

*Балдина Екатерина Александровна*

магистрант

*Геворгян Наталья Ростиславовна*

канд. пед. наук

*Ткалич Светлана Константиновна*

д-р пед. наук, профессор, академик РАЕ  
ФГБОУ ВО «Московский педагогический  
государственный университет»

г. Москва

## **«НЕЗАМЕТНЫЙ» ДИЗАЙН МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ**

*Аннотация:* графический дизайн играет важную роль в разработке современного дизайн-проекта, а также определяет успешность его развития. В статье рассматривается понятие «незаметный дизайн» в качестве ключевого момента в этапах разработки интерфейса. Описано применение методов проектирования, направленных на достижение максимально эффективного взаимодействия пользователя с разработкой проекта.

*Ключевые слова:* «незаметный» дизайн, мобильное приложение, пользовательский интерфейс, эргономика дизайн приложения.

В статье анализируется, что такое графический интерфейс для мобильных устройств. В частности, раскрывается тема «незаметного» дизайна мобильного приложения, его параметры и инструменты создания. Формируя дизайн мобильной приложения, мы хотим, чтобы наш проект был прост и понятен для пользователей, чтобы действия на сайте или в приложении были очевидны и легко выполняемы. Но что же такое «незаметный» дизайн и с помощью чего добиться того, чтобы именно наш дизайн отвечал современным требованиям?

В современном мире человеку очень важно всегда оставаться на связи и быть в курсе последних новостей. Именно с этой целью были разработаны приложения для мобильной связи. Сейчас мобильное приложение стало более интересным, так как появились новые аппараты, которые позволяют устройствам и

гаджетами быть удобными в использовании и современными с точки зрения дизайна. Благодаря дизайну интерфейс становится узнаваемым и обретает эстетику. В дизайне приложения важна каждая деталь, поэтому нужен индивидуальный подход к рисованию графики, от самых больших элементов интерфейса до микроскопических.

Эксперты говорят, что выдающийся дизайн, это, как ни странно, незаметность самого дизайна, пользователи не задумываются о его авторах и не улавливают его оригинальных дизайнерских решений [1]. Они просто понимают, что устройство должно выглядеть именно так, а не иначе.

В мобильном дизайне нет интуитивных интерфейсов. Есть хорошо узнаваемые пользовательские интерфейсы (UI – User Interface), которые становятся интуитивно-понятными благодаря этой своей узнаваемости. Это приводит нас к выводу что очевидность – вещь субъективная и относительная.

Когда человек посещает сайт с мобильного устройства или пользуется мобильным приложением, то интерфейс выглядит примерно одинаково. Естественно, макеты отличаются по стилю, цветам, наполнению, но структура в целом очень похожа. К примеру, пользователь всегда найдет общее меню в верхней части экрана, поиск – в правом верхнем углу, футер – внизу и т. д. Структура дизайна – это результат трендов, веяний и привычек текущего времени, поэтому мы почти всегда можем отличить «старый» дизайн от современного.

Отметим одну важную особенность, на которую скорее всего не обратят внимание пользователи: большая часть трендов была придумана и заведена в Северной Америке и Западной Европе, поэтому они могут быть неприменимы к остальной части мира. Именно поэтому сайты, сделанные в Китае или Японии так отличаются от американских и европейских [2]. Азиатские сайты выглядят так, словно их разрабатывали в начале 2000-х.

Следующий инструмент «незаметного» дизайна – иконки и знаки. Пользователь должен однозначно понимать иконки и знаки, которые заменяют громоздкий текст, не помешавшийся на маленьком экране мобильного телефона. Даже

самый маленький пользователь, не умеющий читать, интуитивно может ориентироваться по сопровождающим знакам. Иконка – это визитная карточка мобильного приложения, которая должна выделяться среди других существующих. Только за идеальной иконкой скрывается идеальное приложение.

Успех дизайна невозможен без продуманной навигации. Хорошая навигация, она как хороший дизайн – незаметна. Не нужно изобретать велосипедов с летающей из угла в угол кнопкой меню, навигация должна быть интуитивно понятна и делать выполнение любой задачи – простой операцией. Очень неудобно пролистывать страницу влево, потом заходить во всплывающее меню – чтоб попасть на страницу с контактами, поэтому особенности навигации нужно учитывать в первую очередь при вёрстке под мобильные устройства. Чем быстрее пользователь находит нужную информацию, тем больше положительных эмоций о приложении.

