

**Rīgas 64. vidusskola**

# **Dizaina ietekme sociālajos medijos**

Zinātniskās pētniecības darbs dizaina un tehnoloģiju nozarē

**Darba autors:**

Kārlis Atvase

12. DIT klases skolnieks

**Darba vadītājs:**

Edvards Bukovskis

Programēšanas skolotājs

Rīga 2022

## Anotācija

Darba autors Kārlis Atvase ir izveidojis pētniecisko darbu par dizaina ietekmi sociālajos medijos. Autors ir piedalījies vairāku start-up uzņēmumu izveidē un strādājis par tiešsaistes apģērbu veikalu dizaineri. Autors izvēlējās rakstīt par sociālo mediju dizainu, jo strauji pieaug socializēšanās digitālajā pasaulē un tiek izveidotas jaunas mediju platformas. Autors uzskata, ka dizains būs galvenais iemesls, kāpēc uzņēmumi, privātpersonas, zīmoli un pati mediju platforma būs veiksmīga.

Šī darba mērķis ir atrast galvenos industrijā pieņemtos dizaina principus jeb likumus, kas padara mārketingu efektīvāku sociālajos medijos. Darba gaitā tiek atklāti septiņi svarīgākie dizaina principi, izpētīta cilvēka psiholoģija, lietotāja pieredze, intervija ar industrijā slavenu dizaineri un tiek veikta praktiskā daļa, kur autors izpēta personīgi veidoto publikāciju datus.

Darbā tiek skaidroti tādi jēdzieni, kā dizaina principi, dizaina atbilstība, dizaina izpēte, UX un kognitīvās slodzes teorija.

Autors secina, ka pēc teorijas pareizi veidots dizains palīdz iegūt lielāku saskarsmi un pozitīvāku atsaucību no mērķauditorijas. Lietotāji ir atsaucīgāki un uzticas zīmolam, ja tiek ievēroti minētie principi. Ir uzņēmumi, kas ir guvuši lielākus panākumus, izmantojot atbilstošu produkta un viņu zīmola dizainu.

## Abstract

The author Kārlis Atvase has created a research paper on the influence of design in social media. The author has participated in creation of a variety of start-up companies and worked as an online clothing store designer. The author chose to write about social media design due to the rapid growth of socialization in the digital world and the creation of new media platforms. The author believes that design will be the main reason why companies, individuals, brands and the media platform itself will be successful.

The purpose of this work is to find the main design principles, or laws, adopted in the industry that make marketing more effective in social media. In the course of the work, seven most important design principles are revealed, author mentions human psychology, researched user experience, an interview with a famous designer is conducted, and the practical part is carried out, where the author explores the data of a personally created publication.

The work explains concepts such as design principles, design relevance, design research, UX, and cognitive load theory.

Author concludes that a design, that is correctly formed according to the theory, helps to get more interaction and more positive feedback from the target audience. Users are more responsive and trust the brand if the mentioned principles are followed. There are companies that have achieved more success in using an appropriate design of the product and their brand.

# Saturs

<b>Anotācija .....</b>	<b>2</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>2</b>
<b>Ievads.....</b>	<b>4</b>
<b>1. Dizaina Principi .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Dizaina principu nepieciešamība .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2.1. Kompozīcija .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2.2. Krāsa .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.3. Tipogrāfija un Hierarhija.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.4. Atbilstības izpēte .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.5. Konsekvence .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.6. Vienkāršība .....</b>	<b>8</b>
<b>1.2.7. Kvalitāte .....</b>	<b>8</b>
<b>2. Cilvēka psiholoģija .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1. Kognitīvās slodzes teorija .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2. Hika likums .....</b>	<b>9</b>
<b>3. UX Dizains .....</b>	<b>10</b>
<b>3.1. Kas ir UX Dizains? .....</b>	<b>10</b>
<b>3.2. Kā UX dizains palīdz sociālajos medijos? .....</b>	<b>10</b>
<b>4. Dizaina ietekme mārketinga efektivitātei .....</b>	<b>10</b>
<b>5. Praktiskā daļa .....</b>	<b>11</b>
<b>5.1. Publikācijas izveide .....</b>	<b>11</b>
<b>5.2. Dizainu raksturojums .....</b>	<b>11</b>
<b>5.3. Datu analīze .....</b>	<b>12</b>
<b>5.4. Datu secinājumi .....</b>	<b>12</b>
<b>6. Intervija ar Will Peterson.....</b>	<b>13</b>
<b>7. Secinājumi.....</b>	<b>14</b>
<b>Literatūras un Informācijas avotu saraksts .....</b>	<b>15</b>
<b>Pielikumi .....</b>	<b>17</b>

## Ievads

Dizains ir svarīgs sociālo mediju aspekts, jo tam ir izšķiroša loma lietotāju piesaistē un iesaistē. Labi izstrādāta sociālo mediju platforma vai lietotne var ļaut lietotājiem viegli navigēt, atrast meklēto saturu un mijiedarboties ar citiem. Turklāt vizuāli pievilcīgs dizains var padarīt sociālo mediju platformu vai lietotni pievilcīgāku lietotājiem un palīdzēt tai izcelties pārpildītā tirgū. Dizainu var arī izmantot, lai nodotu sociālo mediju platformas vai lietotnes zīmola identitāti un ietekmētu to, kā lietotāji uztver platformu vai lietotni. Kopumā dizains ir galvenais sociālo mediju platformu un lietotņu panākumu faktors, jo tas palīdz radīt pozitīvu lietotāja pieredzi un veicināt iesaistīšanos.

