

ЧЕК-ЛИСТ ПО ЮЗАБИЛИТИ

ДИЗАЙН И ЭЛЕМЕНТЫ САЙТА



- ❑ **Умеренность.** Яркие цвета, крупный цветной текст, анимация – используются минимально или вовсе не используются.
- ❑ **Учет особенностей восприятия цвета.** Цвета кнопок, заливки полей используются с учетом их стандартного восприятия. Например, красный цвет заливки поля оформления заказа подсознательно воспринимается пользователем, как цвет ошибки. А кнопка серого цвета, скорее всего, будет воспринята как неактивная.
- ❑ **Отсутствие лишней анимации.** Flash используется по минимуму или вовсе не используется.
- ❑ **Отсутствие нагромождения элементов.** Элементы и их блоки чередуются с пустым пространством; нет чувства нагромождения, пестроты на страницах.
- ❑ **Оптимальный размер кликабельных элементов.** Все кнопки, ссылки, баннеры достаточно длинные и крупные, чтобы пользователю не приходилось «целиться» для клика. При этом удобный размер не превышает из соображений «сделаем побольше, с запасом».
- ❑ **Подстройка курсора под «кликабельное/некликабельное».** При наведении на кликабельные элементы иконка курсора «стрелка» меняется на иконку «рука». При наведении на некликабельные элементы курсор не меняется.
- ❑ **Деактивация лишних элементов.** Ссылки и кнопки, которые по какой-либо причине сейчас недоступны пользователю, становятся неактивными. Не нужно их совсем скрывать – это приведет посетителя в замешательство.

- ❑ **Пояснения для деактивированных элементов.** При наведении на неактивную кнопку или ссылку появляется краткое пояснение, почему кнопка/ссылка неактивна.
- ❑ **Подстройка под паттерны сканирования.** Наиболее значимый контент размещается слева, так как наш взгляд скользит слева направо.
- ❑ **Соблюдение F-паттерна сканирования.** Более продвинутый уровень – расположение наиболее важных элементов сайта (УТП, строка поиска, контакты, подзаголовки статей) на странице по схеме в виде буквы F. Именно так скользит взгляд пользователя, согласно многочисленным исследованиям. Самое заметное место – верхний левый угол страницы.
- ❑ **Продуманное расположение блоков.** Их располагаем на первом экране таким образом, чтобы посетитель видел, что ниже тоже есть что-то интересное. В этом случае посетитель прокрутит страницу вниз. Если же, к примеру, разместить по краю первого экрана пустую полосу, посетитель решит, что ниже ничего нет.
- ❑ **Отсутствие широких горизонтальных полос в дизайне.** Они могут быть восприняты как барьер, и пользователь не станет прокручивать страницу ниже.