

УДК 81.95

ПЛОСКИЙ ДИЗАЙН: ЮЗАБИЛИТИ-ЭКСПЕРТИЗА

И. В. Бурмистров

Факультет психологии МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия; interUX, Таллин, Эстония

М. А. Протченко

WebMoney, Рига, Латвия

Ключевые слова: пользовательские интерфейсы, веб-дизайн, графический дизайн, юзабилити-экспертиза, плоский дизайн.

Аннотация: В 2012–2013 годах доминирующим графическим стилем операционных систем, интернет-сайтов и мобильных приложений стал плоский дизайн (flat design). Мы проводим юзабилити-экспертизу этого визуального стиля, а также рассматриваем конкретный пример редизайна транзакционного веб-сайта в плоском стиле, вызвавшего серьезные проблемы у пользователей, и плоский дизайн платежного терминала, вызвавший аналогичные проблемы у пользователей-кассиров. Констатируется, что плоский дизайн противоречит ряду общепринятых принципов юзабилити-инженерии и принципиально неюзабилен, что должно послужить весомым аргументом для отказа индустрии программного обеспечения от плоского дизайна.

Введение

В 2012–2013 гг. произошло кардинальное изменение в визуальном стиле пользовательских интерфейсов операционных систем, интернет-сайтов и мобильных приложений. Этот стиль получил общее название «плоского дизайна» (flat design). Первоначально реализованный для мобильной операционной системы Windows Phone, вышедшей в октябре 2010 г., плоский стиль впоследствии стал основой для операционных систем Windows 8 (вышла в октябре 2012 г.) и iOS 7 (сентябрь 2013 г.). Одновременно резкий поворот в сторону плоского стиля произошел и в дизайне интернет-сайтов.

В этой статье мы проводим юзабилити-экспертизу плоского дизайна как визуального стиля и показываем, что плоский дизайн обладает рядом принципиальных недостатков по сравнению с ранее существовавшими подходами к визуализации пользовательских интерфейсов.

Мы рассматриваем также конкретный пример редизайна пользовательского интерфейса веб-сайта в плоской стилистике, приведшего к серьезным юзабилити-проблемам для пользователей, и плоский дизайн платежного терминала, вызвавший аналогичные проблемы у пользователей-кассиров.

Неутешительные выводы относительно принципиально низких юзабилити-характеристик плоского дизайна должны послужить весомым аргументом для отказа индустрии программного обеспечения от плоского дизайна.

Предыстория плоского стиля и текущая ситуация

Дизайнеры первого плоского дизайна, получившего широкое распространение, – операционной системы Windows Phone – говорили, что источником вдохновения для них стали уличные и транспортные указатели (рис. 1). Компания Microsoft также утверждает, что идейным предшественником ее плоского дизайна стал так называемый «швейцарский стиль» (известный и как «международный или интернациональный типографический стиль»), разработанный в 50-е годы XX века как визуальный стиль плаката, упаковки и книжного оформления (рис. 2).



Рисунок 1. Иллюстрация, регулярно использовавшаяся представителями компании Microsoft для презентаций их нового стиля интерфейса



Рисунок 2. Примеры плакатов, выполненных в швейцарском стиле

Идея перенесения визуальной стилистики *принципиально неинтерактивной* среды плаката и транспортных указателей в *принципиально интерактивную* среду пользовательских интерфейсов могла возникнуть у графических дизайнеров, но никак не у людей, знакомых с азами человеко-компьютерного взаимодействия. Тем не менее новый визуальный стиль получил поддержку со стороны руководства двух ведущих производителей программного обеспечения. Вне всякого сомнения, юзабилити-тестирование новых интерфейсов показало бы катастрофические результаты, однако такое тестирование либо не проводилось вообще, что маловероятно, либо его результаты были сознательно проигнорированы менеджментом компаний [1]. Была сделана стратегическая ставка на «инновационный» графический дизайн.

Хотя плоский дизайн Microsoft и Apple был мгновенно раскритикован ведущими юзабилити-специалистами [1–3], графические дизайнеры приняли новый стиль интерфейсов

с религиозным энтузиазмом и дружно заговорили о «плоской революции» [4] и «эре плоского дизайна» [5].

