

В разных цветовых средах, человек воспринимает увиденное по-разному – следовательно, цветовое воздействие может, либо препятствовать, либо способствовать решению задачи данного веб-сайта. Колебания моды могут нарушать закономерные цветовые предпочтения посетителя. Такие особенности восприятия цвета, с учетом разного психофизиологического состояния – объясняют, почему дизайн сайта, рассчитанного на широкую аудиторию должен быть нейтральным.

Кроме того, важно исследовать контент сайта. Он может исказить, или полностью изменить ассоциативное восприятие и цветоощущение. Число элементов, которое может охватить человек одним взглядом равен 4–8 элементам.

Особое внимание в данном исследовании уделяется тренду современности – инфографике, которая служит в помощь дизайнерам стиля, содержания и оформления. Инфографика – это визуальное представление информации, которая используется для предоставления четкого и быстрого контента. Инфографика совмещает текстовую информацию с графической. Её цель – максимально эффективное визуальное восприятие человека. Инфографика используется там, где нужно продемонстрировать устройство и алгоритм работы чего-либо, соотношение предметов и фактов. Средствами инфографики можно показать и организовать большие объемы информации.

Таким образом, исследования в области оформления сайтов является сложной, но интересной задачей, которая сочетает в себе области взаимодействия различных предметных областей, таких, как: психология, анатомия, объём воспринимаемой информации, инфографики.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОПЫТА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ПРИЛОЖЕНИЯХ ДЛЯ ДЕТСКОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Першай М. О.

БГУ, Минск, Беларусь, e-mail: 888mary.p@gmail.com

Проектирование целостного опыта взаимодействия включает в себя проектирование интерфейса, графический дизайн, доступность приложения, также изучение психографической и эмоциональной составляющей данного приложения.

В докладе будет рассмотрено проектирование опыта взаимодействия в приложениях для детской целевой аудитории.

Современные дети растут очень быстро и изучают новые технологии гораздо быстрее, из этого следует, что проектирование для данной целевой аудитории требует усиленного внимания.

Проблематика этой темы состоит в том, что проектировщикам очень сложно окунуться в мир ребенка, примерить роль на себя, даже если это удастся, то в полной мере ощутить что чувствует и видит ребенок невозможно.

Следовательно, существует набор определенных правил и методик, которым нужно следовать при разработке приложений для детской целевой аудитории.

Для начала следует определиться с возрастной группой детей, для которых и будет создаваться приложение. Выделяют следующие группы: 3-7 лет; 8-11 лет; 12-15 лет; 16+.

После определения возрастной группы надо проанализировать степень подготовленности ребенка и его окружение. Необходимо оперировать языком общения, который будет понятен детям этой возрастной категории. Если в приложении имеется

достаточно много текстовой информации в приложении нужно уделить особое внимание шрифтам. Рекомендуется использовать шрифты, специально разработанные для детской целевой группы. Необходимо максимально использовать инфографику и типографику.

Детское приложение должно напоминать игру, быть ярким и красочным, рекомендуется использовать цвета природы, которая окружает ребенка. Однако за всем этим не нужно забывать о базовой структуре сетки приложения, которая отображает информацию как можно лучше, тщательно сбалансировав все ее элементы.

При разработке приложения надо не забывать прятать элементы (например, меню с настройками, реклама), которые при инициализации могут ввести ребенка в замешательство, а вследствие этого и в состояние расстройства. Следовательно, нужно внимательно продумать какие элементы должен видеть ребенок, а какие нет.

В заключение нужно сказать, чтобы оценить привлекательность, удобство и гибкость созданного для целевой аудитории приложения нужно обязательное тестирование. В случае с детской целевой группой на это надо обратить особое внимание, так как в полной мере только ребенок сможет протестировать приложение, разработанное для детской целевой аудитории.

Литература

1. What can we learn from children about UX and design [Electronic resource] / ed. Philip Webb, 2012. – Mode of access: <http://www.webcredible.co.uk/blog/children-inspired-ux>. – Date of access: 13.03.2012.
2. Designing User Experiences for Children [Electronic resource] / ed. Heather Nam, 2010. – Mode of access: <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2010/05/designing-user-experiences-for-children.php>. – Date of access: 10.02.2012.
3. Солсо, Р.Л. Когнитивная психология / Р.Л. Солсо. – 6-е изд. – Москва: Питер, 2011. – 589 с.
4. Купер, А. Об интерфейсе: основы проектирования взаимодействия / А. Купер, Р. Рейман, Д. Кронин; под ред. А. Галунов. – Санкт-Петербург-Москва: Символ, 2010. – 688 с.

ТЕХНОЛОГИИ ADO.NET И ASP.NET В ПОСТРОЕНИИ САЙТА КАФЕДРЫ

Резникова Е. В.

ГрГУ им. Я. Купалы, Гродно, Беларусь

Ставится задача по созданию сайта кафедры теорий функций, функционального анализа и прикладной математики на платформе ASP.NET с использованием технологии ADO.NET.

Использование сетевой базы данных на сайте является необходимостью. А применение для разработки данного сайта современных технологий ADO.NET и ASP.NET делает его удобным для пользователей и администраторов, и позволяет осуществить политику безопасности от несанкционированного доступа к базам данным сайта.

ASP.NET – это технология активных серверных страниц, которая позволяет разделять представление и поведение (бизнес-логика), имеет гибкие настройки безопасности и быстродействия. Отличительной чертой технологии ASP.NET является компилируемый на стороне сервера программный код страниц.