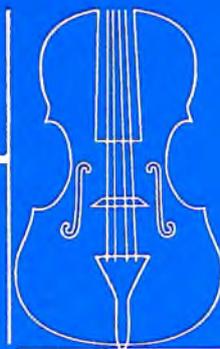


Универсальные принципы дизайна

Уильям Лидвелл
Критина Холден
Джилл Батлер

Предисловие Кимберли Элам

Антропоморфная форма
Архетипы
Аффорданс
Близость
Боязнь пустоты
«Бритва Оккама»
Ваби-саби
Видимость
Визуально-пространственный резонанс
заботка инструментального условного рефлекса
Выравнивание
Выравнивание пространств
Глубина переработки информации
Графическое представление
Дефицит
Диаграмма Гутенберга
Доступность
Жизненный цикл
Закон прегнантности
Закон Фиттса
Закон Хика
Замри–беги–дерись–сдавайся
Запас прочности
Затраты–выгода
Защищенное пространство
Золотое отношение
«Зловещая долина»
Иерархия
Иерархия потребностей
Избыточность
Итерация
Классическая приспособительная реакция
Когнитивный диссонанс
Конвергенция
Контроль
Линия влечения
Метод последовательного раскрытия
Мимикрия
Мнемонический прием
Модульный принцип
Мусор на входе — мусор на выходе
Надж
Наслоение
Непрерывность
Нормальное распределение
Обнаружение угрозы
Общая история
Ограничительное условие
Ориентационная чувствительность
Открытое пространство — зона уединения
Отношение «гибкость–юзабилити»
Отношение «сигнал–шум»
Отношение «фигура–фон»
Ошибка масштабирования
Ошибки
Перевернутая пирамида
Персонажи
Погружение
Подтверждение
Позиционный эффект
Посильная нагрузка
Последовательность Фибоначчи
Постоянство



125 способов улучшить юзабилити продукта,
повлиять на его восприятие потребителем,
выбрать верное дизайнерское решение
и повысить эффективность

Содержание

- 11 Предисловие
- 12 Введение
- 14 Правило 80/20 (80/20 Rule)
- 16 Доступность (Accessibility)
- 18 Предварительный органайзер (Advance Organizer)
- 20 Эффект «эстетика–юзабилити» (Aesthetic-Usability Effect)
- 22 Аффорданс (Affordance)
- 24 Выравнивание (Alignment)
- 26 Антропоморфная форма (Anthropomorphic Form)
- 28 Архетипы (Archetypes)
- 30 Выравнивание пространств (Area Alignment)
- 32 Предвзятость в отношении привлекательности (Attractiveness Bias)
- 34 Предвзятость в отношении «детского» лица (Baby-Face Bias)
- 36 Эффект биофилии (Biophilia Effect)
- 38 Эффект собора (Cathedral Effect)
- 40 Чанкинг (Chunking)
- 42 Классическая приспособительная реакция (Classical Conditioning)
- 44 Смыкание (Closure)
- 46 Когнитивный диссонанс (Cognitive Dissonance)
- 48 Цвет (Color)
- 50 Общая история (Common Fate)
- 52 Сравнение (Comparison)
- 54 Подтверждение (Confirmation)
- 56 Целостность (Consistency)
- 58 Постоянство (Constancy)
- 60 Ограничительное условие (Constraint)
- 62 Предвзятость в отношении контура (Contour Bias)
- 64 Контроль (Control)
- 66 Конвергенция (Convergence)
- 68 Затраты–выгода (Cost-Benefit)
- 70 Защищенное пространство (Defensible Space)
- 72 Глубина переработки информации (Depth of Processing)
- 74 Разработка комитетом (Design by Committee)
- 76 Линия влечения (Desire Line)
- 78 Цикл разработки (Development Cycle)
- 80 Точка входа (Entry Point)
- 82 Ошибки (Errors)
- 84 Эффект ожидания (Expectation Effect)
- 86 Эффект внешнего воздействия (Exposure Effect)
- 88 Степень фейсизма (Face-ism Ratio)
- 90 Запас прочности (Factor of Safety)
- 92 Цепь обратной связи (Feedback Loop)
- 94 Последовательность Фибоначчи (Fibonacci Sequence)
- 96 Отношение «фигура–фон» (Figure-Ground Relationship)
- 98 Закон Фиттса (Fitts' Law)
- 100 Принцип пяти шляпных полок (Five Hat Racks)
- 102 Отношение «гибкость–юзабилити» (Flexibility-Usability Tradeoff)
- 104 Предупредительность (Forgiveness)
- 106 Форма следует за функцией (Form Follows Function)
- 108 Фрейминг-эффект (Framing)
- 110 Замри–беги–дерись–сдавайся (Freeze-Flight-Fight-Forfeit)
- 112 Мусор на входе — мусор на выходе (Garbage In—Garbage Out)
- 114 Золотое отношение (Golden Ratio)
- 116 Непрерывность (Good Continuation)
- 118 Диаграмма Гутенберга (Gutenberg Diagram)
- 120 Закон Хика (Hick's Law)
- 122 Иерархия (Hierarchy)
- 124 Иерархия потребностей (Hierarchy of Needs)
- 126 Яркое выделение (Highlighting)
- 128 Боязнь пустоты (Horror Vacui)
- 130 Тяготение к охоте или воспитанию (Hunter-Nurturer Fixations)
- 132 Графическое представление (Iconic Representation)
- 134 Погружение (Immersion)
- 136 Слепота невнимания (Inattentional Blindness)
- 138 Эффекты интерференции (Interference Effects)
- 140 Перевернутая пирамида (Inverted Pyramid)

