



# Содержание

От издательства.....	7
От автора .....	8
<b>Часть I. ИДЕЯ. ДИЗАЙН. ВЕЩЬ .....</b>	<b>11</b>
Глава 1. Привычные нам вещи. Почему они такие, какими мы их знаем .....	12
Глава 2. Как получилось, что мы считаем одни вещи хорошими, а другие плохими .....	21
Глава 3. Интерфейс в разрезе физических предметов.....	31
<b>Часть II. ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ .....</b>	<b>38</b>
Глава 4. Пользовательский опыт. Что это? UX-дизайнер. Кто он? .....	39
Глава 5. Аспекты использования интерфейсов, непосредственно влияющие на пользовательский опыт.....	43
5.1. Соответствие цифровым привычкам целевой аудитории и прозрачная логика работы интерфейса .....	47
5.2. Узнаваемость элементов управления и очевидный результат взаимодействия с каждым из них .....	49
5.3. Единообразность решений, применяемых при создании интерфейса .....	52
5.4. Демонстрация прогресса и мотивация.....	55
5.5. Фокусировка внимания пользователей на важных аспектах использования интерфейса.....	58
5.6. Обратная связь и информирование пользователя о результатах его действий.....	62
5.7. Качественный контент .....	66
<b>Заключение части II .....</b>	<b>72</b>

<b>Часть III. АУДИТОРИЯ. ИССЛЕДОВАНИЯ</b> .....	75
<b>Глава 6. Целевая аудитория. Что это?</b> .....	76
6.1. Понятие о целевой аудитории .....	76
6.2. Целевая аудитория в UX-исследованиях .....	80
<b>Глава 7. Количественные и качественные методы проектных исследований</b> .....	85
7.1. Качественные и количественные методы исследований.....	85
7.2. Преимущества и недостатки количественных исследований .....	88
7.3. Преимущества и недостатки качественных исследований .....	91
<b>Глава 8. Классические методы UX-исследований</b> .....	95
8.1. Интервью. Подготовка и проведение .....	95
8.2. Наблюдение. Подготовка и проведение .....	102
8.3. Опрос. Подготовка и проведение .....	109
8.4. А/Б-тестирование. Подготовка и проведение .....	114
8.5. Заключение главы 8 .....	120
<b>Глава 9. Специфические методы UX-исследований</b> .....	123
9.1. Фокус-группы .....	123
9.2. Привлечение к проектированию .....	127
9.3. Айтирекинг.....	131
9.4. Дневниковые исследования .....	137
<b>Часть IV. ПЕРСОНАЖ</b> .....	142
<b>Глава 10. Понятие о персонаже</b> .....	143
10.1. Субъективность проектирования, основанного на собственном восприятии.....	143
10.2. Персонаж как отображение группы .....	146
10.3. Ценность персонажей.....	150
<b>Глава 11. Персонаж и цель</b> .....	156
11.1. Цель как мотив использования продукта.....	156
11.2. Типы целей.....	158
11.3. Интерфейс как инструмент достижения целей персонажа .....	162
<b>Глава 12. Работа с персонажами</b> .....	164
12.1. Место персонажей в процессе проектирования.....	164
12.2. Формирование персонажей.....	168
12.3. Дальнейшая работа с персонажами .....	174
<b>Заключение части IV</b> .....	178

<b>Часть V. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ПРОДУКТОВ</b> .....	182
<b>Глава 13. Понятие о сценарии</b> .....	184
13.1. Персонаж и сценарий .....	184
13.2. Сценарий как мост между этапами исследований и проектирования .....	188
13.3. Важность формирования пользовательских сценариев .....	192
<b>Глава 14. Сценарий как артефакт</b> .....	196
14.1. Типы пользовательских сценариев .....	196
14.2. Сценарии использования .....	196
14.3. Сценарии персонажей .....	200
14.4. Концептуальные сценарии .....	201
14.5. Пользовательские истории .....	202
14.6. Требования, предъявляемые к пользовательским сценариям. Твёрдо-гибкий сценарий .....	204
<b>Глава 15. Работа со сценариями</b> .....	211
15.1. Порядок формирования сценария использования .....	211
15.2. Дальнейшая работа со сценариями .....	214
<b>Заключение части V</b> .....	217
<b>Часть VI. ПРОТОТИПИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ПРОДУКТОВ</b> .....	221
<b>Глава 16. Понятие о прототипировании</b> .....	222
16.1. Процесс прототипирования .....	222
16.2. Ценность прототипирования .....	226
<b>Глава 17. Прототип как артефакт проектировщика</b> .....	228
17.1. Типы прототипов .....	228
17.2. Требования, предъявляемые к прототипам .....	231
<b>Глава 18. Дальнейшая работа с прототипами</b> .....	237
18.1. Тестирование прототипов .....	237
18.2. Дальнейшая работа с прототипами .....	242
<b>Заключение части VI</b> .....	247

