

МАРГАРИТА АКУЛИЧ

Дизайн пользовательского интерфейса (UX) и дизайнерское мышление



Маргарита Акулич

**Дизайн пользовательского
интерфейса (UX)
и дизайнерское мышление**

«Издательские решения»

Акулич М.

Дизайн пользовательского интерфейса (UX) и дизайнерское мышление / М. Акулич — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-937136-2

В книге описано основное, что вам необходимо знать о дизайне пользовательского интерфейса (UX) и дизайнерском мышлении. Раскрыты основные понятия. Рассказано о вещах, которые необходимо знать о работе UX. Поведано о золотых правилах Шнейдермана, содействующих созданию лучших интерфейсов. Рассказано о дизайне мобильных приложений UX. Описано, в чем разница между дизайном сервиса и дизайном UX. Дано описание основных аспектов дизайнерского мышления.

ISBN 978-5-44-937136-2

© Акулич М.
© Издательские решения

Содержание

Предисловие	6
I Дизайн пользовательского интерфейса (UX): основные понятия	7
1.1 Понятие дизайна пользовательского интерфейса (UX). Какие проблемы рассматривают дизайнеры UX?	8
1.2 Что такое пользовательский опыт и дизайн пользовательского опыта? Типичные задачи дизайнера UX.	10
Ориентация на пользователя	
1.3 Об опыте взаимодействия в информационных технологиях. Об уровнях для проектирования опыта пользователя для веб-приложений	12
1.4 Понятие user interface (UI) и его отличие от UX. О риске неправильного использования терминов	15
1.5 О проблеме ответственности и необходимости найма подходящего человека. О поиске правильного дизайнера	17
1.6 Общие принципы Якоба Нильсена, предназначенные для дизайна взаимодействия	19
Конец ознакомительного фрагмента.	20

Дизайн пользовательского интерфейса (UX) и дизайнерское мышление

Маргарита Акулич

© Маргарита Акулич, 2018

ISBN 978-5-4493-7136-2

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие

В книге описано основное, что Вам необходимо знать о Дизайне пользовательского интерфейса (UX) и дизайнерском мышлении.

Раскрыты основные понятия. Рассказано о вещах, которые необходимо знать о работе UX. Поведано о золотых правилах Шнейдермана, содействующие созданию лучших интерфейсов. Рассказано о дизайне мобильных приложений UX. Описано, в чем разница между дизайном сервиса и дизайном UX. Дано описание основных аспектов дизайнерского мышления.

I Дизайн пользовательского интерфейса (UX): основные понятия

«Опыт пользователя, опыт взаимодействия (англ. User eXperience, UX) – это восприятие и ответные действия пользователя, возникающие в результате использования и/или предстоящего использования продукции, системы или услуги (ISO 9241—210)» [5].



Дон Норман, изобретатель термина «пользовательский опыт». Источник: <https://www.nngroup.com/articles/author/don-norman/>

1.1 Понятие дизайна пользовательского интерфейса (UX). Какие проблемы рассматривают дизайнеры UX?

Понятие дизайна пользовательского интерфейса (UX)

Дизайн пользовательского интерфейса (UX) рассматривается в качестве процесса, обеспечивающего создание продуктов, предоставляющих пользователям значимый и релевантный опыт. Он включает в себя проектирование всего процесса приобретения и интеграции продукта, в том числе аспекты брендинга, дизайна, удобства применения и выполнения разного рода функций.

Под дизайном пользовательского интерфейса часто подразумевают юзабилити. Однако UX помимо юзабилити также охватывает множество других областей. Дизайнер UX занимается всем процессом создания, приобретения и интеграции продукта, включая аспекты брендинга, дизайна, удобства и функциональности. Это история, которая начинается еще до того, как устройство попадает в руки пользователя.

