

Архетипы
Аффорданс
Близость
Боязнь пустоты
«Бритва Оккама»
Ваби-саби
Видимость

Визуально-пространственный резонанс
Выработка инструментального условного рефлекса

Выравнивание пространств
Глубина переработки информации
Графическое представление

Дефицит
Диаграмма Гутенберга
Доступность

Жизненный цикл
Закон прегнантности
Закон Фиттса

Закон Хика
Замри – беги – дерись – сдавайся
Запас прочности

Затраты – выгода
Защищенное пространство
«Зловещая долина»

Золотое отношение
Иерархия
Иерархия потребностей

Избыточность
Итерация
Классическая приспособительная реакция

Когнитивный диссонанс
Конвергенция
Контроль

Линия влечения
Метод последовательного раскрытия
Мимикрия

Мнемонический прием
Модульный принцип
Мусор на входе — мусор на выходе

Надж
Насловие
Непрерывность

НИН-синдром
Нормальное распределение
Обнаружение угрозы

Общая история
Ограничительное условие
Ориентационная чувствительность

Открытое пространство – зона уединения
Отношение «гибкость – юзабилити»
Отношение «сигнал – шум»

Отношение «фигура – фон»
Ошибка масштабирования
Ошибки

Перевернутая пирамида
Персонажи
Погружение

Подтверждение
Позиционный эффект
Посильная нагрузка

Последовательность Фибоначчи
Постоянство
Правило 80/20

Правило третьей
Прайминг-эффект
Предварительный органайзер

Предвзятость в отношении «детского» лица
Предвзятость в отношении контура
Предвзятость в отношении освещения объектов

Предвзятость в отношении привлекательности
Предельно продвинутое, но приемлемое
Предпочтение саванны

Универсальные принципы дизайна



Уильям Лидвелл
Критина Холден
Джилл Батлер

Введение
Кимберли Элам

www.piter.com



125 способов сделать любой продукт более
удобным и привлекательным с помощью
оригинальных дизайнерских концепций

Уильям Лидвелл, Критина Холден, Джилл Батлер
Универсальные принципы дизайна

Перевел с английского А. Мороз

ББК 30.18

УДК 74.5

Лидвелл У., Холден К., Батлер Дж.

Л55 Универсальные принципы дизайна / Пер. с англ. А. Мороза. — СПб.: Питер, 2014. — 272 с.: ил.

ISBN 978-5-906417-71-8

Над чем бы вы ни работали — рекламной кампанией, производением искусства, видеоигрой или новой моделью техники, — перед вами встают задачи, актуальные в любом виде дизайна. И хотя нельзя быть экспертом во всех областях, качественный дизайн невозможен без целого набора практических навыков и теоретических знаний. Вам больше не придется искать ответы на свои вопросы в ворохе литературы по различным дисциплинам — в этой книге Уильям Лидвелл, глава направления современных исследований и развития НИИ прикладного менеджмента, собрал массу полезной для современных дизайнеров, архитекторов и инженеров информации. Книгой удобно пользоваться, и все понятия здесь объяснены просто и доступно, с конкретными примерами и наглядными иллюстрациями. Она уже стала бестселлером на Западе, теперь вы тоже можете расширить свои знания в области современного дизайна.

16+ (Для детей старше 16 лет. В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ.)

ISBN 978-1592535873 (англ.)

ISBN 978-5-906417-71-8

© Rockport Publishers, 2003

© Перевод на русский язык ООО Издательство «Питер», 2014

© Издание на русском языке, оформление ООО Издательство «Питер», 2014

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ООО «Питер Класс», 194044, Санкт-Петербург, Б. Сампсониевский пр., д. 29а

Налоговая льгота — общероссийский классификатор продукции ОК 005-93, том 2; 95 3005 — литература учебная.

Подписано в печать 29.05.13. Формат 60х90/8. Усл. п. л. 34,000. Тираж 2500.

Отпечатано в Китае.

