

ОРИЕНТАЦИЯ НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Введение

В данном разделе рассматривается пятый принцип качества, который гласит, что «Качественный веб-сайт должен быть **ориентированным на пользователей** — принимать во внимание потребности пользователей, обеспечивать им своевременность и простоту работы с сайтом, реагируя на оценку сайта пользователями и поступающую от них обратную связь».

В разделе рассматривается вопрос интерпретации принципа ориентации на пользователей; предлагаются критерии для определения, является ли веб-сайт ориентированным на пользователей; предлагается перечень контрольных характеристик, который следует использовать для придания приоритетности потребностям пользователей; описывается ряд тестов для проверки, является ли данный веб-сайт максимально дружелюбным для пользователей.

Комментарий

Принцип ориентации на пользователей ставит во главу угла потребности конечного пользователя. Веб-сайт — это, по существу, средство для пользователей, т.к. предоставляет информацию и услуги конечному пользователю; именно поэтому, чрезвычайно важно, чтобы пользователь считал сайт полезным, простым в работе и привлекательным.

Ориентация на пользователей предполагает наличие некоторых важных аспектов, а именно:

- Релевантность содержания — находит ли пользователь то, что ему нужно?
- Простой интерфейс — удобна ли для пользователя манера представления содержания и предоставления услуг?
- Навигация — достаточно ли легко пользователю найти то, что ему нужно?
- Вовлечение — может ли пользователь влиять на то, как организован веб-сайт и как он меняется со временем?
- Участие в общем деле — может ли пользователь включать свою информацию, которая обогатит содержание сайта?

Эти аспекты перекликаются практически со всеми остальными принципами качества, в особенности, с принципами прозрачности и эффективности, что отражает центральную и критически важную роль этого принципа. Релевантность, пользовательский интерфейс и навигация обсуждаются в связи с этими остальными принципами, и поэтому данный раздел рассматривает такие вопросы, как:

- консультация пользователей;
- вовлечение пользователей;
- вклад пользователей.

Консультация

Организация, занимающаяся планированием, разработкой или внедрением веб-сайта, поступит вполне разумно, если организует консультации с пользователями на каждой из названных стадий процесса. Это позволит сайту отвечать на потребности и пользователей и соответствовать их ожиданиям, а также избежать ситуации, когда создается услуга, которая никому не нужна.

Это особенно актуально для веб-сайтов по культуре, которые зачастую разрабатываются той организацией, которая хорошо разбирается в своей области знаний. Это означает, что команда, участвующая в разработке сайта, свободно владеет терминологией, профессиональным жаргоном, методикой и знаниями, которые составляют специфику данной области. Однако, сайт должен быть ориентирован на широкую публику, для которой представленная информация может оказаться сложной для понимания, перенасыщенной чисто профессиональными словечками, или странно организованной. Привлекая представителей целевой аудитории (например, пользователей с ограничениями по зрению, школьников или пожилых пользователей Интернета), можно достичь реалистичного понимания на стадии планирования сайта. Фокус-группы конечных пользователей должны привлекаться на каждой стадии проекта. В их задачу должен входить анализ проекта и предоставление обратной связи по тем его аспектам, которые представляют особое значение для пользователей, а именно:

- релевантность содержания;
- пользовательский интерфейс;
- навигация;
- представление информации;
- интерактивные элементы;
- доступность.

Для проведения тестирования и сбора информации, поступающей от обратной связи, следует использовать анкетирование, которое обеспечит эмпирическое, а не эпизодическое знание, необходимое для принятия проектных решений. Особенно полезным является тестирование простоты работы, проводимое с отдельными пользователями, когда пользователям выдают задание, а затем наблюдают за его выполнением. Наблюдение, которое ни в коем случае не означает руководство по пользованию сайтом, покажет, понимают ли пользователи принципы навигации и форму представления информации.

Вовлечение

После завершения работы над сайтом и его выпуском «в жизнь» пользователям должны быть даны средства для предоставления обратной связи и высказывания своего мнения о сайте, его содержании, пользовательском интерфейсе, навигации и т.д. В число таких средств должна входить онлайн-версия анкеты для обратной связи, страничка для комментариев в свободной форме и пр.