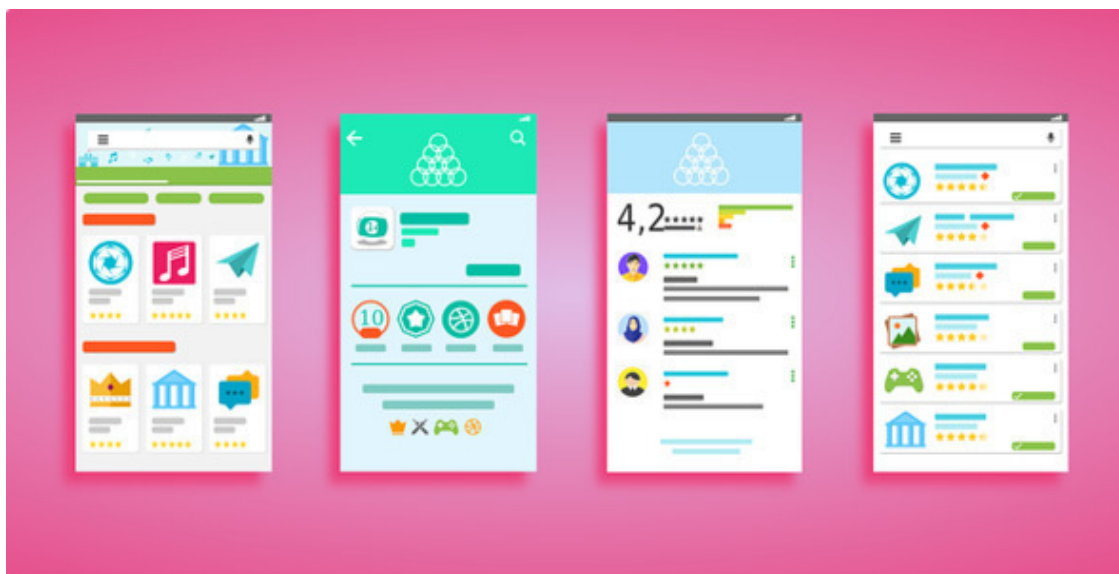
Дон Норман, изобретатель термина «пользовательский опыт» сказал [1]:

«Ни один продукт не является обособленным островом. Продукт больше, чем просто продукт. Это сплоченный комплексный опыт. Продумайте все этапы прохождения продукта или услуги – от первоначальных намерений его создания, от первого использования до обслуживания. Пусть все они будут работать вместе».

Продукты, обеспечивающие замечательный пользовательский интерфейс (такие, скажем, как iPhone), имеют целый ряд предназначений – они предназначены не только для потребления либо использования, но и для всего процесса приобретения, владения, и даже, если хотите, для устранения имеющихся неполадок. Дизайнеры UX не просто сосредотачиваются на создании продуктов, предназначенных для использования, они концентрируются и на иных аспектах пользовательского опыта, таких как удовольствие, удобство, эффективность и др. Следовательно, нет единого определения хорошего пользовательского опыта. Хороший пользовательский опыт является опытом, отвечающим потребностям конкретного пользователя в конкретном контексте, в котором он или она конкретный продукт использует.

Рассматривая пользовательский опыт, следует принимать во внимание включение в него всех эмоций человека, его убеждений, ощущений, реакций (психологического и физического плана), предпочтений, достижений, поведения, возникающих до использования системы, во время и после. Также необходимо учитывать сочетание в нем образа торговой марки, производительности системы, способа представления, функциональности, интерактивного поведения и вспомогательных возможностей интерактивной системы, физического и психологического состояния, являющегося следствием приобретения опыта, навыков, привычек и индивидуальности.

Какие проблемы рассматривают дизайнеры UX?



Дизайнеры UX рассматривают проблемы, касающиеся вопросов о том, «почему», «для чего» и «как» использовать продукт.

Под «почему» подразумевается пользовательская мотивация к принятию продукта, независимо от того, относится ли он к задаче, которую пользователи хотят выполнить с ним, либо к значениям и представлениям, связанным с владением им и его применением.