<b>Часть VII. ВИЗУАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ И СТИЛИЗАЦИЯ ИНТЕРФЕЙСОВ</b> .....	248
Для начала уясним .....	249
Стоит уяснить также .....	250
Ещё немного об ограничениях .....	252
В лучших примерах стилизации применяются знания о цифровых привычках пользователей и их жизненном опыте .....	253
Шрифт .....	253
Сетки .....	257
Колоночные сетки.....	258
Модульные сетки .....	259
Визуальный маршрут .....	261
Простота визуальных решений .....	263
<b>Заключение</b> .....	265

# От издательства

## ***Отзывы и пожелания***

Мы всегда рады отзывам наших читателей. Расскажите нам, что вы думаете об этой книге – что понравилось или, может быть, не понравилось. Отзывы важны для нас, чтобы выпускать книги, которые будут для вас максимально полезны.

Вы можете написать отзыв на нашем сайте [www.dmkpress.com](http://www.dmkpress.com), зайдя на страницу книги и оставив комментарий в разделе «Отзывы и рецензии». Также можно послать письмо главному редактору по адресу [dmkpress@gmail.com](mailto:dmkpress@gmail.com); при этом укажите название книги в теме письма.

Если вы являетесь экспертом в какой-либо области и заинтересованы в написании новой книги, заполните форму на нашем сайте по адресу [http://dmkpress.com/authors/publish\\_book/](http://dmkpress.com/authors/publish_book/) или напишите в издательство по адресу [dmkpress@gmail.com](mailto:dmkpress@gmail.com).

## ***Список опечаток***

Хотя мы приняли все возможные меры для того, чтобы обеспечить высокое качество наших текстов, ошибки все равно случаются. Если вы найдёте ошибку в одной из наших книг, мы будем очень благодарны, если вы сообщите о ней главному редактору по адресу [dmkpress@gmail.com](mailto:dmkpress@gmail.com). Сделав это, вы избавите других читателей от недопонимания и поможете нам улучшить последующие издания этой книги.

## ***Нарушение авторских прав***

Пиратство в интернете по-прежнему остаётся насущной проблемой. Издательство «ДМК Пресс» очень серьёзно относится к вопросам защиты авторских прав и лицензирования. Если вы столкнётесь в интернете с незаконной публикацией какой-либо из наших книг, пожалуйста, пришлите нам ссылку на интернет-ресурс, чтобы мы могли применить санкции.

Ссылку на подозрительные материалы можно прислать по адресу электронной почты [dmkpress@gmail.com](mailto:dmkpress@gmail.com).

Мы высоко ценим любую помощь по защите наших авторов, благодаря которой мы можем предоставлять вам качественные материалы.

# От автора

Все мы пользуемся электронными продуктами. Они облегчают нашу жизнь, делают её проще и комфортнее. Мы выбираем товары на интернет-сайтах и заказываем еду с помощью мобильных приложений. Мы экономим силы и время, пользуясь ими. Ведь, согласитесь, гораздо удобнее купить билеты на самолёт через приложение, нежели ехать за ними в аэропорт.

Сегодня электронные продукты прочно вошли в нашу жизнь, став её неотъемлемой частью. Взгляните на экран своего телефона. Что вы увидите на нём? Множество цветных иконок-ярлыков, за каждой из которых прячется какое-либо приложение. Стоит коснуться такой иконки – приложение откроется, подобно пещере с сокровищами из детской сказки про Али-Бабу. Каждое из них имеет собственную задачу: одно помогает купить билеты, второе – изучать язык, третье – слушать музыку и смотреть фильмы, четвертое – заниматься спортом так, чтобы не свернуть себе шею на первом же занятии. Загружая эти приложения на телефон, вы пытаетесь утолить какую-то потребность, возникшую у вас. И если эти ярлыки до сих пор находятся на вашем рабочем столе, приложения, скрывающиеся за ними, хорошо решают задачи, которые вы ставите перед ними.