### Hipotēze:

- Dizaina kvalitāte un atbilstība mērķim ietekmē gan lietotāja iesaistīšanās statistiku, gan cilvēku uzskatus un mārketinga efektivitāti.

### Pētījuma mērķis:

- Atrast galvenos iemeslus, kas veido efektīvu dizainu sociālo mediju izaugsmes mērķim, un ar radošu eksperimentu pārbaudīt ievāktu informāciju. Izmantojot platformu Instagram, izveidot kontu un publicēt bildes, no kurām puse atbildīs pareizajiem dizaina principiem un otra puse neatbildīs tiem. Vērtēt pēc iegūtajiem datiem, vai dizaina principu izmantošana ietekmē rezultātu.

### Pētnieciskie jautājumi:

1. Kādēļ nepieciešams labs dizains?
2. Kādi ir dizaina principi?
3. Kas veido labu dizainu?
4. Kā labs dizains ietekmē cilvēku psiholoģiju?
5. Kas ir UX Dizains?
6. Kā dizains palīdz mārketinga efektivitātei?
7. Vai cilvēki atpazīst darbus ar dizaina principiem?

### Pētījuma uzdevumi:

1. Apkopot informāciju par dizaina principiem.
2. Izveidot sociālo mediju fotogrāfijas un tās publicēt.
3. Analizēt iegūto statistiku un to apkopot.
4. Intervēt personu, kas specializējas sociālo mediju sfērā.

### Pētījumā izmantotās metodes:

Projekta darba izstrādes veids ir radošais darbs.

1. Teorētiskās metodes – zinātniskās literatūras, monogrāfijas analīze.
2. Datu statistiskās apstrādes metodes – aprakstošā statistika.
3. Aptauja / Intervija

# 1. Dizaina Principi

## 1.2. Dizaina principu nepieciešamība

Principi sastāv no likumiem, tās ir vadlīnijas, cilvēku aizspriedumi un vispārīgi dizaina apsvērumi. Principi tiek izvēlēti no dažādiem dizaina veidiem, pamatojoties uz vairākiem faktoriem, tostarp lietderību, ļaunprātīgas izmantošanas novēršanu vai pārpratumiem, jo (Universal Principles of Design 2010) grafiskais dizains ir daļa no ikdienas vizuālās kultūras. Mūsdienās cilvēku uzmanība ir šaura informācijas jūrā, tādēļ zinātnes komunikācijas centieniem ir jābūt efektīviem. Izmantojot efektīvas reklāmas standus līdzās šosejai, iespēju piesaistīt braucēju uzmanību un ātri pārraidīt vēlamu informāciju var ietekmēt prezentācijas kompozīcija, kvalitāte, fonts un krāsu izvēle, tas nozīmē, ka (Facetsjournal 2020) dizainam ir liela nozīme, jo mūsu identitāte un noskaņas ir plūstošas un mainīgas. Bieži vien tā ir atkarīga no vides kvalitātes. Tas nosaka, kā cilvēks jutas.