Вклад

Пользователи могут вносить свой вклад в богатство и полноту веб-сайта по культуре, если им будет предоставлена возможность создавать собственное содержание, связанное с представленными на сайте темами или предметами. Истории, воспоминания и материалы, созданные и представленные пользователями, часто бывают очень интересными, и веб-сайт, как уникальное собрание материалов по культуре, должен использовать свои широкие возможности выхода на большую аудиторию, и интерактивность для стимулирования пользователей к созданию собственной информации.

Критерии

Чтобы сайт был ориентированным на пользователей, он должен отвечать определенным критериям. Степень ориентированности на пользователей соответствует числу критериев, которым отвечает данный сайт; так, сайт может быть ориентированным на пользователей на 75%, если отвечает не всем критериям. Некоторые критерии охватывают несколько принципов качества. Как было отмечено выше, ориентация на пользователей настолько важна, что включает элементы прозрачности, эффективности, поддержки и доступности.

- Специально назначенная фокус-группа, состоящая из представителей целевой аудитории, должна быть привлечена к определению основных характеристик и проектированию сайта, для того, чтобы конечный результат отвечал реальным потребностям пользователей.
- Пользователи должны анализировать опытные образцы веб-страниц, элементы пользовательского интерфейса и представление содержания. Предложения и обратная связь должны быть извлечены и изучены.
- Обратная связь, поступающая от пользователей, должна быть документально оформлена.
- Обратная связь должна быть включена в процесс проектирования и внедрения.
- После запуска сайта в эксплуатацию должны быть предоставлены онлайн-средства, позволяющие пользователям давать свои комментарии и обратную связь.

- Обратная связь должна давать информацию для обновления, перестройки сайта и его «косметического ремонта».
- Сайт может включать средства, позволяющие пользователям вносить свой вклад в его содержание (последнее носит рекомендательный характер).

Перечень контрольных характеристик

В данном разделе представлен ряд характеристик для оценки сайта	ДА	НЕТ	Н/О
Пользователи вовлечены в определение основных характеристик и процесс проектирования.	—	—	—
Пользователи проанализировали элементы опытного образца сайта.	—	—	—
Предложения и обратная связь должны быть извлечены и изучены.	—	—	—
Обратная связь, поступающая от пользователей, должна быть документально оформлена.	—	—	—
Обратная связь была включена в процесс проектирования и внедрения.	—	—	—
Онлайновые средства существуют для того, чтобы пользователи могли дать свои комментарии и обратную связь.	—	—	—
Обратная связь от пользователей была учтена при пересмотре и перестройке сайта.	—	—	—
Сайт включает средства, позволяющие пользователям вносить свой вклад в его содержание.	—	—	—

Практические тесты

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

1. Создали ли вы специальную фокус-группу пользователей?
2. Отражает ли группа пользователей истинные интересы целевой аудитории?
3. Все ли основные элементы вашей целевой аудитории представлены в вашей фокус-группе?
4. Четко ли доведены до сведения фокус-группы концепция и цели веб-сайта?
5. Проанализировала ли ваша фокус-группа опытные образцы веб-элементов?
6. Представила ли ваша фокус-группа обратную связь?
7. Была ли обратная связь документально оформлена и включена в процесс проектирования?

8. Нашла ли эта обратная связь отражение в последующих опытных образцах?
9. Если ваш сайт «живет», то:
 - a. Имеет ли он онлайн-средства для обратной связи?
 - b. Сделана ли для них реклама?
 - c. Ими пользуются?
 - d. Получает ли обратная связь документальное оформление, и хранят ли ее для последующих анализов сайта?
 - e. Оценивается ли обратная связь в случае острой необходимости в изменениях?
10. Если ваши пользователи имеют право вносить свой вклад в содержание сайта, то:
 - a. Имеются ли онлайн-средства для добавления информации?
 - b. Полностью ли они оформлены документально, и легко ли вашей целевой аудитории или широкой публике работать с ними?
 - c. Ими пользуются?
 - d. Если нет, чем это объясняется: недостатком рекламы или сложностью работы с ними, или вашим пользователям действительно не о чем рассказать?