Но почему вы выбрали именно эти приложения? Ведь у каждого из них существует масса конкурентов, и вы с лёгкостью могли остановить свой выбор на них. Почему одни приложения или сайты нравятся нам больше других, а пользоваться ими проще и приятнее, чем аналогами? Почему периодически мы удаляем загруженные приложения, не сумев разобраться в них или признав их

вопиюще неудобными? Всё просто. Хорошие приложения сделаны правильно. Плохие – нет.

Интерфейс – лицо электронного продукта. Открывая приложение или сайт, мы взаимодействуем с ним через его интерфейс. Именно интерфейс может сформировать у нас лояльность к продукту или сделать так, что мы не захотим открывать его снова. Хороший, построенный в соответствии со всеми правилами интерфейс отличает хороший продукт от плохого. Успешный – от провального. Популярный – от неизвестного.

Построение интерфейсов – сложная, многоэтапная работа, требующая соответствующих знаний и специфических навыков. Создавая интерфейс, дизайнер-проектировщик будто строит здание, в котором каждый новый этап можно сравнить с возведением нового этажа. И так же, как и в строительстве, если вы построили предыдущий этаж плохо – рухнут все, находящиеся над ним.

Чтобы этого не случилось, дизайнер интерфейсов тщательно взвешивает все принимаемые им решения, находя им логическое обоснование. Чтобы его здание было крепким и красивым, он исследует, проектирует и тестирует.

Эта книга расскажет о том, как создавать интерфейсы, пользоваться которыми легко и приятно. На основании многолетнего опыта работы дизайнером интерфейсов я составил пошаговый план работы, который ни разу не подводил. Я описал последовательность, дорожную карту, шаг за шагом перемещаясь между пунктами которой, дизайнер достигнет оазиса хорошего пользовательского опыта, успешно минуя болота логических ошибок и овраги неудачных проектных решений.

В книге «Построение пользовательских интерфейсов» собрана и представлена в логической последовательности информация о всех основных этапах работы над построением пользовательских интерфейсов. В ней описаны способы исследования целевой аудитории, формирования профилей персонажей, проектирования и прототипирования. В ней вы найдёте всю необходимую для успешной работы над продуктом информацию.



Для кого эта книга? В первую очередь эта книга будет полезна практикующим дизайнерам и тем, кто хочет им стать. Хотя вопросы, затрагиваемые в ней, довольно специфичны и имеют профессиональную направленность, не стоит их бояться. Я описал их максимально просто и доступно, опираясь на примеры из смежных сфер, понятные любому, и собственный профессиональный опыт. Везде, где это возможно, я избегал чрезмерного усложнения и непонятных широкой аудитории узкопрофессиональных формулировок. Поэтому не важно, начинающий вы специалист или уже опытный – вам не составит труда понять то, о чем эта книга.

Более того. Если вы не дизайнер интерфейсов и не хотите им стать в будущем, но при этом вам интересно, почему одни приложения мы любим и используем, а другие удаляем сразу после установки, – эта книга тоже для вас.

Часть |



**ИДЕЯ. ДИЗАЙН.  
ВЕЩЬ**

# Глава 1

---

## Привычные нам вещи. Почему они такие, какими мы их знаем

Наш мир наполнен различными вещами. Вещи присутствуют вокруг в каждый момент времени, проживаемый нами. Мы носим их в карманах и сумках. Мы надеваем их на себя. Мы сидим и лежим на них, ездим, плаваем и летаем.

Вещи окружают нас с первой секунды нашей жизни и даже раньше. В наше время с помощью вещей можно узнать наш пол ещё до того, как мы родились! А уж как тесно мы связаны с ними после рождения! Первое, что мы видим, – перчатки акушера, которыми он (или она) принимает нас. Затем – простыни, одеяла, пелёнки.

В течение жизни мы сталкиваемся с тысячами вещей. Многие из них раздражают или даже пугают нас, как, например, инструменты стоматолога. Некоторые вещи становятся нашими друзьями и талисманами, которые мы любим всем сердцем, доверяя свои тайны и эмоции.

Мир заботливо обеспечивает нас вещами на любой случай жизни. Есть вещи для приёма пищи, для принятия ванны, для спорта, работы, развлечений. Для смерти. Так

же, как и в первый день жизни, вещи остаются с нами и в день, когда мы уходим из неё.