### 1.2.1. Kompozīcija

Neatkarīgi no vēlamā vizuālās komunikācijas veida (piemēram, plakāts, slaidi, skrejlapa, emuārs utt.), prezentācijas pamatā ir veids, kā tās elementi ir izkārtoti. (Facetsjournal 2020) Viens no veidiem, kā izveidot kārtību un simetriju savā dizainā, ir pareizi savienot elementus. Strukturējuma trūkums var novest pie produkta, kas izskatās netīrs un neorganizēts. (Nayomi Chibana 2015) Lai palīdzētu strukturēt dizainu un virzītu skatītāju uz galveno informāciju ir jāietver attēls, teksta un atstarpju izkārtojums un tas, kā tie ir saistīti viens ar otru. Efektīvs izkārtojuma dizains ietekmē to, kā skatītājs interpretē informāciju un cik skaidri uztver vēstījumu. (Goldrabbitt 2021) “Savienojums starp dažādiem elementiem, kas veido dizainu var nodrošināt kārtības sajūtu, lai jūsu lapu izkārtojums nodrošinātu lasītāju ar skaidru strukturālu atsauci, uz kuru var paļauties, un tas arī palielina jūsu noformējuma panākumus.” (Satori Graphics 2021) Viena no visbiežāk sastopamajām kļūdām ir pārblīvota kompozīcija. Šajos darbos ir grūti orientēties, salīdzinot ar izkārtojumiem, kas nodrošina negatīvo telpu. Negatīvā lauka jeb baltās telpas trūkums ir vēl viens dizaina trūkums, no kura jāizvairās, veidojot dizainu sociālajos medijos, norāda Visme dizainere Daniela Verduga: “Dizaina pārslodze vai mēģinājums aizpildīt katru vietu ir izplatīta kļūda.” Negatīvais lauks ne tikai padara dizainu elegantu, bet arī liek uzsvērt noteiktu informāciju, piemēram, aicinājumu uz darbību Click to Action (Aktivitātes poga, Turpmāk CTA), kas padara jūsu vēstījumu efektīvu. LearnG2 arī apstiprina, ka baltā telpa var palielināt izpratni līdz pat 20%. (Facetsjournal 2020) Vēl viena izplatīta kļūda ir iekļaut pārāk daudz vārdu vienā teksta rindā. Salasāmības nolūkos ideālais garums ir no 50 līdz 60 rakstzīmēm vienā rindā. (Nayomi Chibana 2015) Svarīgākās lietas, kas jāņem vērā, izstrādājot izkārtojuma dizainu, ir izvēlēta mērķauditorija, dizaina mērķi un satura tēma. Orientēšanās uz noteiktu mērķauditoriju, spēj ietvert auditorijas intereses un iegūt efektīvāku marketingu. Virspusēji raugoties, radīt dizainu dotai auditorijai var izklausīties vienkārši. Bet, kā atzīmē Edge of the Web radošais direktors Sems Orhards: “Tas notiek daudz ar cilvēkiem, kas ir iesācēji dizaina nozarē. Tā vietā, lai domātu par mērķauditoriju un tās vēlmēm, viņi paļaujas uz personīgo gaumi vai tā laika aktuālajām tendencēm, kas pēc laika mainās.”.

### 1.2.2. Krāsa

Krāsa rodas no dabas un pašas gaismas parādības. Lai gan krāsu spektra diapazons ir bezgalīgs un subjektīvi uztverts, ir dažādas krāsu sistēmas, kas ļauj mums precizēt to izmantošanu mākslā un dizainā. Krāsu teorija apvieno zinātni un mākslu, lai sniegtu pamata norādījumus krāsu sajaukšanai, replikācijai un savienošanai pārī. Gadiem ilgi zinātnieki ir izmantojuši krāsu riteņu diagrammas, lai ilustrētu attiecības starp dažādām krāsām. Krāsas ir iedalītas: pamatkrāsās, sekundārās, analogiskās, monohromatiskās, triādiskā krāsu shēmā, komplementārās. (Adobe 2022) Neatkarīgi no dizaina, pareizās krāsas izvēle ir viena no prioritātēm. Jūsu izmantotā krāsa ir tikpat svarīga kā attēls vai fonts. Tā ir krāsa, kas piesaista uzmanību, jo krāsām ir dažādas individuālas asociācijas. Tas nozīmē, ka krāsa ir būtisks rīks, kas var ietekmēt jūsu potenciālo klientu noskaņojumu. (PrintUK 2020) Krāsu psiholoģija ietekmē cilvēku emocionalitāti līmenī, ko tas pat neapzinās. Krāsas, kas atrodas spektra zilajā pusē tiek raksturotas kā mierīgas un var izraisīt uzticības un miera sajūtas. Siltas krāsas, piemēram, sarkana un dzeltena, var izraisīt virkni emociju no siltuma un komforta līdz dusmām un naidīgumam. (Parallelinteractive 2016) 92,6% cilvēku apgalvo, ka krāsas vizuālā stimulācija bija iemesls, kāpēc viņi nospieda pogu “pirkt tagad”. Kad mārketingā esat atradis pareizo krāsas psiholoģiju, jūsu stratēģija ir efektīvāka, cilvēki saņem reklāmguvumus, un klienti tiek piesaistīti jūsu zīmolam. Pētniece Vinita Mehta Ph.D teica, ka sarkanā krāsa var kavēt dažu cilvēku darbu viņu uzdevumos, tomēr HubSpot pētījums rāda, ka viņi pielāgoja savas CTA pogas krāsu no zaļas, kas ir draudzīga un droša krāsa uz sarkanau, kas ir dominējošāka krāsa, kā minēts iepriekš, taču rezultāti bija pozitīvi. (Wade Harman 2015) Tādēļ patērētāji uzticas zīmoliem ar ilgtermiņa izskatu vai zīmola estētiku. Tas palīdz palielināt zīmola atpazīstamību, kā arī jūsu uzņēmumam izcelties pārpildītā telpā. Uzņēmuma pirmie iespaidi ir svarīgi.