Что касается того, «для чего» нужен продукт, что люди могут делать с данным продуктом, связано с переменной его функциональности.

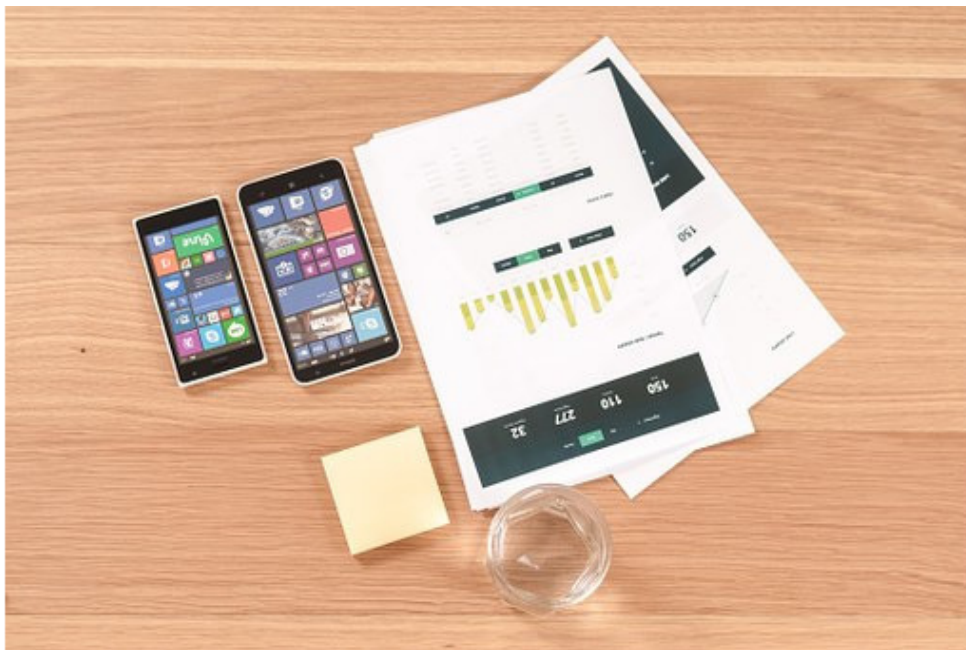
Наконец, «как» относится к дизайну функциональности, но достигаемой доступным и приятным (эстетически привлекательным) способом.

Дизайнеры UX начинают с ответа на вопрос «почему» перед определением «для чего», а затем переходят к «как», чтобы создавать продукты, с которыми пользователи смогут обеспечивать значимые для них впечатления.

При разработке программного обеспечения дизайнеры должны сделать все таким образом, чтобы продукт поступал через существующее устройство и давал возможность беспрепятственного получения опыта.

1.2 Что такое пользовательский опыт и дизайн пользовательского опыта? Типичные задачи дизайнера UX. Ориентация на пользователя

Что такое пользовательский опыт и дизайн пользовательского опыта?



Это начинается с большого количества исследований. Вы не можете создать ничего полезного для пользователей, если не понимаете, какие проблемы они хотят решить, и как вы можете решить эти проблемы, чтобы пользователь захотел, или еще лучше, нуждался в вашем решении. Вы можете получить это понимание, взаимодействуя с пользователями.

Дизайнеры UX имеют тенденцию касаться 3 основных факторов: внешнего вида продукта, ощущения этого продукта и удобства использования этого продукта.

Подходящий внешний вид продукта обеспечивается путем создания продукта, имеющего визуальную привлекательность, гармонирующего с ценностями пользователей, и отражающего дух того, что пользователи ожидают увидеть в этом продукте. Другими словами, продукт должен выглядеть не только красиво, но и правильно, при этом ему положено устанавливать доверие между продуктом и пользователем.

Следующее – это чувство, действительно связанное с разработкой продуктов, являющееся «радостью их использования». То есть, взаимодействуете ли вы с пользователями, или реагируете на них, их потребности, продукты должны обеспечивать опыт приятный, а не только функциональный.

