

بررسی اشکالات نمونه طراحی اولیه ی گروه

The screenshot displays a web application titled "Welcome To Resume Generator" running on a Firefox browser at localhost:3000. The form, titled "اطلاعات شخصی" (Personal Information), is designed for user registration or profile creation. It features a two-column layout with various input fields. Most fields have red borders and red text indicating errors, such as "فیلد اجباری می باشد" (This field is required) or "Please Fill The Input". The fields include: "نام خانوادگی" (Last Name), "نام" (First Name), "شماره محل سکونت" (Residence Number), "استان محل سکونت" (Residence Province), "تلفن محل سکونت" (Residence Phone), "ایمیل" (Email), "سال تولد" (Year of Birth), "محل تولد" (Place of Birth), "وسایت شخصی" (Personal Website), "شماره همراه" (Mobile Number), and "آدرس محل سکونت" (Residence Address). A sidebar on the right shows a progress indicator with four steps: "مرحله ی اول" (Step 1), "مرحله ی دوم" (Step 2), "مرحله ی سوم" (Step 3), and "مرحله ی نهایی" (Final Step). The first step is currently active.

1

گاهی اوقات فعالیت کاربران به نتایج ناخواسته و خطا منجر می شود که در این زمان کاربر می بایست توانایی درک خطا ، بازگشت به مرحله قبل ، اصلاح و ادامه مسیر خود را داشته باشد، که در اینجا این نکته رعایت شده است.

حال زمان شناخت و بررسی رفتار کاربر است که بیشتر در کدام بخش با خطا مواجه می شود و بیشتر کدام مورد را اصلاح میکند. پس از شناسایی این موضوع اقدام به بهینه سازی و برطرف سازی آن نمایید.

2

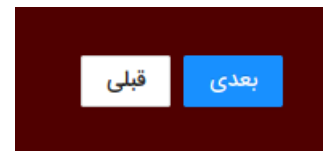
بهرتر است از 3 رنگ اصلی استفاده نکنیم.

البته این یک قاعده و قانون نیست و در برخی موارد می توان بیش از 3 رنگ را نیز ترکیب کرد. اما از آنجایی که ترکیب 3 رنگ کار پیچیده ای است و باعث بروز سردرگمی می شود معمولا با حساسیت بالاتری از تعداد رنگ بالا استفاده می شود.

که رنگ های به کار رفته خیلی **مورد قبول نیست**.

3

در طراحی بصری می بایست 2 عمل اصلی و ثانویه از هم متمایز باشند ، به عنوان مثال در طراحی 2 دکمه (بعدی ، قبلی) 2 عملکرد متفاوت و طراحی متفاوتی را نیازمند است که کاربر می بایست در نگاه اول متوجه این موضوع شود که این موضوع نیز **رعایت شده است**.



4

مفهوم نوشتاری، طراحی بصری پیام و اعلان ها در سایت قابل درک هستند. این موضوع که پس از ارسال یک فرم ، پیام موفقیت یا عدم موفقیت ارسال فرم را به کاربر نشان دهید بسیار پر اهمیت است. براحتی می توان با تغییر رنگ و نمایش یک پیام این موضوع را نشان داد.

که رعایت این نکته هم در پیغام های "فیلد اجباری میباشد" و "Processing complete!" کاملاً مشهود است.

فیلد اجباری می باشد

!Processing complete ✓

5

آگاهی کاربران از مسیری که تاکنون در سایت طی کرده اند و سهولت جابجایی بین صفحات با کمک چند کلیک ساده.

که مورد اول رعایت شده ولی مورد دوم رعایت نشده است.