142	Итерация (Iteration)	184	Эффект превосходства изображений, ЭПИ (Picture Superiority Effect, PSE)	226	Схожесть (Similarity)
144	Закон прегнантности (Law of Prägnanz)	186	Прайминг-эффект (Priming)	228	Фактор жесткости (Stickiness)
146	Наслоение (Layering)	188	Метод последовательного раскрытия (Progressive Disclosure)	230	Сторителлинг (Storytelling)
148	Разборчивость (Legibility)	190	Пропозициональная плотность (Propositional Density)	232	Структурные формы (Structural Forms)
150	Жизненный цикл (Life Cycle)	192	Открытое пространство — зона уединения (Prospect-Refuge)	234	Симметрия (Symmetry)
152	Установление соответствий (Mapping)	194	Создание прототипа (Prototyping)	236	Обнаружение угрозы (Threat Detection)
154	Умозрительная модель (Mental Model)	196	Близость (Proximity)	238	Трехмерная проекция (Three-Dimensional Projection)
156	Мимикрия (Mimicry)	198	Удобочитаемость (Readability)	240	Предвзятость в отношении освещения объектов (Top-Down Lighting Bias)
158	Мнемонический прием (Mnemonic Device)	200	Узнавание лучше вспоминания (Recognition Over Recall)	242	«Зловещая долина» (Uncanny Valley)
160	Модульный принцип (Modularity)	202	Эффект красного (Red Effect)	244	Принцип неопределенности (Uncertainty Principle)
162	Предельно продвинутое, но приемлемое (Most Advanced Yet Acceptable)	204	Избыточность (Redundancy)	246	Равномерная связность (Uniform Connectedness)
164	Эффект среднего типа лица (Most Average Facial Appearance Effect)	206	Розеттский камень (Rosetta Stone)	248	Эффект Веблена (Veblen Effect)
166	Нормальное распределение (Normal Distribution)	208	Правило третей (Rule of Thirds)	250	Видимость (Visibility)
168	NIH-синдром (Not Invented Here)	210	Удовлетворительное решение (Satisficing)	252	Визуально-пространственный резонанс (Visuospatial Resonance)
170	Надж (Nudge)	212	Предпочтение саванны (Savanna Preference)	254	Эффект фон Ресторфф (von Restorff Effect)
172	«Бритва Оккама» (Ockham's Razor)	214	Ошибка масштабирования (Scaling Fallacy)	256	Ваби-саби (Wabi-Sabi)
174	Выработка инструментального условного рефлекса (Operant Conditioning)	216	Дефицит (Scarcity)	258	Соотношение обхватов талии и бедер (Waist-to-Hip Ratio)
176	Ориентационная чувствительность (Orientation Sensitivity)	218	Самоподобие (Self-Similarity)	260	Система навигации (Wayfinding)
178	Посильная нагрузка (Performance Load)	220	Позиционный эффект (Serial Position Effects)	262	Самое слабое звено (Weakest Link)
180	Реализация в сравнении с предпочтением (Performance Versus Preference)	222	Формирование поведения (Shaping)	264	Источники
182	Персонажи (Personas)	224	Отношение «сигнал-шум» (Signal-to-Noise Ratio)	266	Благодарности
				267	Алфавитный указатель

Содержание

По категориям

Как повлиять на восприятие разработки?