Есть несколько типов вёрстки страниц приложений, наиболее удобных для навигации пользователя, раскроем самые употребимые из них.

Во-первых, вёрстка «Сеткой». Она удобна тем, что не зависит от разрешения экрана, в линию может входить 4 пункта или 3 – в зависимости от размера и типа мобильного устройства. *ovi* – в зависимости от положения или разрешения устройства количество ячеек может изменяться, частный случай резиновой вёрстки сайта. Ещё одним, не зависящим от разрешения способом – является вёрстка меню «списком». Этот способ подходит когда пункты требуют пояснения или имеют длинные названия. Например, дизайн туристического портала *tripadvisor*.

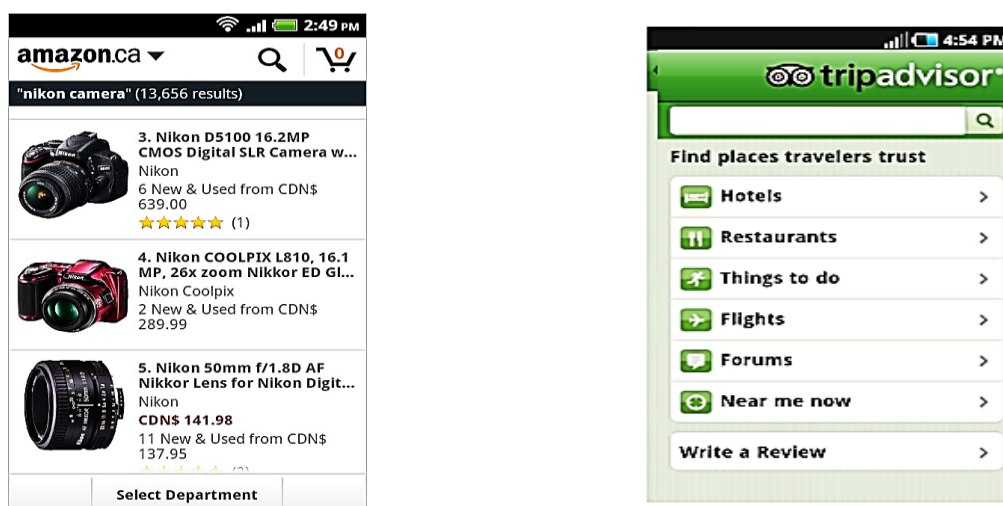


Рис. 1. Дизайн портала tripadvisor и мобильного приложения Amazon

Меню в виде списка удобно использовать если требуются длинные заголовки или какой-либо сопроводительный текст. Пример мобильной вёрстки ещё одного флагмана всемирной торговли – Amazon.

Третий популярный стиль навигации – вкладки. В отличие от предыдущих двух данная вёрстка является платформу-зависимой. Причём на разных мобильных устройствах не только дизайн вкладок разный, но и функционал и расположение. Выпадающее меню – наиболее часто применяется когда необходимо вывести большое количество подкатегорий. Например, в дизайне магазина продуктов или одежды: так же этот приём применяет facebook, так как спрятав навигацию можно существенно расширить рабочее пространство на небольшом экране мобильного устройства.