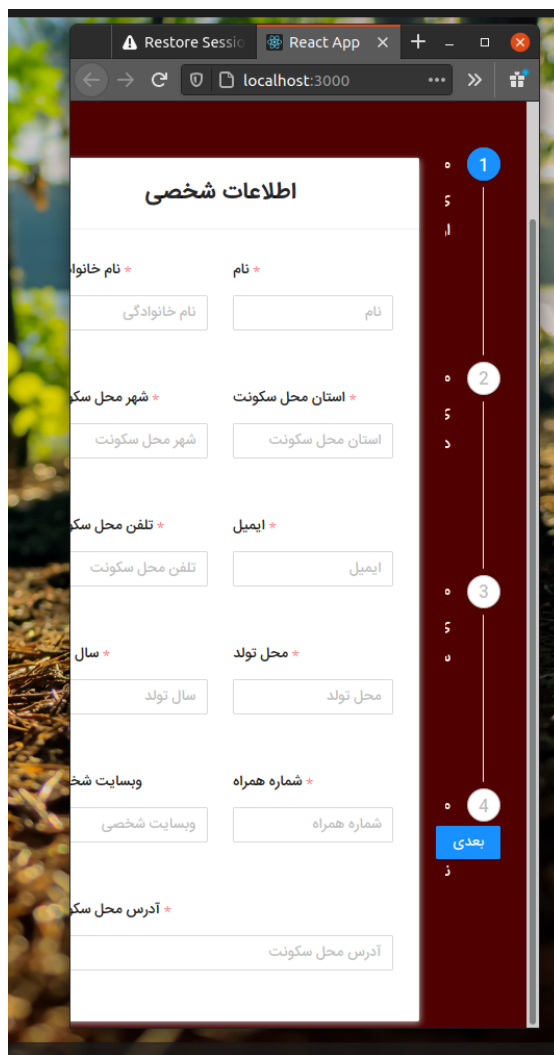


با قرار دادن لینک هر مرحله، به صورتی که بتوان با کلیک روی آن به آن مرحله رفت، مورد دوم قابل حل می باشد.

در ادامه به **اشکالات** ریزی که تا اینجا متوجه آن ها شده ایم می پردازیم.

1. مورد اول متفاوت بودن پیغام ارور فیلد اول با بقیه فیلد ها می باشد.
2. ورودی فیلد "آدرس محل سکونت" باید به صورت "text area" باشد.

3. در صورت کوچک کردن صفحه وب، بعضی از فیلدها خوانا نیستند و ترتیب به هم میخورد.



4. بهتر است که فیلدهای "نام" و "نام خانوادگی" زیر یکدیگر قرار گیرند.

5. بهتر است فیلدهای "استان محل سکونت"، "شهر محل سکونت" و "آدرس محل سکونت" در کنار هم قرار گیرند.

نکات دیگر:

قرار گرفتن نام و نام خانوادگی در زیر هم یا نزدیک هم ، اطلاعات ضروری تر مثل ایمیل و غیره در بالا تر قرار بگیرند ، شهر محل سکونت الزامیست ولی استان محل سکونت باید وجود نداشته باشد، یا فیلد ستاره دار نباشد ، سوابق شغلی نباید ستاره دار باشد تا اگر کسی به هر دلیلی سابقه کار نداشت در رزومه سازی به مشکل نخورد.

خلاصه‌بخش کوچکی از کتاب : به عنوان مقدمه باید بیان کنم چیزی که شما می بینید بستگی به چیزی که میخواهید ببینید دارد. به عنوان مثال به این تصویر توجه کنید.



اگر من به شما بگویم که این تصویر فقط لکه هایی روی کاغذ هستند، شما هم فقط لکه میبیند. حال اگر به شما بگویم که مجموع این لکه ها تصویر یک سگ را تشکیل میدهند احتمالا شما هم آن را خواهید دید. پس تا اینجا نتیجه گرفتیم که داستانی که به شما گفته میشود در تصویری که شما میبیند و نتیجه ای که میگیرید بسیار تاثیرگذار است، پس میشود

بیان کرد که ما به همه چیز نگاهی جانبگرایانه داریم و این میتواند به گذشته، حال و آینده ما بستگی داشته باشد.

همینطور ما بر اساس اهدافی که داریم، میتوانیم ادراک و دریافت مختلفی نسبت به امور داشته باشیم. و آن به این معنیست که شما میتوانید تمام چیزهایی را که جزء اهداف شما نیست کاملاً نادیده بگیرید. ولی حالا سوال اینجاست که ما چطور میتوانیم از این موضوعات در طراحی کمک بگیریم و از آن ها استفاده کنیم.

ما اینجا 3 قانون اصلی داریم:

1- پرهیز از ابهام:

وقتی میخواهیم مفهومی را به شخصی برسانیم باید به صورت مستقیم و بدون ابهام آن را بیان کنیم.

2- مشخص بودن:

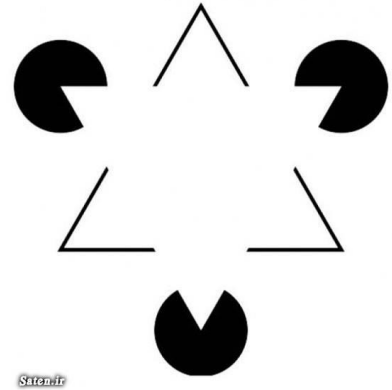
به این معنی که همه چیز باید جای مشخصی داشته باشد.

3- فهمیدن هدف مصرف کننده(سایت و ...):

فهمیدن هدف یوزر میتواند کمک خیلی بزرگی به ارائه بهتر خدمات کند.

در آغاز قرن بیستم گروهی از دانشمندان سعی داشتند نحوه عملکرد چشم انسان را توضیح بدهند

چشم انسان به صورت کاملاً اتوماتیک ساختاری را بر روی ورودی تحمیل میکند، به این معنی که در نگاه اول به هر شیء شما میتوانید شکل کلی آن را ببینید، نه اجزا.



