

## ОСОБЕННОСТИ ПАТТЕРНОВ СКАНИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИИ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ВЕБ-ДИЗАЙНЕ

*Абрамович Н.А., к.т.н., доц., Юргель Р.Н., студ.*

*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. Исследование данной работы рассматривает некоторые психологические особенности восприятия информации как эффективный инструмент для дизайнера, способный сделать творческий процесс более продуктивным, а результаты более ориентированными на пользователя. В статье рассматриваются моменты эффективного использования текста в веб- и мобильных пользовательских интерфейсах: принципы визуальной иерархии для оптимальной организации контента.

Ключевые слова: визуальная иерархия, контент, верстка, акциденция, типографика.

Цель представленной работы – аналитическое исследование визуальной иерархии на базе паттернов сканирования информации для организации контента в интерфейсах, понятных для пользователей. Паттерны сканирования базируются на психологических особенностях восприятия информации. Визуальная иерархия основана на теории гештальтпсихологии, и ее основная цель – представить контент на носителе, будь то страница книги или плакат, веб-страница или экран мобильного устройства, таким образом, чтобы пользователи могли понять уровень важности каждого элемента. В аспекте создания контента для веб-страниц и экранов мобильных приложений важно учитывать два аспекта: паттерны сканирования страниц и визуальную иерархию.

Понимая важность визуального исполнения и удобочитаемости текста в цифровых продуктах и его влияние на пользовательский опыт, многочисленные эксперты по юзабилити всесторонне изучают этот вопрос и собирают статистику, предоставляющую ценные данные для дизайнеров. Множество исследований показали, что перед чтением веб-страницы пользователи просматривают ее, чтобы понять, заинтересована ли она в них. Согласно различным исследованиям существует несколько популярных шаблонов сканирования веб-страниц, среди которых наиболее распространенные шаблоны «F» и «Z».

F-шаблон является наиболее распространенным шаблоном сканирования глаз, особенно для веб-страниц с большим объемом контента. Пользователь сначала сканирует горизонтальную линию в верхней части экрана, затем немного перемещается вниз по странице и читает поперек горизонтальной линии, которая обычно занимает более короткую область. И последнее – это вертикальная линия вниз в левой части копии, где они ищут ключевые слова в начальных предложениях абзацев. Обычно это происходит на страницах с большим количеством текста, таких как блоги, новостные платформы, тематические передовицы и т.д.

В наших странах так же, как в Европе и США люди читают слева направо, сверху вниз и так же это восприятие работает при работе с сайтом и с контентом. Пользователь не разглядывает страницу и не изучает каждую ее деталь до мелочей, он сканирует ее. Было изучено как взгляд пользователя движется по странице и это очень напоминает букву F.

При F-образном сканировании шаблон характеризуется множеством фиксаций, сосредоточенных в верхней и левой части страницы. Пользователи сначала читают горизонтальным движением, обычно через верхнюю часть области содержимого. Этот начальный элемент образует верхнюю панель F. Затем пользователи немного перемещаются вниз по странице, а затем читают поперек во втором горизонтальном движении, которое обычно охватывает меньшую область, чем предыдущее движение. Этот дополнительный элемент образует нижнюю планку буквы F. Наконец, пользователи сканируют левую часть содержимого вертикальным движением. Иногда это медленное и систематическое сканирование, которое отображается сплошной полосой на тепловой карте, отслеживающей зрение. В других случаях пользователи перемещаются быстрее, создавая более точечную тепловую карту. Этот последний элемент образует основу буквы F (рис. 1).

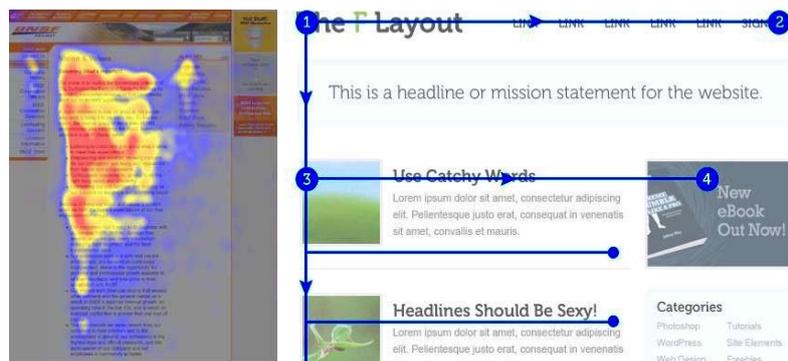


Рисунок 1 – F-паттерн сканирования информации

Самый важный контент на этой странице бросается в глаза в первые секунды. При контенте с большим количеством текста следует размещать информацию, имеющую ключевое значение или представляющую основной интерес, в наиболее просматриваемых местах, используя короткие привлекательные заголовки и жирные заголовки для привлечения внимания пользователей. F-паттерн просто повторяет естественную траекторию движения нашего взгляда – и разработчик может оптимизировать под нее свой лейаут.