Задумайтесь на мгновение, и вы вспомните те из них, которые были вам дороги, даже если вы потеряли их много лет назад. Стоит закрыть глаза – и мозг выдаст множество эмоциональных артефактов, связанных с этими вещами. По прошествии десятилетий мы помним их запах, цвет, форму. Мы помним ощущения от прикосновения. Мы помним эмоции, которые вызывала эта вещь.

Когда я был ребёнком, у меня была любимая игрушка. Это была пластиковая фигурка солдата около 10 сантиметров в высоту. У неё было несколько преимуществ.

Первое – она была реалистично раскрашена. При её изготовлении был использован пластик нескольких цветов. Свои цвета имели пластиковые детали, из которых были изготовлены руки и лицо, обувь, одежда и элементы амуниции. Это существенно увеличивало реалистичность.

Второе – у солдата были шарниры в суставах, что позволяло ему не только стоять, но и сидеть и, при необходимости, принимать неестественные позы, если, к примеру, я решил «убить его» в войне с другими игрушками.

И наконец, третье преимущество – игрушка была очень крепкой. Я мог ронять её, бросать и давить – она оставалась целой. Дополнительным плюсом к её износостойкости служил тот факт, что она была не окрашена, а именно собрана из пластика разных цветов. Благодаря этому появляющиеся на ней царапины не уничтожали реалистичную расцветку, а лишь оставляли на ней шрамы, подчеркивая мужественность пластмассового воина.

Я прекрасно помню, что фигурка была довольно увесистой. Эта связь, большой вес = качество, сформировалась у меня именно тогда. Теперь, к примеру, выбирая обувь, я обращаю внимание на вес как на первый признак качества и никогда не куплю модель, показавшуюся мне подозрительно лёгкой. Не знаю, логичен такой подход или нет, но он ни разу не подводил меня.

Удивительно, но по прошествии десятилетий мой мозг следует правилам, которые сформировала в моём детском восприятии простая игрушка из разноцветного пластика.

Эта игрушка не была особенно дорогой. В её создании не были применены какие-либо инновации. У неё не было даже имени. В моём арсенале, помимо неё, был Бэтмен, Человек-паук, несколько черепашек-ниндзя и другие, более именитые герои. Но любимой оставалась она, игрушка без имени и истории. Почему? У неё было неоспоримое преимущество – она была сделана качественно. Я, будучи ребёнком, почувствовал это интуитивно, ещё не понимая общепринятых критериев, по которым люди определяют качество вещей.

Чтобы понять, почему произошло так, нам нужно попытаться раскрыть тайну создания предметов. Эта тайна не так уж и сложна, она лежит на поверхности, и стоит озвучить её, как вы тут же воскликнете: «Конечно, я всегда это знал! Это и не тайна вовсе!» Возможно. Однако едва ли кто-то задумывается о ней в повседневной жизни. Она отделена от нашего восприятия завесой «бытовой ненужности». Есть известная фраза: «Если хочешь что-то надёжно спрятать – положи у всех на виду». Стоит приложить усилия, чтобы разглядеть нужный нам секрет. Но эти усилия окупятся с лихвой, ведь открывшаяся тайна поможет нам ответить на вопрос, почему наши любимые вещи такие, какими мы их знаем.

А перед тем как приступить к изысканиям, нам нужно разобраться, для чего создаются те или иные вещи. Ответить на этот вопрос просто. У любой вещи, созданной руками человека, есть назначение. Каждый предмет сконструирован и произведён для решения какой-то конкретной задачи. От носка или собачьей миски до космического корабля – решаемая предметом задача предопределяет не только форму, но и материалы, входящие в его состав.

Задумайтесь, сколько привычных нам вещей имеют странную форму, присущую только им (и, возможно, довольно ограниченному количеству других, схожих по задачам предметов). Вспомните, как выглядит, например, утюг или бейсболка (изображение 1). Мы видим их каждый день и не задумываемся, почему они именно такие, какие есть.

Глядя на них, у нас не возникает вопроса, почему у утюга плоское основание и острый «носик». Мы не ломаем

голову в попытках разгадать назначение «утиного клюва», которым оснащена бейсболка. Мы знаем, почему и зачем.

Но что, если абстрагироваться и попытаться взглянуть на эти знакомые нам с детства предметы новыми глазами? Глазами, не затуманенными жизненным опытом, подсказывающим, как и зачем этими предметами пользоваться. Что мы увидим в таком случае?