Содержание

11	Предисловие	60	Ограничительное условие (Constraint)	102	Отношение «гибкость—юзабилити» (Flexibility—usability tradeoff)
12	Введение	62	Предвзятость в отношении контура (Contour bias)	104	Предупредительность (Forgiveness)
14	Правило 80/20 (80/20 rule)	64	Контроль (Control)	106	Форма следует за функцией (Form follows function)
16	Доступность (Accessibility)	66	Конвергенция (Convergence)	108	Фрейминг-эффект (Framing)
18	Предварительный органайзер (Advance organizer)	68	Затраты—выгода (Cost—benefit)	110	Замри—беги—дерись—сдавайся (Freeze—Flight—Fight—Forfeit)
20	Эффект «эстетика—юзабилити» (Aesthetic—usability effect)	70	Защищенное пространство (Defensible space)	112	Мусор на входе — мусор на выходе (Garbage in — garbage out)
22	Аффорданс (Affordance)	72	Глубина переработки информации (Depth of processing)	114	Золотое отношение (Golden ratio)
24	Выравнивание (Alignment)	74	Разработка комитетом (Design by committee)	116	Непрерывность (Good continuation)
26	Антропоморфная форма (Anthropomorphic form)	76	Линия влечения (Desire line)	118	Диаграмма Гутенберга (Gutenberg diagram)
28	Архетипы (Archetypes)	78	Цикл разработки (Development cycle)	120	Закон Хика (Hick's law)
30	Выравнивание пространств (Area alignment)	80	Точка входа (Entry point)	122	Иерархия (Hierarchy)
32	Предвзятость в отношении привлекательности (Attractiveness bias)	82	Ошибки (Errors)	124	Иерархия потребностей (Hierarchy of needs)
34	Предвзятость в отношении «детского» лица (Baby-face bias)	84	Эффект ожидания (Expectation effect)	126	Яркое выделение (Highlighting)
36	Эффект биофилии (Biophilia effect)	86	Эффект внешнего воздействия (Exposure effect)	128	Боязнь пустоты (Horror vacui)
38	Эффект собора (Cathedral effect)	88	Степень фейсизма (Face-ism ratio)	130	Тяготение к охоте или воспитанию (Hunter—nurturer fixations)
40	Чанкинг (Chunking)	90	Запас прочности (Factor of safety)	132	Графическое представление (Iconic representation)
42	Классическая приспособительная реакция (Classical conditioning)	92	Цепь обратной связи (Feedback loop)	134	Погружение (Immersion)
44	Смыкание (Closure)	94	Последовательность Фибоначчи (Fibonacci sequence)	136	Слепота невнимания (Inattentional blindness)
46	Когнитивный диссонанс (Cognitive dissonance)	96	Отношение «фигура—фон» (Figure—ground relationship)	138	Эффекты интерференции (Interference effects)
48	Цвет (Color)	98	Закон Фиттса (Fitts' law)	140	Перевернутая пирамида (Inverted pyramid)
50	Общая история (Common fate)	100	Принцип пяти шляпных полок (Five hat racks)	142	Итерация (Iteration)
52	Сравнение (Comparison)			144	Закон прегнантности (Law of prägnanz)
54	Подтверждение (Confirmation)				
56	Целостность (Consistency)				
58	Постоянство (Constancy)				

146	Наслоение (Layering)	184	Эффект превосходства изображений, ЭПИ (Picture superiority effect, PSE)	228	Фактор жесткости (Stickiness)
148	Разборчивость (Legibility)	186	Прайминг-эффект (Priming)	230	Сторителлинг (Storytelling)
150	Жизненный цикл (Life cycle)	188	Метод последовательного раскрытия (Progressive disclosure)	232	Структурные формы (Structural forms)
152	Установление соответствий (Mapping)	190	Пропозициональная плотность (Propositional density)	234	Симметрия (Symmetry)
154	Умозрительная модель (Mental model)	192	Открытое пространство-зона уединения (Prospect-refuge)	236	Обнаружение угрозы (Threat detection)
156	Мимикрия (Mimicry)	194	Создание прототипа (Prototyping)	238	Трехмерная проекция (Three-dimensional projection)
158	Мнемонический прием (Mnemonic device)	196	Близость (Proximity)	240	Предвзятость в отношении освещения объектов (Top-down lighting bias)
160	Модульный принцип (Modularity)	198	Удобочитаемость (Readability)	242	«Зловещая долина» (Uncanny valley)
162	Предельно продвинутое, но приемлемое (Most advanced yet acceptable)	200	Узнавание лучше вспоминания (Recognition over recall)	244	Принцип неопределенности (Uncertainty principle)
164	Эффект среднего типа лица (Most average facial appearance effect)	202	Эффект красного (Red effect)	246	Равномерная связность (Uniform connectedness)
166	Нормальное распределение (Normal distribution)	204	Избыточность (Redundancy)	248	Эффект Веблена (Veblen effect)
168	NIH-синдром (Not invented here)	206	Розеттский камень (Rosetta stone)	250	Видимость (Visibility)
170	Надж (Nudge)	208	Правило третей (Rule of thirds)	252	Визуально-пространственный резонанс (Visuospatial resonance)
172	«Бритва Оккама» (Occam's Razor)	210	Удовлетворительное решение (Satisficing)	254	Эффект фон Ресторф (von Restorff effect)
174	Выработка инструментального условного рефлекса (Operant conditioning)	212	Предпочтение саванны (Savanna preference)	256	Ваби-саби (Wabi-sabi)
176	Ориентационная чувствительность (Orientation sensitivity)	214	Ошибка масштабирования (Scaling fallacy)	258	Соотношение обхватов талии и бедер (Waist-to-hip ratio)
178	Посильная нагрузка (Performance load)	216	Дефицит (Scarcity)	260	Система навигации (Wayfinding)
180	Реализация в сравнении с предпочтением (Performance versus preference)	218	Самоподобие (Self-similarity)	262	Самое слабое звено (Weakest link)
182	Персонажи (Personas)	220	Позиционный эффект (Serial position effects)	264	Выражаем признательность
		222	Формирование поведения (Shaping)	266	Благодарности
		224	Отношение «сигнал-шум» (Signal-to-noise ratio)	267	Об авторах
		226	Схожесть (Similarity)	268	Алфавитный указатель