Наконец, удобство использования является краеугольным камнем пользовательского интерфейса. Если продукт не используется, опыт его использования никогда не может быть хорошим. Дизайнеры UX хотят создавать продукты, которые в идеале могут быть адаптированы к конкретным потребностям пользователя, но обеспечивают предсказуемую функциональность.

Типичные задачи дизайнера UX



Типичные задачи дизайнера UX разнятся между собой, но часто их перечень включает исследования пользователей, создание персонажей, разработку интерактивных прототипов и каркасов, а также тестирование образцов. Данные задачи могут сильно варьироваться от одной компании к другой, но они всегда требуют от дизайнеров, чтобы они были сторонниками пользователей и поддерживали нахождение их потребностей в центре всего проектирования и развития. Именно поэтому большинство дизайнеров UX работают в какой-то форме рабочего процесса, ориентированного на пользователя, и продолжают направлять свои усилия с наилучшей информированностью, пока они не будут оптимально решать все соответствующие проблемы и удовлетворять потребности пользователей.

Ориентация дизайна UX на пользователя



Поскольку дизайн UX охватывает все путешествие пользователя, он является многодисциплинарным. Дизайнеры UX исходят из множества предпосылок, таких как визуальный дизайн, программирование, психология и дизайн взаимодействия. Проектирование для пользователей также требует повышенных возможностей в отношении доступности, и учета многих физических ограничений, имеющих отношение к потенциальным пользователям, таких, к примеру, как ограничения при чтении небольшого текста.

Дизайн, ориентированный на пользователя, представляет собой итеративный процесс, понимающий пользователей и их контекст как отправную точку для всех проектов и разработок.

В целях достижения успешной реализации данного процесса требуется дизайнерское мышление. Что такое дизайнерское мышление и почему вы должны о нем заботиться? Потому, что решение проблемы с помощью практического, ориентированного на пользователя дизайнерского мышления приводит к инновациям, а инновации способны обеспечить дифференциацию и конкурентное преимущество.

1.3 Об опыте взаимодействия в информационных технологиях. Об уровнях для проектирования опыта пользователя для веб-приложений



Об опыте взаимодействия в информационных технологиях

Частое применение термина «опыт взаимодействия» практикуется в области information technology (информационных технологий), чтобы обеспечивать субъективное отношение, возникающее у пользователя, когда он использует и информационную систему в целом, и ее отдельные составляющие (приложение, сайт и др.).

Если говорить о пользовательском опыте, то имеет место его связь с юзабилити, используемым, когда происходит разработка и анализ пользовательских интерфейсов веб-приложений.

Об уровнях для проектирования опыта пользователя для веб-приложений



«Автор: Иван Матковский

Сайт: Знаменитости

Джесси Джеймс Гарретт (Jesse James Garrett) – американский программист и разработчик пользовательских интерфейсов, один из основателей стратегически-дизайнерской консультационной команды Adaptive Path, создатель AJAX – как термина, не как технологии». Источник: http://www.peoples.ru/undertake/soft/jesse_garrett/

Разработка концептуальной модели, предназначенной для проектирования опыта пользователей для веб-приложений принадлежит Джесси Гарретту. Модель способна обеспечить базу для обсуждения касающихся пользовательского опыта проблем, решения данных проблем с помощью определенных средств и путей.

Приложение начинают разрабатывать с являющегося верхним уровнем – уровнем стратегии, на нем довольно абстрактным образом дается описание будущего программного продукта с позиций ожиданий, причем и заказчика, и пользователей.

Работа над проектом предусматривает продвижение по уровням в направлении «вниз». Связанные с пользовательским опытом решения конкретизируются, становясь более детализированными, подробными.

Каждый из последующих уровней имеет тесную связь с уровнем, являющимся предыдущим (то есть, верхним), при этом предусматривается обеспечение строгой согласованности решений.