На данный момент плоский дизайн является доминирующим стилем пользовательского интерфейса операционных систем, приложений и веб-сайтов: подавляющее большинство новых приложений и веб-сайтов, а также обновленных версий ранее существовавших приложений и веб-сайтов реализуется в плоской стилистике. Зачастую заказчики прямо просят: «Сделайте нам плоский сайт». Справедливости ради следует заметить, что крупный бизнес пока проявляет разумную осторожность в переделке своих сайтов на плоский лад.

Эмпирическая база против плоского дизайна

Хотя непригодность плоского дизайна для интерактивных систем могла быть показана стандартным А/В-тестированием двух вариантов одного и того же приложения или веб-сайта, выполненных в традиционном и плоском стиле, никто этим до настоящего времени почему-то не озаботился. Эмпирическая база против плоского дизайна крайне скудна и фактически сводится к двум-трем попыткам количественного измерения, а также несколькими примерами провала плоского дизайна.

Например, на веб-странице “Become a hero” [6] реализован простейший тест: посетителю предлагается нажать одну из кнопок с одинаковыми надписями, но с разным визуальным оформлением: одна кнопка плоская, а другая слегка выпуклая (рис. 3).

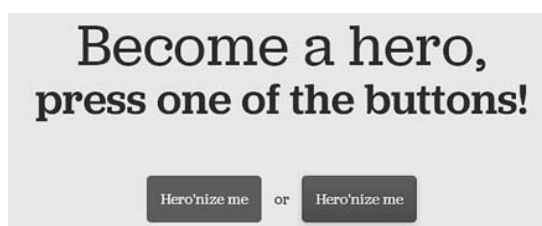


Рисунок 3. Тест на сайте “Become a hero”
(порядок предъявления кнопок рандомизирован)

На момент написания данной статьи тест прошли более 8000 пользователей, и они нажимали выпуклую кнопку в полтора раза чаще, чем плоскую. Это означает статистически значимое различие на уровне $p < 0,001$. (Следует отметить, что выпуклость кнопки, оформленной в традиционном стиле, достаточно эфемерна. Безусловно, более выпуклая кнопка обладала бы намного большим преимуществом перед плоской.)

В другом исследовании, проведенном компанией Usabilla [7], приняли участие 100 веб-профессионалов (графдизайнеры, информационные архитекторы, программисты, маркетологи и т. п.), которым предлагалось определить, какие элементы, по их мнению, кликабельны на четырех веб-сайтах, выполненных в плоском стиле. Выяснилось, что процент ошибок типа «ложная тревога» (испытуемый ошибочно идентифицировал некликабельный объект как кликабельный) варьировал для разных сайтов от 16 до 38 (в среднем 29%). К сожалению, из-за методических ограничений в данном исследовании не измерялся процент ошибок типа «пропуск объекта» (объект выглядит как некликабельный, но в действительности кликабелен), которые более важны для оценки юзабилити веб-сайтов, поскольку ведут к прямым коммерческим убыткам (пользователь не выполняет то целевое действие, которое владелец сайта от него ожидает). Тем не менее 29% ошибок, которые допускали *веб-профессионалы*, могут означать крайне низкий уровень юзабилити-качества плоского дизайна в том случае, если им пользуются обычные пользователи-непрофессионалы.

Примером редизайна веб-сайта в плоском стиле, приведшего к существенным финансовым и имиджевым потерям, является казус с сайтом одного из крупнейших (примерно 6 млн клиентов) южноафриканского банка First National Bank [8, 9]. До воскресенья 14 июля 2013 г. банк имел вполне обычный банковский веб-сайт, но в этот день он представил радикально переработанную, плоскую версию сайта (рис. 4).