**Изображение 1** ❖ Утюг и бейсболка. Каждый из этих предметов имеет форму, которая вызовет вопросы у человека, не понимающего задач, для решения которых они придуманы и произведены

Попробуйте представить, что вы инопланетянин. Вы прилетели на планету Земля через несколько тысяч лет с исследовательской миссией. Высадившись на поверхность, вы понимаете, что на этой планете много тысяч лет назад была цивилизация, которая создала множество различных вещей, задача которых для вас совершенно не ясна. На раскопках (очень технологичных, вы же инопланетянин) вам удалось найти два предмета. Вам совершенно не понятно, что это, и вот вы и несколько таких же членов экспедиции сидите вокруг найденного утюга и бейсболки и пытаетесь понять, какую функцию они выполняли.

Утюг – довольно странный предмет. Угловатый, плоский с одной стороны и выпуклый – с другой. Тупой и заостренный с разных сторон. Его форма естественна и понятна? Скорее, нет. Красивый? Скажем прямо – на любителя. Что это может быть? Оружие древних обитателей Земли? Строительный инструмент? Может, миниатюрный летательный аппарат? Или этот предмет не является чем-то самостоятельным, а лишь служил деталью какого-то более сложного механизма?

А насчёт бейсболки? Даже если нам подскажут, что этот предмет люди прошлого носили на голове, к нему всё равно останутся вопросы. Что это за плоский, продолговатый выступ спереди (или сзади)? Для чего он придуман? Чтобы носитель этого предмета был похож на утку? Это странное приспособление служило для маскировки на охоте? Или, может быть, это какой-то отличительный знак? Вдруг по длине этого выступа люди определяли социальный статус носителя?

Вопросов было бы множество. Вряд ли удастся угадать правильный ответ с первой попытки. Почему? Потому что для того, чтобы понять, почему предмет именно такой, вам необходимо знать цель, с которой он был создан. А вы являетесь представителем другой, инопланетной культуры. Перед вашей культурой стояли другие цели и задачи, и предметы были другими. Вам придётся хорошо потрудиться, изучить множество документальных свидетельств и сопоставить массу фактов, чтобы понять, как древние обитатели земли использовали утюги и бейсболки. Не такая уж и простая задача.

Невозможно понять, почему утюг такой, какой он есть, в отрыве от понимания задач, для решения которых люди произвели его. Ведь сложно себе представить, что такой странный предмет придумали в том виде, в котором мы его знаем, просто так, без всякой цели.

Утюг как концепция не упал с неба. Его появление было вызвано конкретными задачами, стоящими перед людьми. Ещё до нашей эры появились ткани, которые было необходимо разглаживать. Сначала для этого использовались нагретые булыжники. Было не слишком удобно. Со временем тканей становилось больше, они дешевели,

и вот уже проблема глажки предметов гардероба стала актуальной для большого количества человек. Эту задачу было необходимо решить. Естественно, нагретый бумажник выбросили в древнее окно, а сам процесс глажки модифицировали с целью упрощения. Так появились первые металлические утюги с ручкой сверху и плоской поверхностью для глажки снизу.

В погоне за функциональностью утюг модернизировался множество раз. У него появлялись новые задачи – отпаривание и сбережение ткани. Благодаря новым задачам он получал и дополнительные конструктивные элементы – отверстия для пара и заливки воды, переключатели режима работы и уровня мощности. Теперь утюг не тот, что был раньше. Он изменился. И продолжает меняться, вслед за изменяющимися техническими возможностями и потребностями человечества. Утюг сегодня не такой, каким он будет через 100 лет. Но основные конструктивные решения сохранились, пройдя через годы и века – ручка и нагретая, заостренная спереди нижняя часть (изображение 2).



**Изображение 2** ❖ Утюг древний и современный. Изменение функций влечет изменение внешнего вида. При этом базовые элементы остаются неизменными. Так будет до тех пор, пока неизменными остаются задачи, для решения которых был создан утюг



Инопланетянин не мог всего этого знать. Возможно, он даже не носит одежду и о тканях не слышал. Но мы знаем, что странная форма утюга обусловлена стоящими перед ним задачами. А его широкое распространение и высокая популярность – успешным воплощением утюга как инструмента решения этих задач.