- 22 Аффорданс (Affordance)
- 24 Выравнивание (Alignment)
- 26 Антропоморфная форма (Anthromorphic Form)
- 44 Смыкание (Closure)
- 48 Цвет (Color)
- 50 Общая история (Common Fate)
- 56 Целостность (Consistency)
- 58 Постоянство (Constancy)
- 62 Предвзятость в отношении контура (Contour Bias)
- 88 Степень фейсизма (Face-ism Ratio)
- 96 Отношение «фигура–фон» (Figure-Ground Relationship)
- 100 Принцип пяти шляпных полок (Five Hat Racks)
- 116 Непрерывность (Good Continuation)
- 118 Диаграмма Гутенберга (Gutenberg Diagram)
- 126 Яркое выделение (Highlighting)
- 128 Боязнь пустоты (Horror Vacui)
- 132 Графическое представление (Iconic Representation)
- 136 Слепота невнимания (Inattentional Blindness)
- 138 Эффекты интерференции (Interference Effects)
- 144 Закон прегнантности (Law of Prägnanz)
- 146 Наслоение (Layering)
- 148 Разборчивость (Legibility)
- 152 Установление соответствий (Mapping)
- 176 Ориентационная чувствительность (Orientation Sensitivity)
- 186 Прайминг-эффект (Priming)
- 196 Близость (Proximity)
- 202 Эффект красного (Red Effect)
- 224 Отношение «сигнал–шум» (Signal-to-Noise Ratio)
- 236 Обнаружение угрозы (Threat Detection)
- 238 Трехмерная проекция (Three-Dimensional Projection)
- 240 Предвзятость в отношении освещения (Top-Down Lighting Bias)
- 246 Равномерная связность (Uniform Connectedness)
- 250 Видимость (Visibility)
- 252 Визуально-пространственный резонанс (Visuospatial Resonance)

Как помочь людям учиться?

- 16 Доступность (Accessibility)
- 18 Предварительный органайзер (Advance Organizer)
- 36 Эффект биофилии (Biophilia Effect)
- 38 Эффект собора (Cathedral Effect)
- 40 Чанкинг (Chunking)
- 42 Классическая приспособительная реакция (Classical Conditioning)
- 52 Сравнение (Comparison)
- 72 Глубина переработки информации (Depth of Processing)
- 86 Эффект внешнего воздействия (Exposure Effect)
- 104 Предупредительность (Forgiveness)
- 112 Мусор на входе — мусор на выходе (Garbage In–Garbage Out)
- 122 Иерархия (Hierarchy)
- 134 Погружение (Immersion)
- 138 Эффекты интерференции (Interference Effects)
- 140 Перевернутая пирамида (Inverted Pyramid)
- 146 Наслоение (Layering)
- 148 Разборчивость (Legibility)
- 154 Умозрительная модель (Mental Model)
- 158 Мнемонический прием (Mnemonic Device)
- 174 Выработка инструментального условного рефлекса (Operant Conditioning)
- 178 Посильная нагрузка (Performance Load)
- 184 Эффект превосходства изображений (Picture Superiority Effect)
- 188 Метод последовательного раскрытия (Progressive Disclosure)
- 198 Удобочитаемость (Readability)
- 200 Узнавание лучше вспоминания (Recognition Over Recall)
- 206 Розеттский камень (Rosetta Stone)
- 220 Позиционный эффект (Serial Position Effects)
- 222 Формирование поведения (Shaping)
- 224 Отношение «сигнал–шум» (Signal-to-Noise Ratio)
- 228 Фактор жесткости (Stickiness)
- 230 Сторителлинг (Storytelling)
- 254 Эффект фон Ресторффа (von Restorff Effect)

Как улучшить юзабилити продукта?

- 14 Правило 80/20 (80/20 Rule)
- 16 Доступность (Accessibility)
- 20 Эффект «эстетика–юзабилити» (Aesthetic-Usability Effect)
- 22 Аффорданс (Affordance)
- 54 Подтверждение (Confirmation)
- 56 Целостность (Consistency)
- 60 Ограничительное условие (Constraint)
- 64 Контроль (Control)
- 68 Затраты–выгода (Cost-Benefit)
- 76 Линия влечения (Desire Line)
- 80 Точка входа (Entry Point)
- 82 Ошибки (Errors)
- 98 Закон Фиттса (Fitts' Law)
- 104 Предупредительность (Forgiveness)
- 110 Замри–беги–дерись–сдавайся (Freeze-Flight-Fight-Forfeit)
- 120 Закон Хика (Hick's Law)
- 122 Иерархия (Hierarchy)
- 132 Графическое представление (Iconic Representation)
- 134 Погружение (Immersion)
- 138 Эффекты интерференции (Interference Effects)
- 140 Перевернутая пирамида (Inverted Pyramid)
- 146 Наслоение (Layering)
- 152 Установление соответствий (Mapping)
- 154 Умозрительная модель (Mental Model)
- 156 Мимикрия (Mimicry)
- 170 Надж (Nudge)
- 178 Посильная нагрузка (Performance Load)
- 182 Персонажи (Personas)
- 188 Метод последовательного раскрытия (Progressive Disclosure)
- 198 Удобочитаемость (Readability)
- 200 Узнавание лучше вспоминания (Recognition Over Recall)
- 224 Отношение «сигнал–шум» (Signal-to-Noise Ratio)
- 250 Видимость (Visibility)
- 260 Система навигации (Wayfinding)

Как усилить притягательность дизайна?

