

- – Верхний слой, поверхность сайта
- – Средние слои, внутренняя часть сайта
- – Нижний слой, глубь проектировки сайта

# Тактика проектирования Джесси Гарретта



**Джесси Гарретт**  
Американский программист и разработчик пользовательских интерфейсов

## всемирная паутина

как программный интерфейс

как гипертекстовое информационное пространство

### Принципиальная двойственность

Когда всемирная паутина только зарождалась, все сводилось к гипертексту. Чтобы отразить эту принципиально двойственную природу всемирной паутины, разделим существующие пять уровней на две части. Слева расположены элементы, как для программного интерфейса, а справа – свойства гипертекстового информационного пространства.

Связь двух событий:



### 1 Визуальный дизайн

Сфера графического дизайна с учетом технологических особенностей экранной графики, например: оптимальный размер и формат изображения, цветовое пространство изображений – RGB (sRGB), экранная типографика и пр.  
**Принципы создания визуального дизайна:** единство, гештальт, иерархия, баланс, контраст, масштаб, доминирование, сходство.

### 2 Дизайн интерфейса

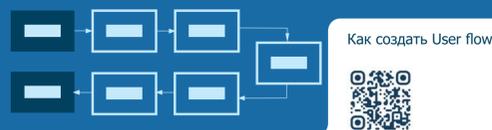
Проектирование доступа к совершению действий пользователем. Один из этих приемов – создание Customer Journey Map (CJM). CJM – это история взаимодействия клиента с компанией от момента осознания потребности и до повторных коммуникаций.

### Информационный дизайн

Связующим материалом, скрепляющим другие компоненты дизайна. Важно сгруппировать и организовать элементы информации специальным образом, отражающим способ мышления ваших пользователей. Вы должны доходчиво предоставлять данные.

### 3 Проектирование взаимодействия

Это описание возможного поведения пользователя и определение того, как система будет реагировать на его поведение и приспосабливаться к нему. **User flow** – это визуальное представление последовательности действий, которые пользователь выполняет для достижения своей цели.



### 4 Функциональные спецификации

Перечень функций выполняемых сайтом, что **система будет должна делать** согласно возможным сценариям действий удовлетворения потребностей конкретных пользователей. Может содержать такие пункты как:

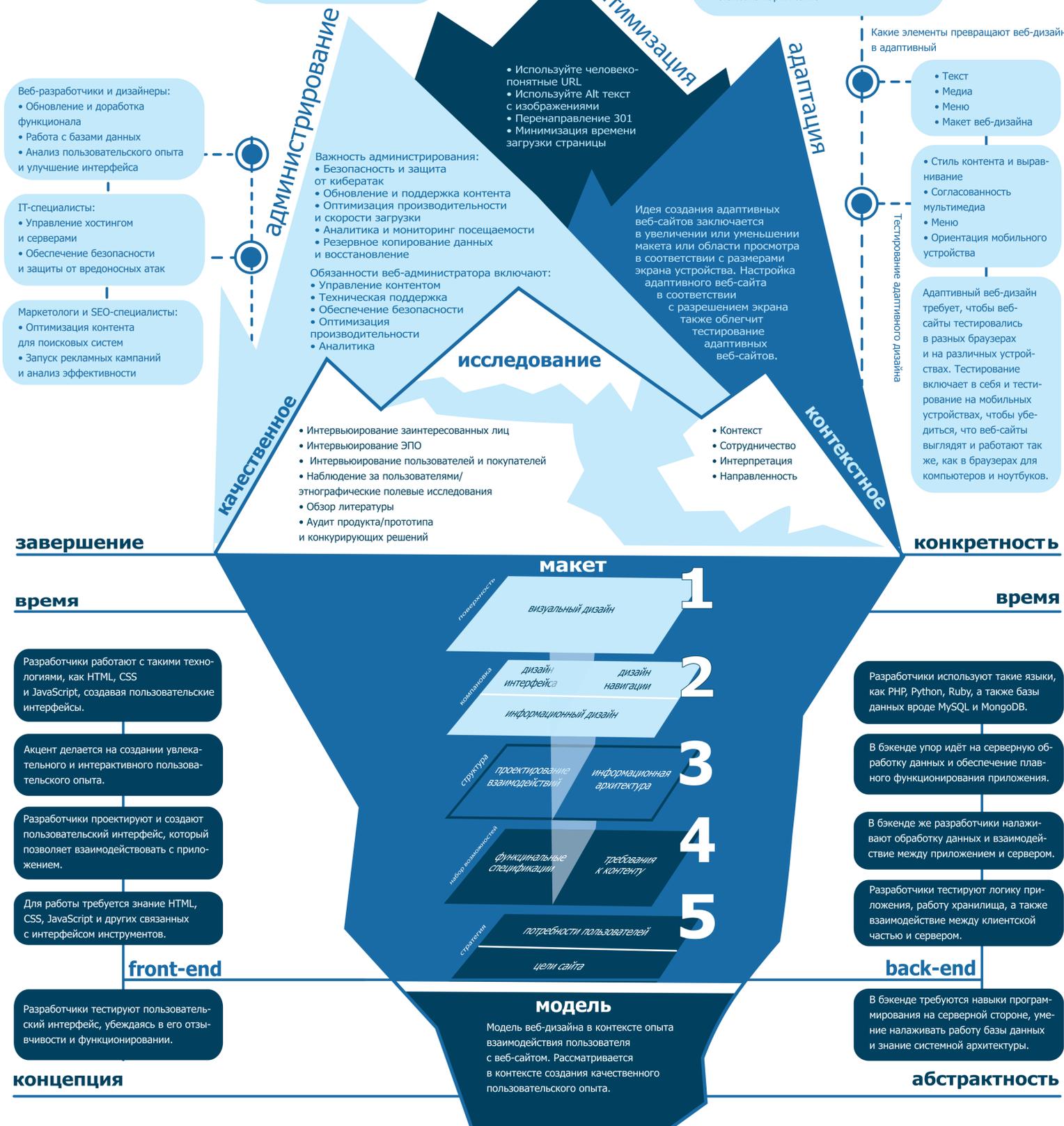
- тип верстки сайта: резиновая или фиксированная с вариантами;
- поддержка конкретных браузеров и платформ;
- используемые форматы данных;
- автоматическое и опциональное подстраивание под конкретного пользователя.

