



ПРОФЕССИЯ

Ваш
лучший
наставник

- Основы **UX-** и **UI-**дизайна
- Практические примеры создания интерфейсов
- Анализ и разбор успешности дизайна мировых брендов
- Психология восприятия и паттерны для привлечения клиентов

ПРОФЕССИЯ

WEB-

дизайнер

Аверин А.С.



Содержание

UX-дизайн

ГЛАВА 1. Закон Якоба: Быстро, Легко, Привычно.....19

| | |
|---|----|
| 1.1. ПОНИМАНИЕ КОНТЕКСТА ЗАКОНА | 21 |
| 1.2. ПРИМЕНЕНИЕ В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРФЕЙСОВ | 26 |
| Модели мышления | 28 |
| Портреты пользователей | 28 |
| Однообразие..... | 30 |
| 1.3. ПРИМЕРЫ ЗАКОНА ЯКОБА НА ПРАКТИКЕ | 31 |
| Быстрота | 32 |
| Легкость | 32 |
| Привычность | 34 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 36 |

ГЛАВА 2. Закон Фиттса: ритмичное движение для удовольствия.....39

| | |
|---|----|
| 2.1. ОСНОВЫ ЗАКОНА ФИТТСА | 41 |
| 2.2. ИНТЕГРАЦИЯ В ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ | 42 |

| | |
|--|-----------|
| 2.3. ПРИМЕРЫ ЗАКОНА ФИТТСА НА ПРАКТИКЕ..... | 48 |
| Текстовые метки | 48 |
| Кнопка отправки формы..... | 50 |
| Расстояние между элементами интерфейса | 51 |
| Комфортное расстояние между элементами меню..... | 53 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 54 |

ГЛАВА 3. Закон Хика: интерфейсы как искусство.....57

| | |
|--|-----------|
| 3.1. ОСНОВЫ ЗАКОНА ХИКА..... | 59 |
| 3.2. КОГНИТИВНАЯ НАГРУЗКА..... | 66 |
| 3.3. ПРИМЕНЕНИЕ В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРФЕЙСОВ | 66 |
| Минималистичный дизайн | 67 |
| Иерархия информации | 70 |
| Понятная навигация | 72 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 74 |

ГЛАВА 4. Закон Миллера: создание гармонии.....77

| | |
|---|-----------|
| 4.1. РАЗБОР ПРИНЦИПОВ ЗАКОНА МИЛЛЕРА | 79 |
| 4.2. КАК УЛУЧШИТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ | 83 |
| 4.3. ПРИМЕНЕНИЕ ЗАКОНА МИЛЛЕРА НА ПРАКТИКЕ..... | 85 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 88 |

ГЛАВА 5. Закон Постеля: правила уюта.....91

| | |
|---|-----|
| 5.1. ПРИНЦИПЫ ЗАКОНА ПОСТЕЛЯ В ДИЗАЙНЕ..... | 93 |
| 5.2. АДАПТАЦИЯ К РАЗЛИЧНЫМ ПЛАТФОРМАМ..... | 96 |
| 5.3. ПРИМЕНЕНИЕ ЗАКОНА ПОСТЕЛЯ НА ПРАКТИКЕ..... | 99 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 105 |

ГЛАВА 6. Правило оценки на пике и в конце: ритуал оценки.....107

| | |
|---|-----|
| 6.1. ПОНИМАНИЕ КОНТЕКСТА ПРАВИЛА..... | 109 |
| 6.2. ПРИМЕНЕНИЕ В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРФЕЙСОВ..... | 111 |
| Основные аспекты применения:..... | 111 |
| 6.3. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ..... | 116 |
| Amazon: упрощение процесса покупки..... | 117 |
| Apple: внимание к деталям в пользовательском опыте..... | 117 |
| Netflix: улучшение пользовательского вовлечения..... | 118 |
| Zappos: фокус на удовлетворенности клиентов..... | 119 |
| Duolingo: геймификация обучения..... | 120 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 122 |

