

УДК 004.512  
ББК 32.973.4  
М20

**Малышев К. В.**

М20 Построение пользовательских интерфейсов. – М.: ДМК Пресс, 2021. – 268 с.: ил.

**ISBN 978-5-97060-962-0**

Интерфейс — лицо электронного продукта. Лицо успешных сайтов, приложений и программ вызывает у пользователей доверие и симпатию. Построение пользовательских интерфейсов — интересная и многогранная работа.

Эта книга будет полезна всем, кто участвует в работе над созданием электронных продуктов. Вы начинающий дизайнер интерфейсов? Книга поможет углубить и расширить знания о профессии. Вы практикующий UI/UX-дизайнер? Из книги вы почерпнёте инструменты и методики, которые позволят увеличить эффективность вашей работы. Вы менеджер, глава студии или стартапа? Эта книга поможет вам наладить и систематизировать процессы в команде.

Почему одни электронные продукты любимы и востребованы, а другие — нет? Чем сайты и сервисы, которыми мы пользуемся ежедневно, отличаются от тех, которые мы посетили лишь единожды, предпочтя больше не возвращаться к ним? Почему некоторые приложения используются нами постоянно, на протяжении многих лет, а другие мы удаляем после первого же запуска? Обо всём этом вы узнаете из книги.

УДК 004.512  
ББК 32.973.4

Все права защищены. Любая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-5-97060-962-0

© Малышев К. В., 2021  
© Издание, оформление,  
ДМК Пресс, 2021

# Содержание

<b>От издательства</b> .....	7
<b>От автора</b> .....	8
<b>Часть I. ИДЕЯ. ДИЗАЙН. ВЕЩЬ</b> .....	11
<b>Глава 1. Привычные нам вещи. Почему они такие, какими мы их знаем</b> .....	12
<b>Глава 2. Как получилось, что мы считаем одни вещи хорошими, а другие плохими</b> .....	21
<b>Глава 3. Интерфейс в разрезе физических предметов</b> .....	31
<b>Часть II. ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ</b> .....	38
<b>Глава 4. Пользовательский опыт. Что это? UX-дизайнер. Кто он?</b> .....	39
<b>Глава 5. Аспекты использования интерфейсов, непосредственно влияющие на пользовательский опыт</b> .....	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> .....	72

<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>	<b>182</b>
<b>Глава 13. Понятие о сценарии .....</b>	<b>184</b>
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>	<b>196</b>
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>	<b>211</b>
15.1. Порядок формирования сценария использования .....	211
15.2. Дальнейшая работа со сценариями .....	214
<b>Заключение части V .....</b>	<b>217</b>
<b>Часть VI. ПРОТОТИПИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ПРОДУКТОВ .....</b>	<b>221</b>
<b>Глава 16. Понятие о прототипировании .....</b>	<b>222</b>
16.1. Процесс прототипирования .....	222
16.2. Ценность прототипирования .....	226
<b>Глава 17. Прототип как артефакт проектировщика .....</b>	<b>228</b>
17.1. Типы прототипов .....	228
17.2. Требования, предъявляемые к прототипам .....	231
<b>Глава 18. Дальнейшая работа с прототипами .....</b>	<b>237</b>
18.1. Тестирование прототипов .....	237
18.2. Дальнейшая работа с прототипами .....	242
<b>Заключение части VI .....</b>	<b>247</b>

<b>Часть VII. ВИЗУАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ</b>	
<b>И СТИЛИЗАЦИЯ ИНТЕРФЕЙСОВ .....</b>	<b>248</b>
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>	<b>265</b>