به طور مثال این شکل دقت کنید، در نگاه اول دو مثلثی را میبینیم که در دل هم جای گرفته اند. در حالی که این ها فقط چند خط و دایره هایی ناکامل هستند

در نتیجه این مقاله علمی ما به این قوانین در طراحی رسیدیم که به آن اصول گشتالت گفته میشود.

1- proximity:

کل حرفی که برای این بخش داریم این است که اشیاء نزدیک به هم به عنوان یک گروه در نظر گرفته میشوند.

و اشیاء که از هم دور باشند به عنوان یک گروه در نظر گرفته نمیشوند.

2- Similarity:

اگر اشیاء به هم شبیه باشند به عنوان یک گروه در نظر گرفته میشوند یا به هم مرتبط هستند.

3- Continuity:

به این معنی که ما تمام اشیاء را به صورت پیوسته و به صورت یک شکل مستقل می بینیم.

لوگوی شرکت IBM هم مثالی خوبی برای این قضیه است.



این شکل فقط خط های منقطعی هستند که اصلا به هم مرتبط نیستند، ولی ما آن را به صورت IBM می بینیم.

4-Closure:

چشم ما در دیدن بعضی اشکال سعی میکند متوجه بشود که مجموع این اشکال چه شکلی را تشکیل میدهند، مثل شکل دو صفحه قبل که دو صورت دو مثلث دیده میشد، در حالی که فقط چند خط و شکل جدا از هم بودند.

5- Symmetry:

یعنی ما سعی میکنیم اشکال پیچیده را به صورت ساده تر ببینیم به این صورت که بعضی از اجزای آن را حذف کنیم

6-Figure & ground:

چشم ما سعی بر این دارد که اعضای کوچک شکل را به عنوان figure و اعضای بزرگتر آن را به عنوان ground مشاهده کند.

7-Common fate:

اگر چند شکل با هم حرکت کنند یعنی همه به عنوان یک گروه شناخته میشوند.

مثل پرندگانی که با هم پرواز میکنند.

8-Combine:

هر وقت مجموعی از اطلاعات با هم به نمایش در می آیند یعنی همه آن ها با هم مرتبط هستند و بهتر است که هر موقع خواستیم اطلاعاتی را مرتبط به هم نشان بدهیم آن ها را در یک باکس یا پاراگراف نشان بدهیم.

صد ها هزار سال است که ذهن انسان نیاز به صحبت را درک کرده و سعی در صحبت کردن برای رساندن منظور خود دارد، در حالی که این رقم برای نوشتن و خواندن به هزار سال میرسد. این قضیه این معنیست که خواندن یک امر غیرطبیعی به شمار میرود.

ولی به این معنی نیست که بینایی ما برای خواندن ضعیف است، اتفاقاً بینایی ما کاملاً این توانایی را دارا هست.

در کل چشم به دو بخش تقسیم میشود:

بخش اول، سیاهی وسط چشم میباشد که کیفیت بالایی را دارا هست
بخش دوم، مردمک دور حلقه اول است که بینایی زیادی ندارد و فقط
دنبال غذا و تهدید های محتمل است.

چشم بیشتر دنبال تضاد بین اشیاء است تا درخشندگی آن ها، مثل
فاصله و تشخیص برگ های درخت از آسمان.

این مورد را باید در نظر داشته باشیم که هیچ وقت نباید رنگ های سبز و
قرمز، و آبی و زرد را با هم استفاده کرد.

در کل نباید از رنگ هایی که افراد کور رنگ در تشخیص آن ها دچار
مشکل میشوند استفاده کرد.

متأسفانه دید جانبی ما ضعیف است پس ما باید سعی کنید از حاشیه
پردازش جلوگیری کنیم.

جلوگیری از تکرار پیغام ها که باعث

مطالعه اخیر بر روی حافظه های بلند مدت و کوتاه مدت نشان میدهد
که:

حافظه بلند مدت دارای سه بخش است:

Semantic:

که شامل اطلاعات و موقعیت ها است

Episodic:

وظیفه ثبت و ضبط کردن رویداد ها

Procedural:

ثبت سکانس ها اکشن

حافظه کوتاه مدت که جذب غذا، صورت ها و تهدید ها میشود.
و همنطور که از قبل میدانیم حافظه کوتاه مدت به شدت فراموش گر
است.

میتوانیم بگوییم که حافظه بلند مدت بیشتر شبیه یک بانک است و
حافظه کوتاه مدت شبیه یک رودخانه ای که آب از آن رد میشود.

ما مفهومی به اسم inattentive blind داریم که بیانگر این موضوع
است که:

وقتی شخصی تمرکز کامل خود را بر روی کاری میگذارد و از تقریبا
حواسش از اتفاقاتی که اطرافش میگذرد پرت میشود.