ГЛАВА 7. Эффект эстетики в юзабилити: гармония красоты и практичности.....125

| | |
|--|-----|
| 7.1. СБАЛАНСИРОВАННОЕ СОЧЕТАНИЕ ЭСТЕТИКИ И ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ..... | 127 |
| Взаимодействие эстетики и функциональности..... | 128 |
| Преимущества гармоничного сочетания..... | 130 |
| Риски дисбаланса между эстетикой и функциональностью..... | 131 |

| | |
|--|------------|
| Стратегии достижения баланса | 132 |
| 7.2. ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ВОСПРИЯТИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ..... | 133 |
| Когнитивное восприятие и эстетика..... | 134 |
| Положительные ассоциации с красивым дизайном | 134 |
| Эффект эстетического замещения | 135 |
| Примеры эстетического замещения | 136 |
| Измерение эффекта эстетики | 138 |
| Влияние на повторное использование и рекомендации | 139 |
| 7.3. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ | 140 |
| Apple: интеграция эстетики и функциональности | 140 |
| Airbnb: эстетика в веб-дизайне..... | 141 |
| Tiffany & Co: продуктовый дизайн и упаковка..... | 141 |
| Bang & Olufsen: долгосрочное воздействие эстетического дизайна . | 142 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 143 |

ГЛАВА 8. Эффект фон Ресторфф: восприятие дизайна...145

| | |
|---|------------|
| 8.1. ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ ЭФФЕКТА ФОН РЕСТОРФФ НА ВОСПРИЯТИЕ ИНТЕРФЕЙСОВ | 147 |
| Влияние на восприятие интерфейсов | 148 |
| Исследования и практические результаты | 150 |
| Практическое применение..... | 152 |
| Учет разнообразия пользователей..... | 152 |
| Важность тестирования | 152 |
| Примеры и рекомендации | 154 |
| Рекомендации для дизайнеров | 155 |
| 8.2. ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ В ДИЗАЙНЕ..... | 155 |
| Примеры из реальной практики | 156 |

| | |
|------------------------|------------|
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 159 |
|------------------------|------------|

ГЛАВА 9. Закон Теслера: баланс взаимодействия..... 163

| | |
|---|------------|
| 9.1. КЛЮЧЕВЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ЗАКОНА ТЕСЛЕРА | 165 |
|---|------------|

| | |
|-----------------------------|-----|
| Неизбежность сложности..... | 166 |
|-----------------------------|-----|

| | |
|------------------------------|-----|
| Распределение сложности..... | 166 |
|------------------------------|-----|

| | |
|------------------------|-----|
| Баланс в дизайне | 168 |
|------------------------|-----|

| | |
|-------------------------|-----|
| Перенос сложности | 170 |
|-------------------------|-----|

| | |
|-----------------------------|-----|
| Конечные пользователи | 173 |
|-----------------------------|-----|

| | |
|---|------------|
| 9.2. ПРИМЕРЫ ОПТИМИЗАЦИИ В СООТВЕТСТВИИ С ЗАКОНОМ ТЕСЛЕРА..... | 174 |
|---|------------|

| | |
|--|-----|
| Электронная почта: умные предложения | 174 |
|--|-----|

| | |
|--|-----|
| Электронная коммерция: оптимизация процесса покупки..... | 175 |
|--|-----|

| | |
|--|-----|
| Мобильные технологии: интерфейсы на основе жестов..... | 175 |
|--|-----|

| | |
|--|-----|
| Автоматизированные системы: самообслуживание в ритейле | 176 |
|--|-----|

| | |
|---|-----|
| Поддержка принятия решений: инструменты визуализации данных.. | 177 |
|---|-----|

| | |
|------------------------|------------|
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 179 |
|------------------------|------------|

ГЛАВА 10. Порог Доэрти: преодоление трудностей в дизайне..... 181

| | |
|--|------------|
| 10.1. ПОНИМАНИЕ ПОРОГА ДОЭРТИ В ДИЗАЙНЕ | 184 |
|--|------------|

| | |
|--------------------------|-----|
| Суть порога Доэрти | 184 |
|--------------------------|-----|

| | |
|------------------------------|-----|
| Психологический аспект | 185 |
|------------------------------|-----|

| | |
|------------------------------------|-----|
| Влияние на дизайн интерфейсов..... | 186 |
|------------------------------------|-----|