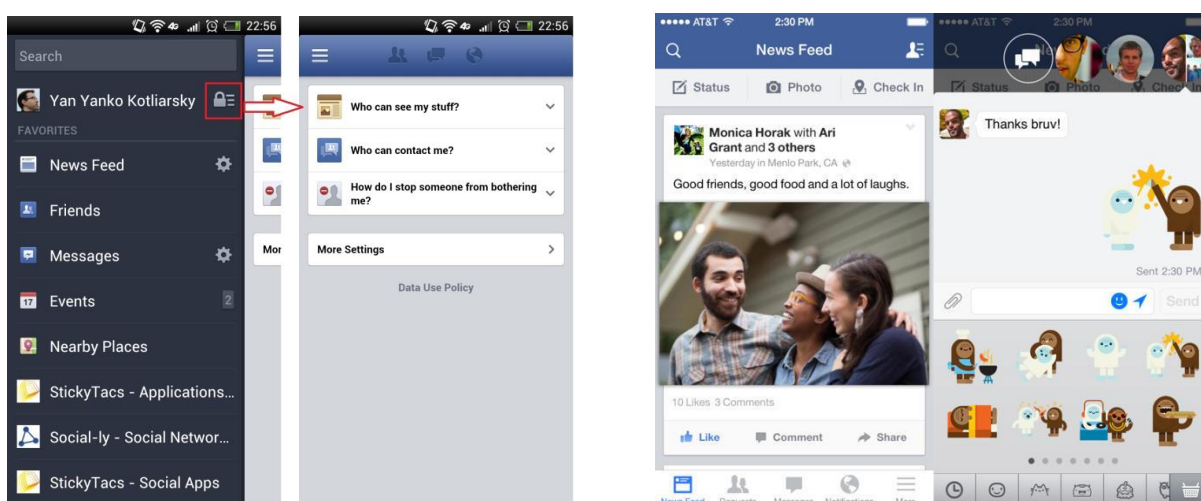


Рис. 2. Мобильное приложения Facebook для Android и iOS [3]

Вёрстка для мобильных устройств может быть представлена типичными решениями, для меню – это «Сетка», «Список», «Вкладки», «Выпадающее меню». Есть ещё множество других вариантов, но для интернет магазинов и корпоративных сайтов они применяются гораздо реже [4].

Скрытые элементы дизайна значительно помогут не только улучшить дизайн, но и добавят свободного пространства приложению, которого обычно не хватает из-за формата телефона. В этом случае типографика подходит как нельзя лучше. Пользователь воспринимает ее как графический элемент (что является предпочтительным), однако, в информативности типографика ничем не уступает обычному тексту [1]. Типографический процесс включает выбор *регистра алфавита, гарнитуры, комплекта и кегля шрифта, выключки и длины строк, межбуквенных, межсловных и междустрочных пробелов*, а также взаимного расположения текста и иллюстраций на экране. В мобильных приложениях подчеркиваниям – это табу. Подчеркивание ссылок – традиция сайтов. Для *мобильных приложений* и мобильных версий веб-ресурсов лучше использовать кнопки. Это связано с эргономикой использования. Управление пальцем всё-таки имеет свои нюансы [5].

Один из основных критерий успеха дизайна является цвет. Цвета мобильной версии не должны быть слишком резкими. Поскольку экран телефона зачастую находится ближе к глазам, чем монитор. Излишне яркие оттенки и пестрота только навредят – работа с таким приложением будет сопровождаться неприятными симптомами: раздражением глаз и даже болью. Отметим небольшую тонкость – именно на экранах мобильных устройств контрастные цвета выглядят особенно эффектно. Смело можно применять контрастные цвета (но средней яркости).

Анимация формирует пользовательские привычки. Приучив людей к определенному поведению приложения, в дальнейшем можно упрощать дизайн и добавлять новые функции. Приятный и подвижный интерфейс невероятно мотивирует вернуться к нему ещё, иногда даже без определённой цели – покрутить в

руках. При этом пользователь открыт к взаимодействию с приложением: скачиванию, просмотру, генерации контента и т. д. Приложение с качественной анимацией – это возможность выделиться.

Пространство экранов мобильных устройств ограничено их размерами, об этом мы уже говорили ранее. За счет элементов, которые скрываются можно получить дополнительное свободное место. Анимация поможет красиво вписать эти движения в общую концепцию приложения [7].

Так сложилось, что мы относимся к телефонам как к нашим постоянным спутникам, поэтому внимание к мелочам, их улучшение, будет замечено и оценено.

### ***Список литературы***

1. Типографика в мобильном дизайне: Дизайн-журнал номер один «Де-журка» – 12 декабря 2014 г.

2. Ольга Шишкова: Чем китайские мобильные приложения отличаются от остальных, статья // Интернет-журнал – 09 декабря 2014 г.

3. iOS Human Interface Guidelines Apple Inc. // iBooks – 10 марта 2014 г.

4. Дизайн и вёрстка для мобильных устройств. Статья : Web esse. – 26 июня 2012 г.

5. Дизайн мобильных приложений: WOX APP – разработчик мобильных приложение и веб-проектов: Статья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://woxapp.com/>

6. Сайт Web Design Magazine [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.webdesignmagazine.ru>

7. Сайт APP 2 WORLD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://app2world.com/>