

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 oraganizer)	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 (Разработка комитетом)	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 третьей (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

Содержание

По категориям

Как повлиять на восприятие разработки?

22	Аффорданс (Affordance)
24	Выравнивание (Alignment)
26	Антропоморфная форма (Anthromorphic Form)
44	Смыкание (Closure)
48	Цвет (Color)
50	Общая история (Common Fate)
56	Целостность (Consistency)
58	Постоянство (Constancy)
62	Предвзятость в отношении контура (Contour Bias)
88	Степень фейсизма (Face-ism Ratio)
96	Отношение «фигура–фон» (Figure-Ground Relationship)
100	Принцип пяти шляпных полок (Five Hat Racks)
116	Непрерывность (Good Continuation)
118	Диаграмма Гутенберга (Gutenberg Diagram)
126	Яркое выделение (Highlighting)
128	Боязнь пустоты (Horror Vacui)
132	Графическое представление (Iconic Representation)
136	Слепота невнимания (Inattentional Blindness)
138	Эффекты интерференции (Interference Effects)
144	Закон прегнантности (Law of Pragnanz)
146	Наслоение (Layering)
148	Разборчивость (Legibility)
152	Установление соответствий (Mapping)
176	Ориентационная чувствительность (Orientation Sensitivity)
186	Прайминг-эффект (Priming)
196	Близость (Proximity)
202	Эффект красного (Red Effect)
224	Отношение «сигнал–шум» (Signal-to-Noise Ratio)
236	Обнаружение угрозы (Threat Detection)
238	Трехмерная проекция (Three-Dimensional Projection)
240	Предвзятость в отношении освещения (Top-Down Lighting Bias)
246	Равномерная связность (Uniform Connectedness)
250	Видимость (Visibility)
252	Визуально-пространственный резонанс (Visuospatial Resonance)

Как помочь людям учиться?

16	Доступность (Accessibility)
18	Предварительный органайзер (Advance Organizer)
36	Эффект биофилии (Biophilia Effect)
38	Эффект собора (Cathedral Effect)
40	Чанкинг (Chunking)
42	Классическая приспособительная реакция (Classical Conditioning)
52	Сравнение (Comparison)
72	Глубина переработки информации (Depth of Processing)
86	Эффект внешнего воздействия (Exposure Effect)
104	Предупредительность (Forgiveness)
112	Мусор на входе — мусор на выходе (Garbage In–Garbage Out)
122	Иерархия (Hierarchy)
134	Погружение (Immersion)
138	Эффекты интерференции (Interference Effects)
140	Перевернутая пирамида (Inverted Pyramid)
146	Наслоение (Layering)
148	Разборчивость (Legibility)
154	Умозрительная модель (Mental Model)
158	Мнемонический прием (Mnemonic Device)
174	Выработка инструментального условного рефлекса (Operant Conditioning)
178	Посильная нагрузка (Performance Load)
184	Эффект превосходства изображений (Picture Superiority Effect)
188	Метод последовательного раскрытия (Progressive Disclosure)
198	Удобочитаемость (Readability)
200	Узнавание лучше воспоминания (Recognition Over Recall)
206	Розеттский камень (Rosetta Stone)
220	Позиционный эффект (Serial Position Effects)
222	Формирование поведения (Shaping)
224	Отношение «сигнал–шум» (Signal-to-Noise Ratio)
228	Фактор жесткости (Stickiness)
230	Сторителлинг (Storytelling)
254	Эффект фон Ресторф (von Restorff Effect)

Как улучшить юзабилити продукта?

14	Правило 80/20 (80/20 Rule)
16	Доступность (Accessibility)
20	Эффект «эстетика–юзабилити» (Aesthetic-Usability Effect)
22	Аффорданс (Affordance)
54	Подтверждение (Confirmation)
56	Целостность (Consistency)
60	Ограничительное условие (Constraint)
64	Контроль (Control)
68	Затраты–выгода (Cost-Benefit)
76	Линия влечения (Desire Line)
80	Точка входа (Entry Point)
82	Ошибки (Errors)
98	Закон Фиттса (Fitts' Law)
104	Предупредительность (Forgiveness)
110	Замри–беги–дерись–сдавайся (Freeze-Flight-Fight-Forfeit)
120	Закон Хика (Hick's Law)
122	Иерархия (Hierarchy)
132	Графическое представление (Iconic Representation)
134	Погружение (Immersion)
138	Эффекты интерференции (Interference Effects)
140	Перевернутая пирамида (Inverted Pyramid)
146	Наслоение (Layering)
152	Установление соответствий (Mapping)
154	Умозрительная модель (Mental Model)
156	Мимикрия (Mimicry)
170	Надж (Nudge)
178	Посильная нагрузка (Performance Load)
182	Персонажи (Personas)
188	Метод последовательного раскрытия (Progressive Disclosure)
198	Удобочитаемость (Readability)
200	Узнавание лучше воспоминания (Recognition Over Recall)
224	Отношение «сигнал–шум» (Signal-to-Noise Ratio)
250	Видимость (Visibility)
260	Система навигации (Wayfinding)

Как усилить притягательность дизайна?