### 1.2.3. Teksta noformējums un Hierarhija

Teksta noformējums ir daudz vairāk nekā skaistu fontu izvēle: tā ir būtiska user interface (lietotāja saskarne, turpmāk UI) dizaina sastāvdaļa. Freds Čērčvils: “UI ir cilvēka un datora mijiedarbības un saskares punkts ierīcē. Tie ietvert ekrānus, tastatūras, peli, darbvirsmas un programmas izskatu. Tas ir arī veids, kādā lietotājs mijiedarbojas ar lietojumprogrammu vai vietni.”. Teksta noformējums izveido spēcīgu vizuālo hierarhiju, nodrošina grafisku līdzsvaru vietnē un iestata produkta vispārējo sajūtu. Teksta noformējumam ir jāvada un jāinformē lietotājus, optimizējot lasāmību un pieejamību, kā arī jānodrošina izcilu lietotāja pieredzi (user experience, turpmāk UX, skatīt 3. nodaļu). (Jaye Hannah 2022) Lielisks piemērs ir pētījums, kas veikts, lai uzlabotu šosejas ceļveža zīmju salasāmību, novērtējot fontu un to, kādos gadījumos tā izmantošana ietekmē rezultātu. (Garvey et al. 1997) Svarīgs grafiskā dizaina princips ir vizuālā hierarhija. Tas lietotājam norāda katra elementa nozīmi attiecībā pret pārējo informāciju. (Nayomi Chibana 2015) Hierarhija attiecas uz dokumenta vispārējo struktūru un izvietošanu starp elementiem tekstā. (Google Fonts 2022) Teksta noformējuma hierarhija parāda lasītājam, uz kuru informāciju koncentrēties, kas ir vissvarīgākais, un tas pamato galvenos punktus, (Cameron Chepman) kādēļ ir dažādas lietas, kas veido teksta noformējuma hierarhiju medijos. Tā ietver: lielumu, smagumu, krāsu, kontrastu, lielumu vai mazāko burtu rakstību, kompozīciju un pielīdzināšanu. (Toptal 2022)

### 1.2.4. Atbilstības izpēte

Dizaina izpēte attiecas uz informācijas apkopojumu, kas veidots, izmantojot ieinteresēto personu intervijas, veicot mājaslapas adresu izpēti, lietotāju intervijas un daudz ko citu, lai vadītu produkta izveidi pareizā virzienā. (Creative27 2022) Labi izplānots pētījums dizainam palīdz nodrošināt, ka jūsu metodes atbilst jūsu pētniecības mērķiem. Augstas kvalitātes datu ievākšana un pareizo analīzes veidu izmantošana palīdz atbildēt uz jūsu jautājumiem, bet tikai tad, ja izmantoti uzticami informācijas avoti. Tas ļauj izdarīt derīgus, uzticamus secinājumus. (Scribbr 2022) Labs pētījuma dizains var rast rezultātu, kuru var piemērot lielam cilvēku kopumam, kas neaprobežojas tikai ar izlases lielumu vai pētniecības grupu. Jo atbilstošāki ir pētījuma rezultāti, jo lielākas iespējas, ka tie būs precīzi. Labs dizains tiek pārbaudīts ar atbilstību un precizitāti. Lai gūtu panākumus no pētījumiem, tajos obligāti jāiekļauj elementi par to, kas palīdz ātri atrisināt problēmu. Laba pētījuma dizaina elementi, kas veicina lieliskus rezultātus: mērķa paziņojums, datu vākšanas metodes, pētījuma datu analīzes metodes, pētniecības metodoloģiju veidi, pētījuma izaicinājumi, priekšnosacījumi, īstais laiks pētījumam un analīzes mērīšana, kas nepieciešami pētnieciskajam pētījumam. (Emeritus 2022) Rūpīga dizaina izpēte sniedz ieskatu jaunākajās dizaina tendencēs, klientu pirkšanas modeļos un konkurentu stratēģijās. “Jūs galu galā redzat reklāmas materiālus vietējai grāmatnīcai, kas izskatās kā skrejlapa nakts klubam. Lai gan visi vēlas, lai viņu darbs būtu tieši tendencē, gadījumā, ja izvēlētais stils nesaista ar jūsu mērķauditoriju, jūs nedarāt savam klientam nekādu labumu.” (Sams Orčards)