Функции формируются на основе потребностей и целей пользователей.

### 5 Цели сайта

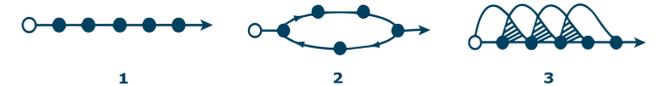
Стратегическое планирование с учетом контента и с привлечением исследований маркетинга, рекламы, экономики и прочего подразумевает: истинную и ложные цели, маркетинговые исследования настоящей ситуации, формирование рекомендаций и выводов для проектирования. Можно выделить три разных целевых направления, важных для:

- **пользователя** или "проекта" – это истинная цель, верное направление;
- **заказчика**, цель которого может быть связана, например, лишь с собственной прибылью или влиянием;
- **исполнителя** или дизайнер



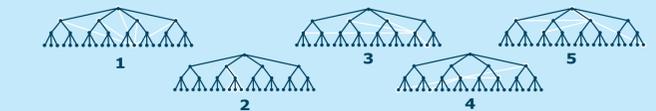
### Стратегия проектирования

5 уровней – стратегия, набор возможностей, структура, компоновка и поверхность – составляют концептуальную основу для обсуждения связанных с опытом взаимодействия проблем и средств их решения. Каждый уровень зависит от уровней, расположенных ниже. Если наши решения не согласуются с решениями, принятыми на уровнях выше и ниже, проекты «сходят с рельсов». Существует несколько видов стратегии проектирования: инновационная или новаторства (1), рутинная или повторения (2), смешанная (3). Наиболее выигрышной стратегией проектирование является смешанная.



### 2 Дизайн навигации

Системы навигации: глобальная (1), локальная (2), дополнительная (3), контекстная (4), сервисная (5).



### 3 Информационная архитектура

Это организация, классификация, потребление и представления данных. Элементарной единицей информационных структур является узел. Узел может соответствовать фрагменту информации любого объема. Виды структур: иерархическая (1), матричная (2), органическая (3), последовательная (4).



### 4 Требования к контенту

Требования к контенту – издательские (типографские) и маркетинговые рамки для содержания сайта, чем будет наполняться система: текст, изображения, звук, видео. Это могут быть:

- инструкции;
- учет и сообщения о возможных ошибках (их возможный перечень);
- рамки брендинга (требования к ним на основе айдентики);
- возможность пополнения и видоизменения контента с указанием частотности;
- разведение контента для различных групп пользователей при его оформлении и т.д

### 5 Потребности пользователей

Всю массу пользовательских потребностей можно разбить на обозримые части путем сегментации пользовательской дитории. Исследователи рынка обычно делят аудиторию на сегменты по демографическим критериям – полу, возрасту, образовательному уровню, семейному положению, доходу и т. п. Психологические профили описывают взгляды пользователей и то, как они воспринимают окружающий мир в целом или конкретную тему вашего сайта.



схема сегментации аудитории