20	Эффект «эстетика–юзабилити» (Aesthetic-Usability Effect)
24	Выравнивание (Alignment)
26	Антропоморфная форма (Anthromorphic Form)
28	Архетипы (Archetypes)
30	Выравнивание пространств (Area Alignment)
32	Предвзятость в отношении привлекательности (Attractiveness Bias)
34	Предвзятость в отношении «детского» лица (Baby-Face Bias)
42	Классическая приспособительная реакция (Classical Conditioning)
46	Когнитивный диссонанс (Cognitive Dissonance)
48	Цвет (Color)
70	Защищенное пространство (Defensible Space)
80	Точка входа (Entry Point)
86	Эффект внешнего воздействия (Exposure Effect)
88	Степень фейсизма (Face-ism Ratio)
94	Последовательность Фибоначчи (Fibonacci Sequence)
108	Фрейминг-эффект (Framing)
114	Золотое отношение (Golden Ratio)
130	Тяготение к охоте или воспитанию (Hunter-Nurturer Fixations)
156	Мимикрия (Mimicry)
164	Эффект среднего типа лица (Most Average Facial Appearance Effect)
174	Выработка инструментального условного рефлекса (Operant Conditioning)
190	Пропозициональная плотность (Propositional Density)
192	Открытое пространство–зона уединения (Prospect-Refuge)
202	Эффект красного (Red Effect)
208	Правило третей (Rule of Thirds)
212	Предпочтение саванны (Savanna Preference)
216	Дефицит (Scarcity)
218	Самоподобие (Self-Similarity)
224	Отношение «сигнал–шум» (Signal-to-Noise Ratio)
226	Схожесть (Similarity)
228	Фактор жесткости (Stickiness)
230	Сторителлинг (Storytelling)
234	Симметрия (Symmetry)

240	Предвзятость в отношении освещения объектов (Top-Down Lighting Bias)
242	«Зловещая долина» (Uncanny Valley)
248	Эффект Веблена (Veblen Effect)
256	Ваби-саби (Wabi-Sabi)
258	соотношение обхватов талии и бедер (Waist-to-Hip Ratio)

Как улучшить дизайнерское решение?

14	Правило 80/20 (80/20 Rule)
16	Доступность (Accessibility)
52	Сравнение (Comparison)
66	Конвергенция (Convergence)
68	Затраты–выгода (Cost-Benefit)
74	Разработка комитетом (Design by Committee)
78	Цикл разработки (Development Cycle)
82	Ошибки (Errors)
84	Эффект ожидания (Expectation Effect)
90	Запас прочности (Factor of Safety)
92	Цепь обратной связи (Feedback Loop)
102	Отношение «гибкость–юзабилити» (Flexibility-Usability Tradeoff)
106	Форма следует за функцией (Form Follows Function)
110	Замри–беги–дерись–сдавайся (Freeze-Flight-Fight-Forfeit)
112	Мусор на входе — мусор на выходе (Garbage In–Garbage Out)
124	Иерархия потребностей (Hierarchy of Needs)
142	Итерация (Iteration)
150	Жизненный цикл (Life Cycle)
160	Модульный принцип (Modularity)
162	Предельно продвинутое, но приемлемое (Most Advanced Yet Acceptable)
166	Нормальное распределение (Normal Distribution)
168	НИН-синдром (Not Invented Here)
172	«Бритва Оккама» (Occham's Razor)
180	Реализация в сравнении с предпочтением (Performance Versus Preference)
182	Персонажи (Personas)
194	Создание прототипа (Prototyping)
204	Избыточность (Redundancy)
210	Удовлетворительное решение (Satisficing)
214	Ошибка масштабирования (Scaling Fallacy)
232	Структурные формы (Structural Forms)
244	Принцип неопределенности (Uncertainty Principle)
262	Самое слабое звено (Weakest Link)