- 20 Эффект «эстетика-юзабилити» (Aesthetic-Usability Effect)
- 24 Выравнивание (Alignment)
- 26 Антропоморфная форма (Anthromorphic Form)
- 28 Архетипы (Archetypes)
- 30 Выравнивание пространств (Area Alignment)
- 32 Предвзятость в отношении привлекательности (Attractiveness Bias)
- 34 Предвзятость в отношении «детского» лица (Baby-Face Bias)
- 42 Классическая приспособительная реакция (Classical Conditioning)
- 46 Когнитивный диссонанс (Cognitive Dissonance)
- 48 Цвет (Color)
- 70 Защищенное пространство (Defensible Space)
- 80 Точка входа (Entry Point)
- 86 Эффект внешнего воздействия (Exposure Effect)
- 88 Степень фейсизма (Face-ism Ratio)
- 94 Последовательность Фибоначчи (Fibonacci Sequence)
- 108 Фрейминг-эффект (Framing)
- 114 Золотое отношение (Golden Ratio)
- 130 Тяготение к охоте или воспитанию (Hunter-Nurturer Fixations)
- 156 Мимикрия (Mimicry)
- 164 Эффект среднего типа лица (Most Average Facial Appearance Effect)
- 174 Выработка инструментального условного рефлекса (Operant Conditioning)
- 190 Пропозициональная плотность (Propositional Density)
- 192 Открытое пространство — зона уединения (Prospect-Refuge)
- 202 Эффект красного (Red Effect)
- 208 Правило третей (Rule of Thirds)
- 212 Предпочтение саванны (Savanna Preference)
- 216 Дефицит (Scarcity)
- 218 Самоподобие (Self-Similarity)
- 224 Отношение «сигнал-шум» (Signal-to-Noise Ratio)

- 226 Схожесть (Similarity)
- 228 Фактор жесткости (Stickiness)
- 230 Сторителлинг (Storytelling)
- 234 Симметрия (Symmetry)
- 240 Предвзятость в отношении освещения объектов (Top-Down Lighting Bias)
- 242 «Зловещая долина» (Uncanny Valley)
- 248 Эффект Веблена (Veblen Effect)
- 256 Ваби-саби (Wabi-Sabi)
- 258 Соотношение обхватов талии и бедер (Waist-to-Hip Ratio)

Как улучшить дизайнерское решение?

- 14 Правило 80/20 (80/20 Rule)
- 16 Доступность (Accessibility)
- 52 Сравнение (Comparison)
- 66 Конвергенция (Convergence)
- 68 Затраты-выгода (Cost-Benefit)
- 74 Разработка комитетом (Design by Committee)
- 78 Цикл разработки (Development Cycle)
- 82 Ошибки (Errors)
- 84 Эффект ожидания (Expectation Effect)
- 90 Запас прочности (Factor of Safety)
- 92 Цепь обратной связи (Feedback Loop)
- 102 Отношение «гибкость-юзабилити» (Flexibility-Usability Tradeoff)
- 106 Форма следует за функцией (Form Follows Function)
- 110 Замри-беги-дерись-сдавайся (Freeze-Flight-Fight-Forfeit)
- 112 Мусор на входе — мусор на выходе (Garbage In-Garbage Out)
- 124 Иерархия потребностей (Hierarchy of Needs)
- 142 Итерация (Iteration)
- 150 Жизненный цикл (Life Cycle)
- 160 Модульный принцип (Modularity)
- 162 Предельно продвинутое, но приемлемое (Most Advanced Yet Acceptable)
- 166 Нормальное распределение (Normal Distribution)
- 168 НИИ-синдром (Not Invented Here)
- 172 «Бритва Оккама» (Ockham's Razor)
- 180 Реализация в сравнении с предпочтением (Performance Versus Preference)
- 182 Персонажи (Personas)
- 194 Создание прототипа (Prototyping)
- 204 Избыточность (Redundancy)
- 210 Удовлетворительное решение (Satisficing)
- 214 Ошибка масштабирования (Scaling Fallacy)
- 232 Структурные формы (Structural Forms)
- 244 Принцип неопределенности (Uncertainty Principle)
- 262 Самое слабое звено (Weakest Link)