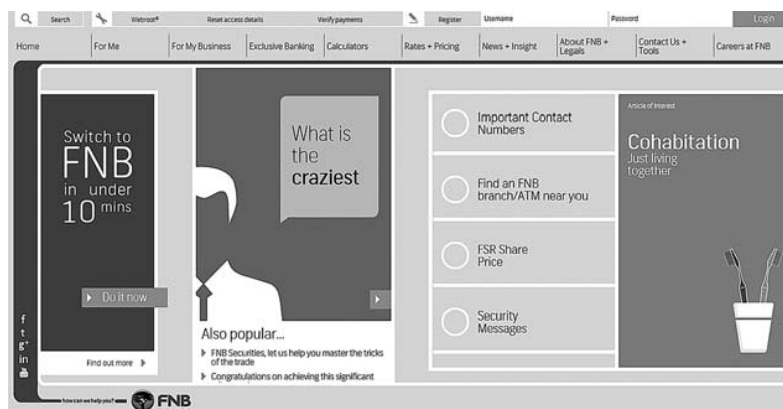


Рисунок 4. Плоский дизайн сайта First National Bank, главная страница

Естественно, в понедельник и последующие дни и недели служба технической поддержки не справлялась с потоком звонков от клиентов, которые потеряли всякую ориентацию на сайте. Одним из самых неприятных последствий стала потеря банком тех клиентов, которые просто не смогли выполнять привычные банковские операции.

Ниже мы описываем аналогичный случай, с которым нам пришлось столкнуться при работе с другим сайтом финансовой тематики.

Экспертная оценка плоского дизайна

Метод экспертной оценки широко используется в юзабилити-инженерии с целью оценки качества пользовательского интерфейса конкретных информационных продуктов: компьютерных и мобильных приложений, веб-сайтов, банкоматов, киосков. В данном же случае мы применяем этот метод не для оценки интерфейса *продукта*, а оценки визуального *стиля* пользовательского интерфейса как такового. Мы считаем такой подход приемлемым и обоснованным, поскольку правила плоского стиля достаточно хорошо сформулированы его приверженцами в качестве конкретного набора принципов дизайна. Перечислим эти принципы и попутно дадим им юзабилити-оценку (по ряду пунктов наша оценка совпадает с тем, что уже высказывалось другими юзабилити-экспертами в работах [1–3, 10]).

Плоский дизайн должен быть совершенно двумерным и исключать какие-либо ассоциации с объектами в реальном трехмерном мире. Хорошим примером является такой ключевой элемент пользовательского интерфейса, как кнопка. Традиционные интерфейсы пытались добиться определенного сходства интерфейсных кнопок с кнопками, которые известны пользователям из повседневной жизни, где кнопка представляет собой выпуклый объект, обычно с округлыми краями, который реагирует на нажатие и запускает операцию, смысл которой обозначен на кнопке текстом и/или пиктограммой. В традиционных интерфейсах кнопка имеет как минимум три состояния: (а) “normal” (кнопка просто находится на экране, пока пользователь ничего с ней не делает), (б) “hover” (кнопка реагирует на наведение указателя мыши, обычно изменяет свой цвет, это интерфейсная метафора тактильного прикосновения к кнопке до ее нажатия) и (в) “pressed” (в ответ на клик мыши кнопка «утопает» так, как это делает кнопка в реальном мире, то есть в первую очередь кнопка самой мыши, и это превосходная сенсомоторная координация).

Задача, которую ставит перед собой «плоский» дизайнер – это «как сделать так, чтобы моя кнопка ничем не напоминала реальную трехмерную кнопку». Вариантов здесь масса:

- первым делом избавляем кнопку от градиентных заливок и теней, создающих трехмерный эффект; отключаем состояния “hover” и “pressed”;
- убираем закругления по углам кнопки (рис. 5, а);
- деформируем кнопку так, чтобы она выглядела не как кнопка, а скорее как заголовок (рис. 5, б); можно также сменить ориентацию кнопки с горизонтальной на вертикальную (рис. 5, с);

- делаем кнопку неотличимой от полей ввода (рис. 5, d);
- наконец, превращаем кнопку в просто надпись на экране (рис. 5, e).