| | |
|---|------------|
| 10.2. ПРЕОДОЛЕНИЕ ТРУДНОСТЕЙ ПРИ СОЗДАНИИ ИНТЕРФЕЙСОВ..... | 187 |
|---|------------|

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Оптимизация производительности | 187 |
|--------------------------------------|-----|

| | |
|--|------------|
| Визуальное представление загрузки | 188 |
| Рекомендации по использованию визуальных элементов..... | 191 |
| Пользовательский опыт и интерактивность | 192 |
| Рекомендации по улучшению интерактивности..... | 193 |
| Учет разнообразия устройств и сетевых условий..... | 193 |
| Рекомендации по оптимизации интерфейсов для различных устройств и сетевых условий..... | 195 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 196 |

ГЛАВА 11. Дизайн и этика, сила и ответственность..... 199

| | |
|---|------------|
| 11.1. ДИЗАЙН И ЕГО МОРАЛЬНАЯ ГАРМОНИЯ..... | 201 |
| Влияние дизайна на поведение | 201 |
| Этика в дизайне интерфейсов | 202 |
| Психологическая устойчивость дизайна | 203 |
| Примеры положительного влияния дизайна | 204 |
| 11.2. ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ В РАЗРАБОТКЕ ИНТЕРФЕЙСОВ | 207 |
| Прозрачность и честность | 208 |
| Уважение к пользователю и доступность | 211 |
| Рассмотрение социокультурных аспектов..... | 214 |
| Этическое использование искусственного интеллекта | 216 |
| 11.3. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ..... | 217 |
| Разработка с ориентацией на пользователя..... | 218 |
| Этический аудит и рефлексия | 218 |
| Учет проблемы масштабируемости | 218 |
| Содействие прозрачности и ответственности..... | 219 |
| Внедрение этических стандартов | 219 |
| Образование и подготовка..... | 219 |

| | |
|------------------------------------|------------|
| Партнерство и сотрудничество | 220 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 220 |

| |
|--|
| <p>ГЛАВА 12. Применение концепций психологии в дизайне: контроль разума.....223</p> |
|--|

| | |
|--|------------|
| 12.1. ИНТЕГРАЦИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ В UX | 225 |
|--|------------|

| | |
|--|-----|
| Восприятие и внимание | 226 |
| Закон близости | 226 |
| Закон замкнутости | 227 |
| Внимание и фокусировка..... | 227 |
| Визуальная иерархия..... | 228 |
| Когнитивная нагрузка | 228 |
| Принятие решений и убеждение | 233 |
| Эмоциональный дизайн..... | 235 |
| Применение психологических тестов | 235 |
| Этика и ответственность..... | 236 |
| Сходство..... | 236 |
| Продолжение | 239 |
| Закрытие | 241 |
| Применение <i>принципа закрытия</i> в дизайне..... | 241 |
| Фигура и фон..... | 244 |
| Общая судьба | 246 |
| Симметрия | 250 |
| Принципы гештальта как основа дизайна | 250 |

| | |
|---|------------|
| 12.2. ПСИХОЛОГИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРФЕЙСОВ..... | 251 |
|---|------------|

| | |
|--|-----|
| Перцептивные теории в дизайне | 251 |
| Когнитивная психология и UX..... | 252 |
| Влияние эмоций на взаимодействие с интерфейсом | 252 |

| | |
|--|------------|
| Психология цвета и ее роль в интерфейсах | 252 |
| Применение теорий мотивации..... | 256 |
| Применение элементов геймификации | 256 |
| Исследования поведения пользователя..... | 259 |
| 12.3. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ | 260 |
| Определение поведенческих архетипов пользователей..... | 260 |
| Применение психологических принципов к элементам дизайна...261 | |
| Использование A/B-тестирования для оптимизации дизайна | 262 |
| Создание инклюзивного и доступного дизайна..... | 262 |
| Непрерывное обучение и адаптация | 263 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 264 |