### 1.2.5. Konsekvence

“Konsistence ir viena no dizaina DNS molekulām. Konsekvents dizains ir intuitīvs dizains. Tas ir ļoti noderīgi un padara pasauli labāku.” (Antons Nikolovs) Uzticamība un uzticēšanās ir divi no veiksmīgu zīmolu pamatiem. Lielākā daļa pasaules vadošo zīmolu ir izveidojuši savu reputāciju uz šiem likumiem. Uzticības veidošana starp zīmolu un patērētāju prasa ne tikai laiku, bet prasa arī konsekventu zīmola komandas darbu. Efektīvs zīmols izraisa emocionālu saikni ar jūsu mērķauditoriju, savukārt, lai palīdzētu lietotājiem sazināties ar jūsu zīmolu emocionālā līmenī, viņiem vispirms ir jāuzticas zīmolam. Konsekvence veido šo tiltu, palielinot patērētāju zināšanas par zīmolu. (Jessica Wong 2022), jo atkārtotība izskatās profesionāla un palīdz nodrošināt, ka projektēšanas darbi vēsta paredzēto domu sociālajos medijos. Konsekvences trūkums dizaina elementos, izmēros, krāsās utt., var radīt cilvēkiem apjukumu un likt kompozīcijām izskatīties nekārtīgām. (Emily Melling 2019) Lietojamība un mācīšanās spēja uzlabojas, ja līdzīgiem elementiem ir konsekvents izskats un funkcija līdzīgā veidā. Ja dizains ir konsekvents, cilvēki var pārnest zināšanas uz jaunu informāciju un ātri un bez grūtībām apgūt jaunas lietas. Tādā veidā viņi var koncentrēties uz uzdevuma izpildi, nevis uzzināt, kā darbojas produkta UI katru reizi, kad viņi maina informāciju. (UXDesign) Instagram ir vizuāla platforma, tāpēc saturam un plūsmai ir jābūt saistošai un pievilcīgai, kā arī efektīvai, lai nodotu zīmola vēstījumu. Kvalitatīvai fotogrāfijai, uzmanību piesaistošam video saturam un gudri izstrādātai grafikai ir jābūt daļai no kombinācijas, lai pārstāvētu uzņēmuma zīmolu un palīdzētu jums sasniegt biznesa mērķus. Pirmais solis, plānojot Instagram vizuālā satura stratēģiju, vajadzētu būt atsaukšanās uz zīmola vadlīnijām. Šie noteikumi ir jāievēro un jāievieš visā Instagram platformā, tāpat kā tie būtu, pārveidojot jaunus drukas materiālus vai pat veidojot jaunu vietnes dizainu. (OneAgency)

### 1.2.6. Vienkāršība

Dizaina vienkāršība nav nekas jauns. Stīvs Džobss vienmēr vilka melnu kreklu ar augstu apkakli un izteica savu ticību par fokusu un vienkāršību. 1970. gados Dīters Ramss norādīja: “Labs dizains ir pēc iespējas mazāks dizains.” Leonardo da Vinči teica: “Vienkāršība ir augstākā izsmalcinātība” (Chris Wu 2019) Cilvēks ikdienā uzņem lielu daudzumu informācijas. No mūsu mobilajiem telefoniem līdz TV reklāmām. Dati, produktu apraksti un reklāmas ir visur. Mēs apstrādājam ienākošo informāciju konstanti, sākot no brīža, kad pamostas līdz brīdim, kad iet gulēt. Tas ir viens no galvenajiem iemesliem, kāpēc dizaina vienkāršība pēdējo gadu laikā ir kļuvusi populārāka. Vienkāršs dizains ir minimāls un kodolīgs. Tas efektīvi nodod savu vēstījumu un nonāk pie mērķa. (Lavinia Aparaschivei 2022) Projektēšana ar mērķi izveidot mērķtiecīgu un vienkāršu stāstījumu ne tikai palīdzēs lietotājiem labāk izprast savas problēmas un ierāmēt risinājumu šajā kontekstā, bet arī darbosies kā svarīgs filtrs, kas palīdzēs pieņemt lēmumus, kas novedīs pie atbilstošākiem, apmierinošākiem dizainiem, kas pēc būtības ir vairāk piemēroti. (Chris Wu 2019) Vienkāršs dizains dara daudz vairāk, tas ļauj mums ātri absorbēt un sagremot daudz informācijas īsā laikā. Inteligence ir spēja kodolīgi pasniegt sarežģītas lietas, un lieliski dizaineri precīzi zina, kā to sasniegt (Lavinia Aparaschivei 2022), tādēļ dizaineri zina, ka ir jāizvairās no sarežģītām funkcijām lietojumprogrammā. Lietotājiem jārada nelieli informācijas gabali, nevis viss uzreiz priekšā. Galvenais mērķis ir samazināt iespēju, ka lietotāji jutīsies satriekti par to, kas tiek prezentēts. Progresīvā atklāšana galvenokārt uzlabo 3 no 5 lietojamības pamatkomponentiem: apgūstamību, lietošanas efektivitāti un kļūdu līmeni. (Ishan Manandhar 2020)

