии.	—	—	—
Название организации бросается в глаза.	—	—	—
Любую анимацию или визуальную презентацию можно обойти.	—	—	—

Практические тесты

В данном разделе представлен ряд простых практических тестов и вопросов, ответы на которые позволят определить, насколько полно отвечает ваш веб-сайт принципу прозрачности:

1. Появляется ли имя сайта в строке заголовка браузера?
2. Появляется ли часть сайта (такая как, например, «Выставки» или «Формулировка миссии») также в строке заголовка браузера для упрощения навигации?
3. Является ли имя сайта самой заметной информацией на первой странице?
4. Служит ли URL сайта указанием на его сущность?
5. Является ли формулировка миссии самой заметной информацией на первой странице?
6. Содержит ли формулировка миссии четкое указание на задачи, сущность, владельца и содержание данного сайта?
7. Представлена ли формулировка миссии на нескольких языках?
8. Является ли переключение с одного языка на другой легкой и простой операцией?
9. Представлена ли на первой странице информация о сущности организации, отвечающей за создание и поддержку данного сайта?
10. В случае использования странички с анимацией или другой неинформационной странички, можно ли ее легко обойти или пропустить?

²¹ не определено