Рассматриваемый подход приводит к существенному сокращению диапазона возможных решений с переходом на каждый из следующих уровней. Хотя вовсе не обязательно, что будет принятие всех решений на определенном уровне перед переходом на уровень последующий. Имеет место наличие и прямой, и обратной зависимости между соответствующими уровнями. Данное обстоятельство означает, что проблемам, с которыми происходят столкновения раз-

работчиков на нижних, уровнях, иной раз требуется переоценивание, и оказывается необходимым изменение решений, принятие которых происходило на уровнях, являющихся более высокими.



Уровень, рассматриваемый в качестве уровня стратегии. Запуск процесса, связанного с разработкой и планированием опыта взаимодействия происходит с самого верхнего из уровней (это уровень, рассматриваемый в качестве уровня стратегии). Затем происходит плавный последовательный проход через все имеющиеся уровни вплоть до уровня, являющегося нижним, – наиболее высоким уровнем рассматриваемой модели.

На данном уровне требуется получение ответов на вопросы, имеющие отношение к пожеланиям и ожиданиям (касающимся будущего программного продукта), причем и заказчика, и потенциальных пользователей. Формулирование данных вопросов произойдет на уровне, являющемся последующем, они будут представлены в виде перечня.

Уровень, являющийся уровнем возможностей. Он является, по сути, простым перечислением ряда функциональных возможностей, доступных в перспективе для пользователей. Более подробное описание способа осуществления организации данных возможностей произойдет на уровне, являющемся последующим.

Уровень, рассматриваемый в качестве уровня структуры. На данном уровне дается описание взаимного расположения страниц сайта, окон, программных форм и т. п. Он служит для получения ответов на вопросы «откуда», «куда» и «каким образом» будет происходить перемещение пользователя. Если структура отличается эффективностью, она обеспечивает облегчение навигации, добиваясь, чтобы она оказалась для пользователей интуитивно понятной.

Уровень, являющийся уровнем компоновки. Он является конкретной реализацией абстрактной структуры продукта. На данном уровне происходит решение вопросов самого лучшего (с позиций эффективности) расположения разных компонентов UI (об UI нем речь пойдет в следующем подразделе).

Уровень, рассматриваемый в качестве уровня поверхности. Он рассматривается как представляющий собой внешний вид продукта с позиции конечного пользователя, т. е. в виде таких компонентов, как кнопки, вкладки, формы, текстовый материал, ссылки, картинки и др.

1.4 Понятие user interface (UI) и его отличие от UX. О риске неправильного использования терминов



Понятие user interface (UI) и его отличие от UX

Понятие user interface (UI) используется в целях описания пользовательского интерфейса, ориентированного на компоненты взаимодействия с пользователем, являющиеся, как правило, методами ввода и вывода (технического и физического характера). В его арсенале – разного рода компоненты и подходы, с помощью которых обеспечивается пользовательское взаимодействие с системой. Но не предусматривается затрагивание им некоторых нюансов, к примеру, пользовательской реакции на систему.

Если же мы посмотрим на UX, то заметим его намного большую значимость по сравнению с финишным результатом пользовательского взаимодействия. Более правильным представляется его рассмотрение в качестве «ядра» бренда, рассматриваемого как аддитивный опыт человека по отношению к конкретной компании.

UX является, по сути, целью, причем относительно как интерфейса, так и компании, и продукта. Наличие высокого уровня UX означает получение большого положительного желанного эффекта ввиду его ориентации на успех, причем не продукта, а опыта взаимодействия, обеспечиваемого благодаря человеческой памяти.

Поражаясь крепости человеческой памяти, мы все же не можем говорить о ее совершенстве. Любая мелочь способна влиять на развитие опыта взаимодействия, но все равно в итоге запоминание получается несколько искаженное. В данной ситуации ни в коем случае нельзя игнорировать детали, ведь именно они способны обеспечить уменьшение искажений. UX (в сопоставлении с UI) – это больше компонентов, больше деталей, что весьма существенно, когда совершается разработка продукта (не думайте о мелочах свысока, они могущественны).

