

на которые ты должен кликнуть или нажать на экране мобильного телефона, потому что они не интерактивны.

- проблемы с типографикой. Как упоминалось ранее, не всякий шрифт может подойти flat-дизайну. Иногда такой насыщенный шрифт с острыми краями выглядят действительно сбалансировано и стильно. Однако, в том случае, если шрифт выбран неверно, это может разрушить весь дизайн. Ты должен действительно хорошо чувствовать какие шрифты подходят для flat, а какие нет. Недостаток опыта делают выбор шрифта очень трудным.

- отсутствие эффектов и минимализм. Из-за ограничений в использовании эффектов, цветов и шрифтов, flat может выглядеть слишком простым и холодным. Его минималистичность может также стать его главным недостатком – другой flat-дизайн в итоге выглядит точно так же, как и ваш. Поэтому очень сложно сделать ваши иконки или веб-страницы отличными от чужого дизайна, потому что вы используете те же самые упрощенные формы, ограниченные цветовые палитры и аналогичные шрифты. В результате, со временем flat-дизайн может стать скучным.

Вывод. Подведя итоги, мы можем сказать, что в данный момент flat-дизайн является ведущим стилем в веб-пространстве. Придерживаясь именно его, добавляя свои «изюминки», ваш сайт будет современным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Top Ten Tips on Creating Flat Design Graphics // ссылка <https://design.tutsplus.com/tutorials/10-top-tips-on-creating-flat-design-graphics--cms-25888>

УДК 004.51

Студ. Н. Н. Чобот

Науч. рук. асс. Т.П. Брусенцова

(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ДИЗАЙНА ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРФЕЙСА САЙТА «РЮКЗАК»

Эмоциональный дизайн опирается на психологию и творческий подход, его цель – подарить пользователям новые впечатления и создать ощущение, что к ним обращается человек, а не машина. «Эмоциональный дизайн» — дизайн, который дарит эмоции [1].

Дизайн интерфейса – это дизайн для человека, для пользователя. Потребности пользователя можно выстроить наподобие пирамиды Маслоу (рисунок 1).



Рисунок 1 – Пирамида потребностей Маслоу

Красивый дизайн очень привлекает, но ненадолго, если сайт не является функциональным и надёжным.

Индивидуальность — одна из составляющих принципов эмоционального дизайна. Чтобы построить эмоциональную связь с аудиторией, нужно продемонстрировать индивидуальность своего бренда, и аудитория почувствует с ним связь, как с живым человеком. Иногда ощущение присутствия людей появляется, благодаря совершенно абстрактным вещам, например, пропорциям. Пифагор и древние греки осознали это, открыв золотое сечение – пропорцию, свойственную многим творениям природы, включая человеческое тело.

Контраст – мощный дизайнерский инструмент. Убирая с главной страницы все лишнее, нуждающиеся в новых пользователях сайты увеличивают свои шансы. Так и в сайте журнала Рюкзак, главная страница, основанная на визуальном контрасте, показывает, чему посвящен сайт (рис. 2). Пользователю даётся возможность сосредоточиться и выбрать тот пункт меню, который ему нужен. Дизайн не придерживается разметки. Насыщенные цвета делают его больше похожим на коллаж из бумаги, чем на сайт. Это вызывает у аудитории положительные эмоции и делает сайт незабываемым.



Рисунок 2 – Главная страница сайта «Рюкзак»

Простота дизайна помогает потенциальным клиентам быстро проанализировать затраты и выгоды. Это еще одно действие, которое мозг совершает каждый раз, выделив контрасты. Но если внимания требует все вокруг, пользователь ничего не заметит. По закону Хика (рис. 3) время, необходимое для принятия решения, прямо пропорционально количеству альтернатив. Хотя, человеческий мозг — удивительный инструмент, его способность быстро воспринимать большой объем информации ограничена. Каждый раз, когда дизайнер добавляет что-либо к интерфейсу, пользователям становится сложнее выделять закономерности и контрасты.