### 1.2.7. Kvalitāte

Problēma, ar ko uzņēmumi saskaras tiešsaistē, kad tie pārāk daudz vēlas dalīties ar aizraujošiem produktiem vai informācijas saturu ar savu sociālo mediju kanālu saturu, ir tāda kā nodrošināt, ka katru reizi publicējot, tas piesaista paredzēto auditoriju un ir saistīts ar uzņēmumu. Ierobežojot kvantitāti un koncentrējoties uz katras ziņas kvalitāti, tiek garantēts, ka katru reizi, kad lietotājs saskaras ar saturu, informācija ir jauna un interesanta. Ierobežojot ziņas līdz vienai dienā, nozīmē, ka auditorija joprojām katru dienu saņems atjauninājumus par zīmolu, taču bez uztraukuma, ka būs jāizsijā daudzi no tiem. (Chloé Gillot) Sociālo mediju satura dizains ir svarīgs, jo tas var radīt vai izjaukt to, kā cilvēki uztver zīmolu. Ja ir labi izstrādāta sociālo mediju lapa, cilvēki redzēs, ka ir profesionāls uzņēmums, kas nopietni domā par savu produktu vai pakalpojumu reklamēšanu. No otras puses, ja sociālo mediju saturs ir slikti izstrādāts, cilvēki, visticamāk, uzskatīs, ka šis bizness ir neprofesionāls un nav viņu laika vērts. Ir daži galvenie principi, kas jāievēro, veidojot sociālo mediju saturu, piemēram, augstas kvalitātes attēlu izmantošana, lapas sakārtošana un CTA. Ievērojot šos principus, var izveidot sociālo mediju saturu, kas ir gan efektīvs, gan vizuāli atbilstošs. (Seomajid 2022) Galu galā sekotāji izlems, vai zīmols un vēstījums viņiem ir piemērots. Bet, ja vispirms var dot viņiem kvalitatīvu dizainu, vismaz tiek dots viņiem iemesls nopietni uztvert to biznesu. Kad dizains signalizē par kvalitāti un profesionalitāti, tiek dots savai auditorijai iemesls izpētīt un iesaistīties gan uzņēmuma mērķī, gan produkta kvalitātes vērtēšanā. (DesignsDesk 2019) No otras puses, profesionāli izstrādāts profila attēls, logo un citi vizuālie materiāli palīdzēs lietotājiem uztvert uzņēmumu kā uzticamu, un apmeklētāji, visticamāk, mijiedarbosies vai sazināsies ar to. (Blue Frog 2016)



## 2. Cilvēka psiholoģija

Daudzkārt cilvēki ir pieraduši domāt par dizainu kā par tīri māksliniecisku darbu, bet aiz tā stāv daudz vairāk loģistikas un idejas. Estētika un emocionālā sajūta nav pietiekama, lai radītu prasmīgu dizainu, tāpēc dizaineriem vajadzētu iegūt noteiktas zināšanas un prasmes dažādās zinātnēs, lai pareizi veiktu savu darbu. Tā ir ne tikai dizaina māksla, bet arī dažādas zināšanu un prakses jomas, kas palīdz viņiem strādāt efektīvi un produktīvi. (Tubik 2017) Psiholoģija ir neatņemama UX dizaina procesa sastāvdaļa. Izpratne par to, kā cilvēki mijiedarbojas ar produktu un kā viņu lēmumus var ietekmēt. Ar produktiem var manipulēt ar cilvēka emocijām, šī tēma ir jārisina UX dizaineriem. Dizaina psiholoģija ir neirozinātnes, kognitīvās psiholoģijas, sociālās psiholoģijas un cilvēka un datora mijiedarbības kombinācija, kas tuvojas lietotāja pieredzes dizainam caur cilvēka uzvedības objektīvu. Nav jāiemācas medicīna, bet gan cilvēku domāšanas algoritms. (Ishan Manandhar 2020) Darba rezultāts var būt vēl pozitīvāks, ja dizainers radošajā procesā izmanto psiholoģijas likumus, jo zinātne sniedz ciešu izpratni par mērķauditoriju. Psiholoģijas zināšanas palīdz izveidot dizainu, kas liks lietotājiem veikt darbības, kas no viņiem tiek gaidītas, piemēram, veikt pirkumu vai sazināties ar uzņēmuma komandu. (Tubik 2017) “Dizainers, kurš nesaprot cilvēku psiholoģiju, nebūs veiksmīgāks par arhitektu, kurš nesaprot fiziku.” (Džo Līčs)

Zīmola un vizuālās identitātes grafiskā dizainere Fungi Dube lekcijā vēstīja:

1. Psiholoģijai ir liela nozīme dizainā, ļaujot dizaineriem izjust līdzjūtību pret lietotājiem.
2. Izpratne par psiholoģijas lomu dizainā palīdz jums zināt, kādi psiholoģiskā dizaina principi ir būtiski projektēšanas procesā.

### 2.1. Kognitīvās slodzes teorija

Kognitīvās slodzes teorijas pamatā ir pieņēmums, ka darba atmiņai jeb īstermiņa atmiņai ir ierobežota kapacitāte un ka tās pārslodze samazina mācīšanas efektivitāti. Līdzīgi kā tad, ja datorā ir atvērts pārāk daudz logu, tas samazina tā spēju darboties funkcionāli. Kognitīvā slodze attiecas uz informācijas daudzumu, ko darba atmiņa var turēt vienlaicīgi. Lielākā daļa cilvēku var precizēt kognitīvo slodzi no 3 līdz 7 atsevišķām informācijas daļām. (Becton Loveless 2022) Šī teorija liek domāt, ka mācīšanās vislabāk notiek apstākļos, kas ir saskaņoti ar cilvēka kognitīvo arhitektūru. Cilvēka kognitīvās arhitektūras struktūra ir saskatāma ar eksperimentālo pētījumu rezultātiem. Džordža Millera informācijas apstrādes pētījumus parāda, ka īstermiņa atmiņa ir ierobežota lielākā elementu skaitā. (Sweller 1988)