Применяя в дизайне этот паттерн, стоит помнить о пользователях-«сканерах», не читающих, а просматривающих контент. Размещать контент, который может их заинтересовать следует на линиях F-паттерна:

- начало нового абзаца с ключевых слов, которые привлекут внимание «сканеров»;
- в первую очередь внимание принадлежит доминирующим элементам (элементы или области с большим визуальным весом. Увеличьте визуальный вес важных вещей: если это текст, то используйте типографику – акцидентия ключевых слов, а если это кнопка – окрасьте ее в яркий цвет;
- один абзац – одна идея. Использование буллитов;
- расположение важного контента слева или справа — там, где пользователь начинает и заканчивает сканирование. В этих точках взгляд пользователя на мгновение останавливается – а значит, он уделит важной информации чуть больше внимания.

Основной недостаток F-лейаута в том, что он располагает к монотонности. Для устранения однообразия целесообразно разбавить область сканирования каким-нибудь акцидентным элементом. Эта техника «разрушения ожиданий» в лейауте нужна, если дизайнер работает с большими блоками текста и боится, что пользователь заскучает после пары первых разделов.

Z-шаблон применяется к страницам, которые не так сильно сосредоточены на текстовой информации. Пользователь просматривает верхнюю часть страницы, начиная с верхнего левого угла, в поисках важной информации, а затем спускается к противоположному углу по диагонали, заканчивая горизонтальной линией внизу страницы, снова слева направо (рис. 2).

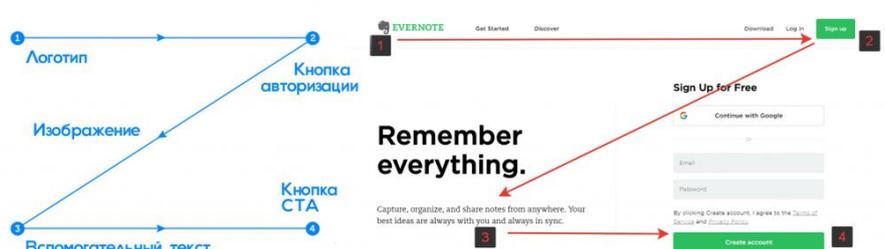


Рисунок 2 – Z-паттерн сканирования информации

Это типичная модель сканирования целевых страниц или веб-сайтов, не загруженных текстом и не требующих прокрутки страницы вниз, что означает, что все основные данные видны в области предварительной прокрутки. В этом случае дизайнеры размещают основную информацию в местах, требующих наибольшего внимания, таких как верхние углы, а другие точки, требующие внимания, помещают вдоль верхней и нижней линий.

Следует обращать внимание на практические приемы при создании потока контента при Z-паттерне:

- точка №1. Начальная точка пути пользователя. Это лучшее место для логотипа;
- точка №2. Размещаются элементы, на которые надо обратить основное внимание;
- центральная часть страницы. Размещается интересный контент, который, в то же время, будет направлять взгляд пользователя дальше по Z-паттерну – к нижней горизонтали. К примеру, можно разместить между верхней и нижней горизонталью крупное изображение – оно будет визуалью отделять верх от низа, при этом направляя взгляд пользователя;
- точка №3. Нужна для отправления пользователя на точку №4, где располагается главный призыв к действию. В точке №3 можно размещать преимущества продукта или другую полезную информацию.
- точка №4. Финишная черта. Все элементы, расположенные на горизонтали между точками 3 и 4, должны направлять взгляд в правый угол. Точка №4 – это идеальное место для главного призыва к действию.

Визуальная иерархия с использованием паттернов сканирования информации – это система, которая организует копируемый контент наилучшим образом для восприятия пользователями, прежде всего, с помощью модификаций и сочетания типов и шрифтов. Он направлен на создание контраста между наиболее значимыми и заметными элементами контента, которые следует заметить в первую очередь, и обычной текстовой информацией. Контраст создается путем регулирования шрифтов, размеров и цветов, а также их размещения и выравнивания. Визуальная иерархия представлена общими типами размещаемого контента, используемыми в дизайне пользовательского интерфейса.

#### Список использованных источников

1. Басисини, Н. М., Хломов, К. Д. Особенности траектории движения глаз при чтении в зависимости от типа носителя текста и скорости чтения // Сборник материалов Международной научной конференции. / Отв. редактор Е. С. Горбунова. 2020. С. 81–84.
2. Tips on Applying Copy Content in User Interfaces/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.tubikstudio.com/tips-on-applying-copy-content-in-user-interfaces/>. – Дата доступа: 09.04.2022.
3. F-Shaped Pattern For Reading Web Content (original study) / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/>. – Дата доступа: 11.04.2022.
4. Gestalt Theory for Efficient UX: Principle of Similarity / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.tubikstudio.com/gestalt-theory-for-efficient-ux-principle-of-similarity/>. – Дата доступа: 14.04.2022.
5. Паттерны в проектировании пользовательского опыта / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/585198/> – Дата доступа: 14.04.2022.
6. Психология и дизайн. Принципы, помогающие понять пользователей/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://design4users.com/ru/psychology-principles-for-designers/> – Дата доступа: 14.04.2022.
7. Проектирование экранов сайта по диаграмме Гутенберга/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://askusers.ru/blog/pravila/diagramma-gutenberga/>. – Дата доступа: 14.04.2022.

УДК 77

## 12 ПРИНЦИПОВ АНИМАЦИИ

**Онуфриенко С.Г., ст. преп., Баханькова Е.С., студ.**

*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрена технология создания классических анимационных фильмов. А также произведен анализ основных правил анимации разработанных аниматорами студии Disney Олли Джонстоном и Фрэнком Томасом.