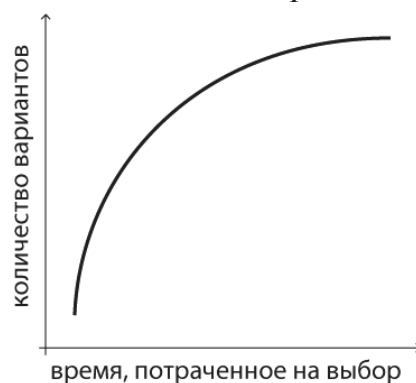


Рисунок 3 – Закон Хика

Главная цель эмоционального дизайна — упростить коммуникацию между людьми. Если дизайнер справляется с этой

задачей, компьютер отходит на задний план. Для этого дизайн следует представлять человеком, готовым общаться с аудиторией.

Создание образа для сайта. Дизайн-образ сайта «Рюкзак».

Название бренда: Рюкзак.

Обзор: логотип (рис. 4) является лицом бренда и его воплощением индивидуальности. Ровные формы говорят о продуманности сайта. Рюкзак привлекает своей простотой и изящностью, позволяет чувствовать себя комфортно. Текст производит впечатление грации, изящности, стиля.

РЮКЗАК

Рисунок 4 – Логотип сайта «Рюкзак»

Индивидуальность: Рюкзак серьезный, деловой, доводит дело до конца. Любит точно формулировать цели и строить конкретные планы. Предпочитает быть впереди остальных: опережать знаниями, освоенными технологиями. Привлекает эрудицией.

Свойства бренда: надежность, неформальность, стиль, простота, функциональность.

Карта индивидуальности: можно поместить разные черты индивидуальности в систему координат XY. Ось X сообщает, насколько индивидуальность дружелюбна, а ось Y позволяет определить степень доминирования или подчинения этой личности (рис. 5).



Рисунок 5 – Карта индивидуальности образа сайта «Рюкзак»

Визуальный лексикон:

Цвет. Цвета чистые, но не как в детских телепередачах.

Типографика. Рюкзак легок на подъем, прост и эффективен, и типографика это демонстрирует. Простые шрифты отличаются размером, плотностью и цветом, передают иерархию сообщений.

Общий стиль. Элементы интерфейса простые, интуитивно понятные.

Методы связи: На сайте Рюкзак есть процентная полоса, которая заполняется вместе с прогрессом прочтения.

Индивидуальность — способ взаимодействия с аудиторией. Она дает пользователям понять стиль бренда, формирует эстетику и интерактивный дизайн сайта.

Эффект предшествования — это явление, когда реакция человека на воздействие того или иного стимула определяется предшествующим действием того же самого или подобного стимула. Например, в играх всегда интересно открыть новый раунд, а в интерфейсе — перейти на новую страницу и увидеть другое оформление.

Дизайнеры имеют уникальную возможность — помогать пользователям следовать интуиции. Используя инструменты дизайна, такие как верстка, цвет, линия, текст или контраст, дизайнер подаёт информацию так, что пользователь принимает решение, руководствуясь скорее инстинктом, нежели разумом. Задача — воздействовать на чувства аудитории, создать ощущение, что выгода значительно превышает затраты.

Таким образом, эмоциональный дизайн — это не просто способ произвести положительное впечатление и тем самым преодолеть временные трудности. Его задачи гораздо шире: он помогает справляться со сложными ситуациями, такими как падение сервера, потеря информации или атака вирусов, влияющих на работу сайта. Ошибки случаются, и у любого человека что-то может пойти не так. Но правильная реакция и запас доверия, накопленный в результате эмоционального взаимодействия с аудиторией, помогут пережить тяжелые времена.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аарон Уолтер «Эмоциональный веб-дизайн» – Манн, Иванов и Фербер: ISBN 54457094774, 9785457094772, 2012, – с. 191.