Всё просто и понятно. Не стоило даже упоминать об этом, не правда ли? Но в этом и заключается тайна создания вещей – каждая из них решает какую-то задачу, и эта задача определяет, какими должны эти вещи быть. Ручка тонкая и продолговатая – для того, чтобы её было удобно держать. Кружка имеет стенки и дно, чтобы удерживать налитую в неё жидкость. Возьмите любой знакомый предмет в руки и внимательно посмотрите на него. Вы поймёте, почему он такой, какой есть. Вы сможете заглянуть в его суть, определив цель, с которой он был создан.

Поэтому я так любил безмянную пластиковую игрушку-солдата. Она выполняла свою задачу идеально. Она позволяла менять позы, предлагая массу вариантов использования. Она была крепкой, что чрезвычайно важно для детских игр. А её раскраска и отсутствие истории давали широкий простор для воображения. Эта вещь настолько хорошо выполняла задачу, что не только стала любимой. Она сумела запомниться мне на десятилетия вперёд. Она сформировала для меня положительный опыт использования. Причём этот опыт был хорошим настолько, что стал базой для рождения логических связей и поведенческих паттернов, руководящих некоторыми моими действиями и определяющих отдельные решения до сих пор.

Эта книга написана для людей, занимающихся проектированием интерфейсов электронных продуктов, таких как сайты и приложения. Читая мои размышления о физических предметах, вы можете задать мне вопрос: «Зачем мы уделяем им столько внимания? Интерфейс приложения, который мы видим на экране телефона, – совсем не пластиковая игрушка или пара обуви!» Я с вами соглашусь. И не соглашусь.

Мы обращаем внимание на физические предметы не для того, чтобы доказать, что башмаки – это интерфейс. Конечно, нет. Такая глупость не пришла бы мне в голову. Говоря о хороших и плохих игрушках или башмаках, мы ищем закономерности. Мы пытаемся понять, почему считаем одни предметы удачными, а другие – провальными. Скажу вам больше. Самую главную закономерность мы уже нашли. Хороший интерфейс и хорошая детская игрушка хороши по одним и тем же причинам – они прекрасно решают поставленную перед ними задачу. Их дизайн не игнорирует, а учитывает потребности использующего их человека, его поведение и особенности восприятия. Чтобы понимать, что такое хороший дизайн, и уметь замечать его, мы и начали наши размышления, опираясь на знакомые нам с детства предметы.

Хороший дизайн заметить существенно сложнее, чем плохой. Плохой дизайн кричит нам в лицо о том, что он плох, в то время как хороший дизайн настолько подходит нам, что просто растворяется в нашем восприятии. Он понятен, удобен, функционален и красив. Он гармоничен. Он сделан человеком для человека. Его создатель понимал, что необходимо потребителю, а что нет.

Это и есть базовый принцип дизайн-мышления. Его должен уяснить каждый человек, называющий себя дизайнером (в нашем случае дизайнером интерфейсов цифровых продуктов). Дизайн делается для решения задач человека. Он ориентирован на пользователя и учитывает все аспекты его использования. Если дизайнер изучил человека, в интересах которого он работает, и создал интерфейс в соответствии с его задачами и потребностями – такой интерфейс будет удачным.

Дизайнер – это тоже человек, но человек, видящий задачи других и решающий их. Понимание принципа «дизайн делается для пользователя» отличает хорошего дизайнера от плохого. А следование этому принципу в процессе работы или игнорирование его отличает хороший конечный продукт от плохого. И не важно, в какой из тысяч сфер этот продукт создан.

Но что конкретно должен учитывать дизайнер, разрабатывая дизайн? Какие аспекты должны быть проработаны, чтобы результат можно было назвать успешным? Только ли функциональность руководит действиями дизайнера? Будем ли мы считать удачным, с точки зрения дизайна, предмет, идеально выполняющий свою функцию, но вызывающий эстетическое отторжение? Думаю, не в полной мере. Функциональность – невероятно важная составляющая хорошего дизайна. Но отнюдь не единственная.

Тому, как построить успешный интерфейс, основываясь на потребностях целевой аудитории, посвящена эта книга. Мы последовательно будем двигаться от темы к теме, раскрывая секреты создания удачных, с точки зрения пользовательского опыта, интерфейсов цифровых продуктов. Мы разберём шаги – как в эстафете, переходя от одного аспекта работы к другому, – которые предстоит пройти дизайнеру на пути к идеальному пользовательскому интерфейсу.