UI рассматривается в качестве одного из самых сильных инструментов UX. Ведь пользовательский интерфейс является самым заметным и осязаемым способом пользовательского взаимодействия.

О риске неправильного использования терминов



Общаясь, люди не застрахованы от заблуждений. Но если разработаны и используются специализированные, точные терминологические средства, общение (и понимание) улучшается.

Прибегание людьми к неверному использованию терминов, подразумевание не того, что эти термины на самом деле означают, может спровоцировать весьма нежелательные последствия. В бизнесе это может привести к потере времени и денежных средств, а то и к банкротству либо нежелательному выходу с рынка (если речь идет о компании). Таким образом, если вы столкнетесь с некорректным использованием терминов, последствия этого могут оказаться для вас катастрофическими.

1.5 О проблеме ответственности и необходимости найма подходящего человека. О поиске правильного дизайнера

О проблеме ответственности и необходимости найма подходящего человека



UI или UX всегда понимаются в рамках дизайна, являющегося ключевым условием решения соответствующих проблем. При четкости определения ролей и их понятности для каждого человека, проблема разрешается намного легче с помощью предложений и воплощения в жизнь решений.

Если говорить о проблеме, касающейся UI и UX, ее возникновение происходит обычно при возложении ее на плечи лишь одного человека, так как одному человеку не под силу обеспечивать контроль и и того, и другого.

Весьма проблематичным оказывается решение проблемы по причине простой недостаточной компетентности. UI-дизайнеру под силу создание интерактивных проектов, иконок, цвета, текста, и влияние на некоторые другие связанные с аспектом взаимодействия пользователей и системы составляющие. Данные составляющие представляют собой прекрасные инструменты, предназначенные для улучшения работы пользователей. Однако их все же недостаточно для получения всей картины. Надо учитывать влияние на UX маркетинга, скорости, эксплуатационных свойств, цветовой гаммы, индивидуальности, клиентской поддержки, установленных ожиданий, финансовых аспектов, визуализации и иных переменных.

Все это слишком сложно, чтобы было возможно (или правильно) возложение ответственности только на единственного UI разработчика. Ведь этот разработчик при возложении на него еще и проблемы UX, должен будет заниматься проблемами рекомендаций и внесения изменений, решением проблем и осуществлением контроля за процессом.

Дизайнер должен понимать процесс, что обуславливается его способностями, знаниями и сосредоточенностью, ему следует быть способным на решение соответствующих задач. И необходимо понимать различие между переменными UI и UX.

О поиске правильного дизайнера



Компаниям рекомендуется нанимать подходящих дизайнеров, хорошо разбирающихся в вопросах терминологии, чтобы обеспечивать улучшение пользовательского интерфейса, дизайна, коммуникации. Они должны предъявлять к дизайнерам соответствующие требования.

Отыскание подходящих кандидатов, профессионально занимающихся UI и UX, сегодня еще сложнее, чем вчера. Если же нанять человека, совокупность навыков и знаний которого недостаточен, можно натолкнуться на серьезные проблемы. Разумеется, заполучить требуемого специалиста реально, но за хорошие деньги, а не дешево. Просто надо осознавать, что при найме людей, не способных решать поставленные задачи, можно столкнуться с большими проблемами и расходами.

1.6 Общие принципы Якоба Нильсена, предназначенные для дизайна взаимодействия

«Первоначально я разработал эвристику для эвристической оценки в сотрудничестве с Ролфом Моличем в 1990 году [Molich and Nielsen 1990; Nielsen and Molich 1990]. С тех пор я уточнил эвристику, основанную на факторном анализе 249 проблем юзабилити [Nielsen 1994a], чтобы получить набор эвристик с максимальной объяснительной способностью, в результате чего этот пересмотренный набор эвристик» [Nielsen, 1994].

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.