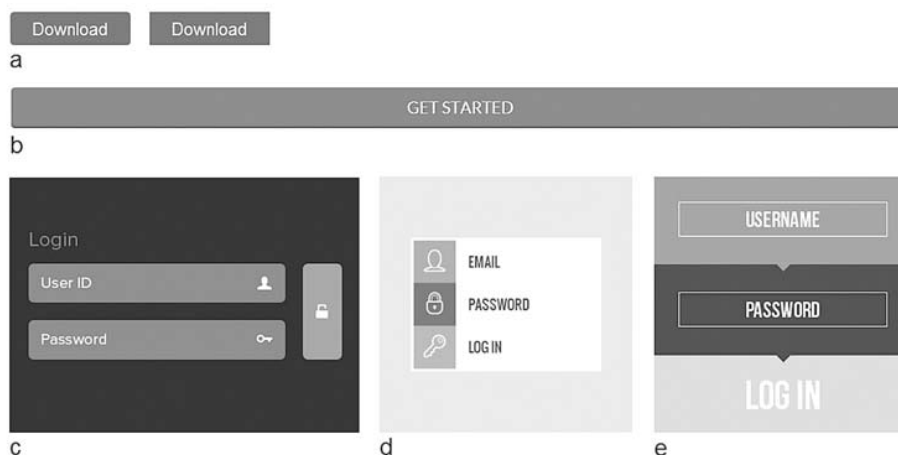


Рисунок 5. Кнопки и поля ввода в плоском стиле

В своих попытках изобразить плоскую кнопку графдизайнер невольно добивается незапланированного результата: «как сделать кнопку такой, чтобы на нее как можно реже нажимали». То, что этот результат прямо противоположен целям, которые ставит перед веб-сайтом его владелец-заказчик («чем больше нажатий на кнопки, тем больше денег заработает сайт»), дизайнеру не приходит в голову.

Аналогичную трансформацию претерпевает в плоском дизайне и другой ключевой элемент пользовательского интерфейса – поле ввода данных. В традиционном дизайне поля ввода визуально заглублены относительно плоскости экрана и обычно имеют белый фон. Разрушение визуального стандарта в плоском дизайне идет по следующим направлениям:

- первым делом избавляем поле ввода от визуальных признаков трехмерности;
- заливаем фон любым небелым цветом (рис. 5, e);
- деформируем визуализацию поля ввода так, чтобы оно не выглядело как поле ввода; наиболее частые приемы: центральное выравнивание вводимого текста и придание полю ввода визуального сходства с кнопкой (рис. 5, e).

Таким образом, плоский стиль последовательно элиминирует признаки манипулятивной возможности (affordance) у привычных объектов пользовательского интерфейса, что неизбежно снижает юзабилити-качество плоских интерфейсов.

Плоский дизайн придает исключительную важность тексту и шрифту. Апологеты плоского стиля прямо признают, что в его основе лежит типографический подход к интерфейсу, а текст и шрифт являются ведущими средствами экспрессии. Однако реализация данного подхода порождает массу юзабилити-проблем:

1. Контраст, создаваемый размером шрифта (font-size contrast), позаимствованный дизайнерами новых интерфейсов из швейцарского стиля: огромные заголовки и мелкий шрифт основного текста – приводит к снижению читабельности не только основного текста (что очевидно), но и текста, набранного шрифтом «лошадиного» размера (что для дизайнеров «неожиданно»).

2. Излюбленный плоскими дизайнерами набор текстов заглавными буквами снижает скорость чтения и понимания текста – это азы эргономики. То же относится к интенсивному использованию узких (condensed) шрифтов.

3. Классические проблемы при чтении текста возникают и при использовании выворотки, инверсной печати белого текста на цветном фоне.

4. Если текст располагается на белом фоне, то он непременно печатается предельно бледным оттенком серого цвета. Теперь проблемы с чтением возникают из-за низкого контраста текст-фон.

5. Довольно неожиданным последствием использования «лошадиных» шрифтов становится нарушение приватности пользователей. Они жалуются, что, когда просматривают информацию в общественных местах (например, в транспорте), огромные заголовки хорошо видны посторонним, и это создает дискомфорт.

В итоге плоский дизайн добивается не только цели «а чтобы никто ничего не нажал на нашем сайте», но и цели «а чтобы никто ничего не прочитал».

Исключительно низкая информационная плотность плоских интерфейсов. Основополагающий принцип плоского стиля: огромные пустые пространства, обычно залитые одним из чистых цветов. Для того чтобы добраться до нужной информации, пользователю приходится бесконечно прокручивать веб-страницы или экраны приложения. Конечный результат – пользователю это быстро надоедает, и, не выполнив ожидаемого целевого действия, он уходит с сайта. Интернет большой...

Автоматическая прокрутка вместо загрузки страниц. Еще одной новацией плоского дизайна стало размещение всего содержимого сайта на одной-единственной странице. Пункты главного меню не загружают внутренние страницы сайта, а автоматически скроллят страницу к нужному блоку главной страницы. Пользователям это поведение главного меню далеко не всегда понятно, и они теряют ориентацию на сайте. Для того чтобы вернуться на «предыдущую» страницу, пользователь привычно жмет кнопку “Back” браузера и в результате вообще уходит с сайта.