### 2.2. Hika likums

Cilvēkiem ir īss uzmanības diapazons, tādēļ, nododot informāciju, ir jārada izcils pirmais iespaids, lai viņi nepamestu vietni. Hika likums ir vērsts uz lēmumu pieņemšanas procesa vienkāršošanu lietotājiem, lai novērstu to, ka viņus pārņem pārāk daudzas iespējas. (Ijeoma Emeruwa 2021) Lai samazinātu lietotāja pārpūli ir jāsamazina izvēles iespējas. Ja atbildes laiks ir kritisks, tad var palielināt lēmuma pieņemšanas laiku, sadalot sarežģītus uzdevumus mazākos soļos, lai samazinātu kognitīvo slodzi. (Mads Soegaard 2020)

### **3. UX Dizains**

#### **3.1. Kas ir UX Dizains?**

UX nozīmē “lietotāja pieredze”. Kad mēs sakām UX, mēs atsaucamies uz to, kā cilvēki mijiedarbojas vai saskaras ar produktu. UX attiecas uz visu, kas ietekmē lietotāja mijiedarbību ar digitālo produktu. “Lietotāju pieredze ietver visus aspektus, kas saistīti ar lietotāja mijiedarbību ar uzņēmumu, tā pakalpojumiem un produktiem.” (Dons Normans, kognitīvais zinātnieks un lietotāju pieredzes arhitekts). Kad cilvēki lieto produktu, viņi parasti novērtē savu pieredzi pēc šādiem kritērijiem: vērtība, funkcija, izmantojamība un vispārējs iespaids. (Nick Babich 2020) UX dizaineri apvieno tirgus izpēti, produktu izstrādi, stratēģiju un dizainu, lai radītu nevainojamu lietotāju pieredzi produktiem, pakalpojumiem un procesiem. Tie veido saikni ar klientu, palīdzot uzņēmumam labāk izprast un piepildīt viņu vajadzības un ieceri. (Emily Stevens 2023)

#### **3.2. Kā UX dizains palīdz sociālajos medijos?**

Pēc Simona Kempa datiem 4,55 miljardi cilvēku visā pasaulē tagad izmanto sociālos medijus, 400 miljoni jaunu lietotāju ir ieradušies tiešsaistē pēdējo 12 mēnešu laikā (2021. gada dati) 5,29 miljardi unikālo mobilo sakaru lietotāju nozīmē, ka vairāk nekā divām trešdaļām pasaules ir piekļuve mobilajam tālrunim. Kad lielais iedzīvotāju skaits mijiedarbojas ar zīmolu sociālajos medijos, vides izstrāde un digitālās spēles uzlabošana ar labāku UX dizainu kļūst obligāta. Lietotāju pieredze ir būtiska sociālo mediju sastāvdaļa, un lietotājiem, sazinoties ar uzņēmumu sociālajos medijos, ir atšķirīgas cerības, vēlmes un vajadzības. Pašlaik lietotāja pieredze ir vissvarīgākā lieta digitālajiem panākumiem. UX dizaina procesa ietvaros UX izpēte ir svarīga, lai izprastu lietotājus un izstrādātu sociālo mediju lapas. (Kanika Khurana 2022)

### **4. Dizaina ietekme mārketinga efektivitātei**

Labs dizains var palīdzēt vairākos veidos sociālajos medijos - Palielināta zīmola atpazīstamība: vizuāli pievilcīga un labi izstrādāta klātbūtne sociālajos medijos var palīdzēt izcelt zīmolu un piesaistīt lietotāju uzmanību. Tas var palielināt zīmola atpazīstamību un tā atcerēšanos, kas ir svarīgi, lai veidotu klientu lojalitāti un veicinātu pārdošanu. Uzlabota klientu iesaiste: labs dizains var padarīt sociālo mediju saturu saistošāku un interesantāku, kas var palielināt klientu iesaisti. Tas var ietvert vairāk saskarsmi, komentārus un CTA, kā arī lielāku klientu līdzdalību akcijās un citās aktivitātēs. Palielināts pārdošanas apjoms: labs dizains var palīdzēt padarīt sociālo mediju saturu pievilcīgāku un efektīvāku, lai pārvērstu lietotājus par klientiem. Tas var palielināt uzņēmuma pārdošanas apjomus un ieņēmumus. Uzlabota reputācija: Labi izstrādāta klātbūtne sociālajos medijos var palīdzēt izveidot zīmolu kā profesionālu un uzticamu, kas var uzlabot reputāciju un veidot uzticību klientiem. Kopumā labs dizains var būt svarīgs faktors uzņēmuma sociālo mediju stratēģijas panākumos, jo tas var palīdzēt piesaistīt un iesaistīt lietotājus, veidot klientu lojalitāti un palielināt pārdošanas apjomus un ieņēmumus. (Joe Hollerup 2017)

## 5. Praktiskā daļa

### 5.1. Publikācijas izveide

Darba radošajā daļā autors veic eksperimentu sociālajā platformā Instagram publicējot dažādas uzņēmuma reklāmas, plakātus un produkta maketus. Publikāciju statistiku var novērot izmantojot Instagram aplikācijas profesionālo paneli. Lai iegūtu kopējos datus un lai vieglāk redzēt atšķirības starp katru, ir jāpārveido dati uz attiecību. Piemērs: Publikāciju apskatīja 100 lietotāji; 30 no tiem ar to iesaistījās CTA, tātad iegūtais rezultāts ir, ka 30% iesaistījās ar publikāciju. Autors izveidoja kopā 11 publikācijas, kur 5 dizaini bija izveidoti neievērojot darbā minētos principus, savukārt, 6 ir izveidoti, lai atbilstu katram likumam.