UI-дизайн

ГЛАВА 13. С чего начинать?267

13.1. НАЧИНАЙТЕ С ФУНКЦИИ, А НЕ С МАКЕТА269

Почему нужно начинать с функции?269

Преимущества этого подхода270

Как правильно начать с функции?270

13.2. ДЕТАЛИ ПРИХОДЯТ ПОЗЖЕ272

Зачем откладывать детали?272

Как правильно отложить детали?273

13.3. БАЛАНС В ДИЗАЙНЕ274

Важность баланса в дизайне275

Стратегии достижения баланса276

13.4. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ277

Шаг 1. Определение приоритетных функций277

Шаг 2. Разработка прототипов277

Шаг 3. Пользовательское тестирование278

Шаг 4. Итеративная разработка и улучшение278

Шаг 5. Применение минималистичного подхода278

Шаг 6. Внедрение и масштабирование278

ЗАКЛЮЧЕНИЕ278

ГЛАВА 14. Иерархия — основа всего: идеальный баланс281

| | |
|---|------------|
| 14.1. НЕ ВСЕ ЭЛЕМЕНТЫ РАВНЫ | 283 |
| 14.2. ГАРМОНИЯ РАЗМЕРОВ | 285 |
| 14.3. НЕ СЕРЫЙ ТЕКСТ НА ЦВЕТНЫХ ФОНАХ | 287 |
| 14.4. УПРАВЛЕНИЕ ВНИМАНИЕМ | 289 |
| 14.5. МЕТКИ — ПОСЛЕДНИЙ ВАРИАНТ | 290 |
| 14.6. ГАРМОНИЯ СТРУКТУР | 293 |
| 14.7. БАЛАНС ВЕСА И КОНТРАСТА — СИМФОНИЯ ПРОПОРЦИЙ | 295 |
| 14.8. СЕМАНТИКА — ГАРМОНИЯ СМЫСЛОВ | 296 |
| Значимость семантики в пользовательских интерфейсах: | 297 |
| Принципы правильного использования семантики: | 297 |
| Примеры применения семантики: | 298 |
| 14.9. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ | 298 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 300 |

| | |
|---|------------|
| ГЛАВА 15. Расположение и интервалы: управление пространством | 303 |
|---|------------|

| | |
|---|------------|
| 15.1. НАЧИНАЙТЕ С ИЗБЫТОЧНОГО ПРОСТРАНСТВА | 306 |
| 15.2. УСТАНОВКА СИСТЕМЫ РАЗМЕРОВ И ПРОМЕЖУТКОВ | 308 |
| 15.3. НЕТ ЦЕЛИ ЗАПОЛНИТЬ ВЕСЬ ЭКРАН | 311 |
| 15.4. ПЕРЕОЦЕНКА ЗНАЧИМОСТИ СЕТОК | 313 |
| 15.5. ГАРМОНИЯ ПРОПОРЦИЙ | 315 |
| 15.6. ГАРМОНИЯ РАССТОЯНИЙ | 317 |
| 15.7. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ | 319 |

| | |
|-----------------|-----|
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 321 |
|-----------------|-----|

| | |
|---|------------|
| ГЛАВА 16. Текстовый дизайн: соответствие размеров шрифтов..... | 323 |
|---|------------|

| | |
|--|-----|
| 16.1. УСТАНОВКА ТИПОВОЙ ШКАЛЫ | 325 |
| 16.2. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ХОРОШИЕ ШРИФТЫ | 327 |
| 16.3. КОНТРОЛЬ ДЛИНЫ СТРОКИ..... | 329 |
| 16.4. БАЗОВАЯ ЛИНИЯ, А НЕ ЦЕНТРИРОВАНИЕ | 332 |
| 16.5. МЕЖСТРОЧНЫЙ ИНТЕРВАЛ — ПРОПОРЦИОНАЛЕН | 334 |
| 16.6. НЕ КАЖДАЯ ССЫЛКА НУЖДАЕТСЯ В ЦВЕТЕ | 337 |
| 16.7. ВЫРАВНИВАНИЕ С УЧЕТОМ ЧИТАЕМОСТИ..... | 339 |
| 16.8. ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕЖБУКВЕННОГО ИНТЕРВАЛА .. | 340 |
| 16.9. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ | 343 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 344 |

| | |
|--|------------|
| ГЛАВА 17. Работа с цветом: симфония оттенков..... | 347 |
|--|------------|