Сайт WebMoney Latvia: плоский редизайн и срочная реанимация

Веб-сайт WebMoney.lv предназначен для совершения онлайн-платежей за коммунальные услуги и телефонную связь, банковские услуги и страхование, позволяет приобретать товары и программное обеспечение, а также поддерживает операции в электронной системе расчетов WebMoney. До января 2014 г. сайт имел традиционный дизайн (рис. 6, а), после чего была запущена в эксплуатацию его новая плоская версия (рис. 6, б).



Рисунок 6. Сайт WebMoney.lv до и после плоского редизайна

Немедленно было зафиксировано существенное снижение количества платежных операций на новом сайте. Анализ работы реальных пользователей с новым сайтом показал, что пользователи не воспринимают плоские кнопки в качестве таковых и поэтому не нажимают на них. В настоящее время ведутся работы по приданию кнопкам трехмерного внешнего вида.

Дизайн интерфейса платежного терминала wmpros

wmpros – портативный платежный терминал с сенсорным экраном, предназначенный для кассиров. Плоский пользовательский интерфейс, разработанный WebMoney в 2013 г., вызвал у кассиров, привыкших работать с традиционными терминалами, затруднения, поскольку плоские кнопки выглядят практически так же, как и объекты, не предназначенные для нажатия, отличаясь от них лишь цветом (рис. 7).



Рисунок 7. wmpos и его пользовательский интерфейс

То, что белые поля предназначены для ввода данных, также оказалось неочевидно для пользователей. Более понятным было бы сделать эти поля в виде имитации небольшого углубления, что ассоциировалось бы с возможностью поместить туда курсор. Сейчас ведется работа по приданию интерфейсу более традиционного облика.

Заключение

Процесс оздоровления плоских интерфейсов идет естественным путем. Например, на одном из старейших плоских сайтов Inky.com кнопка целевого действия – загрузки приложения – со временем обрела закругления по углам, а первоначально набранный мелкими заглавными буквами текст стал более удобочитаемым (рис. 8).



Рисунок 8. Эволюция кнопки на сайте Inky.com: 2012 г. (слева) – 2014 г. (справа)

Вне сомнения, критическая масса *эмпирических* аргументов против плоского дизайна будет достигнута уже достаточно скоро, и разработчики откажутся от плоского стиля как временного «всемирного умопомрачения».

Исследование выполнено при поддержке гранта РФФИ № 14-06-00371.

Список литературы

1. Keizer G. Usability, not 'flat' design, key to Monday's iOS refresh: 14-year veteran of Apple UI/UX design calls flat a fad. URL: <http://bit.ly/1foNdep>
2. Nielsen J. Windows 8 – disappointing usability for both novice and power users. URL: <http://bit.ly/KDcwlX>
3. Budiu R. iOS 7 user-experience appraisal. URL: <http://bit.ly/19EiKY2>
4. Idler S. Flat web design: trend or revolution? URL: <http://bit.ly/1o4vj5Z>
5. Grinshtein A. The flat design era. URL: <http://bit.ly/1dwGyzg>
6. Become a hero. URL: <http://bit.ly/1gAK4dU>
7. Idler S. Flat web design is here to stay. URL: <http://bit.ly/1k7WUpz>
8. McLachlan L. Frustrating hiccups and confusion pepper the FNB online journey. URL: <http://bit.ly/1c6txBH>
9. Pedzai C. How FNB could have designed their new website. URL: <http://bit.ly/1c6DNtB>
10. Enders J. Flat UI and forms. URL: <http://bit.ly/1JgXmBQ>

FLAT DESIGN: EXPERT USABILITY AUDIT

I. V. Burmistrov

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; interUX, Tallinn, Estonia

M. A. Protchenko

WebMoney, Riga, Latvia

Keywords: user interfaces, webdesign, graphic design, expert usability audit, flat design.

Abstract: In 2012–13, flat design became the predominant style of user interfaces of operating systems, websites and mobile apps. We conduct an expert usability evaluation of the flat visual style and present concrete examples of flat designs for a website and a POS-terminal which posed serious problems for their users. We state that flat design goes against a number of established usability principles and is unusable in principle. This should serve as an argument in favor of software industry refusal of using flat design.