| | |
|---|-----|
| 17.1. NSL ЛУЧШЕ НЕХ | 349 |
| 17.2. ВАМ НУЖНО БОЛЬШЕ ЦВЕТОВ, ЧЕМ ВЫ ДУМАЕТЕ | 352 |
| Причины необходимости в расширенной палитре | 353 |
| Категории цветов в палитре | 353 |
| Разработка цветовой палитры..... | 354 |
| 17.3. ОПРЕДЕЛИТЕ ВАШИ ОТТЕНКИ ЗАРАНЕЕ | 354 |
| Значение заранее определенных оттенков..... | 355 |

| | |
|--|------------|
| Как определить оттенки | 355 |
| Инструменты и техники для создания оттенков..... | 355 |
| Важность консистентности | 356 |
| 17.4. НЕ ПОЗВОЛЯЙТЕ СВЕЛОСТИ УБИВАТЬ НАСЫЩЕННОСТЬ | 356 |
| Влияние светлости на насыщенность..... | 356 |
| Сбалансированное использование светлости и насыщенности ... | 357 |
| Практические советы для дизайнеров..... | 357 |
| 17.5. СЕРОЕ НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО ДОЛЖНО БЫТЬ СЕРЫМ | 358 |
| Тонкие оттенки серого | 358 |
| Психологическое воздействие..... | 358 |
| Применение в дизайне | 359 |
| Согласованность и доступность..... | 359 |
| 17.6. ДОСТУПНОСТЬ ДОЛЖНА БЫТЬ КРАСИВОЙ | 360 |
| Принципы красивой доступности | 360 |
| Практические реализации | 361 |
| 17.7. НЕ ПОЛАГАЙТЕСЬ ТОЛЬКО НА ЦВЕТ | 361 |
| Подходы к улучшению доступности без полагания на цвет..... | 362 |
| Примеры практического применения..... | 362 |
| 17.8. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ | 363 |
| Практические советы по применению цвета | 364 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 365 |

ГЛАВА 18. Создание глубины: построение пространства

| | |
|---|------------|
| 18.1. ЭМУЛЯЦИЯ ИСТОЧНИКА СВЕТА | 369 |
|---|------------|

| | |
|--|------------|
| 18.2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕНЕЙ ДЛЯ ВЫДЕЛЕНИЯ ВЫСОТЫ | 371 |
| 18.3. ТЕНИ МОГУТ ИМЕТЬ ДВЕ ЧАСТИ | 373 |
| 18.4. ДАЖЕ ПЛОСКИЙ ДИЗАЙН МОЖЕТ ИМЕТЬ ГЛУБИНУ | 375 |
| 18.5. НАЛОЖЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ДЛЯ СОЗДАНИЯ СЛОЕВ..... | 377 |
| 18.6. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ | 378 |
| Практические советы | 379 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 380 |

ГЛАВА 19. Изображения: гармония визуальных элементов.....383

| | |
|---|------------|
| 19.1. ИСПОЛЬЗУЙТЕ КАЧЕСТВЕННЫЕ ФОТОГРАФИИ | 385 |
| 19.2. ТЕКСТУРИРУЙТЕ С УЧЕТОМ КОНТРАСТА | 387 |
| 19.3. ВСЕ ИМЕЕТ ЗАДАННЫЙ РАЗМЕР..... | 389 |
| 19.4. ОСТЕРЕГАЙТЕСЬ ЗАГРУЗКИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ИЗОБРАЖЕНИЙ.. | 392 |
| 19.5. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ | 393 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 395 |

ГЛАВА 20. Финальный штрих.....397

| | |
|--|-----|
| 20.1. ОПТИМИЗАЦИЯ ПО УМОЛЧАНИЮ | 399 |
| 20.2. ДОБАВЛЕНИЕ ЦВЕТА С АКЦЕНТНЫМИ ГРАНИЦАМИ..... | 402 |
| 20.3. УКРАШЕНИЕ ФОНА | 404 |
| 20.4. ВЫХОДИТЕ ЗА РАМКИ ПРИВЫЧНОГО..... | 406 |

| | |
|--|------------|
| 20.5. ПРИМЕНЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ | 408 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 410 |
| ОБЩИЙ ИТОГ КНИГИ..... | 411 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ | 412 |