### 5.2. Dizainu raksturojums

(Izveidotos darbus var apskatīt pielikumā)

**Melnā datorpele – Atbilst** dizaina principiem, jo tumšais tonis izcili veido izceļošu kontrastu tekstam un logo, kas ir kompozīcijā ir nolikti neizmantotajā telpā, bet ne uz produkta.

**Kafijas krūze – Neatbilst** dizaina principiem, jo koncentrētā laima krāsa neatbilst tematam, teksta noformējuma un hierarhijas kļūdas. Teksts ir pavirši ievietots ar nobīdi.

**Meitene lietū – Neatbilst** dizaina principiem, jo lielais teksta bloks ir pārāk mazs, lai tiktu publicēts sociālo mediju platformā, tādēļ var secināt, ka nav veikta platformas izpēte.

**Datorkrēsls – Neatbilst** dizaina principiem, jo produkts ir par daudz palielināts reklāmai, kas liek klientiem justies klaustrofobiski. Teksta noformējums ir nepareizi izvietots.

**Komandas reklāma – Neatbilst** dizaina principiem, jo izmantotā komandas bilde ir zemas kvalitātes, teksta fonts neatbilst tēmai, kā arī krāsas nav papildinošas.

**T-kreklu plakāts – Atbilst** dizaina principiem, attēls ir monotonā stilā atbilstošs zīmola vadlīnijām, hierarhija ir pareizi izmantota izceļot svarīgāko izmantojot vienkāršību.

**Austiņas – Atbilst** dizaina principiem, jo izmantota vienkāršs teksta noformējums, plūstošs informācijas izvietojums un izcelta CTA poga. Izmantotie fonti atbilst uzņēmuma vadlīnijām.

**Sporta apavi – Atbilst** dizaina principiem, jo logo novietojums papildina lielo teksta noformējumu, kas slēpjas aiz produkta. Tas izceļ galveno vēstījumu jeb produktu publikācijā.

**Energijas dzēriens – Atbilst** dizaina principiem, jo reklāmai bez informācijas var izvēlēties produkta novietojumu un apgaismojumu. Krāsainais logo izceļas no monotonitātes.

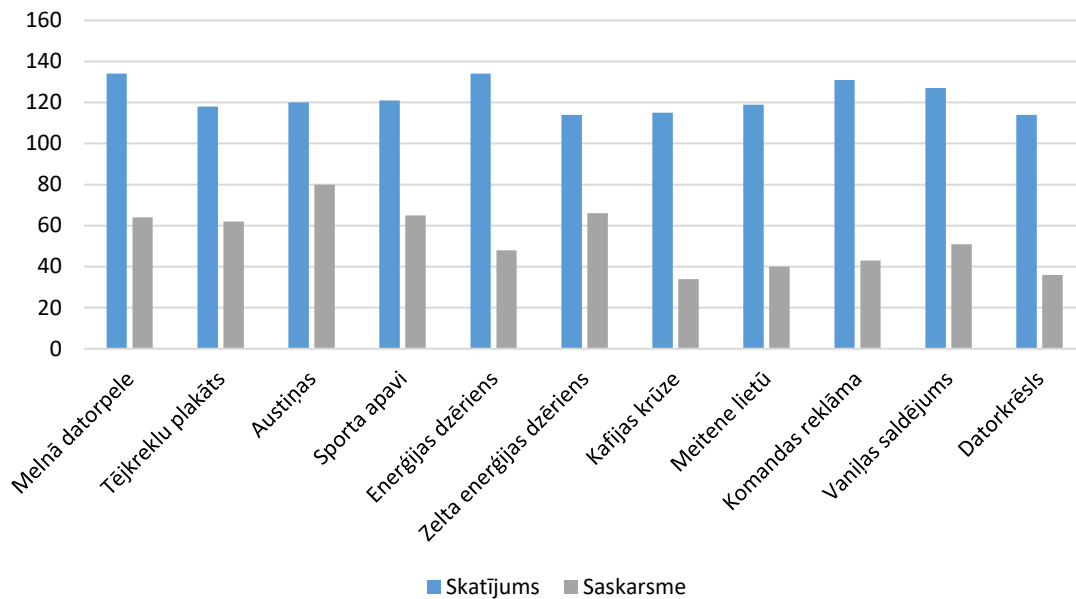
**Vaniļas saldējums – Neatbilst** dizaina principiem, jo izvēlētais fonts ir pārāk nopietns un izvēlēta krāsa neatbilst produktam. Liels bloka teksts nenotur lietotāja uzmanību.

**Zelta enerģijas dzēriens – Atbilst** dizaina principiem, jo izmanto pretēju krāsas diapazonu, lai izceltu produktu no fona ar kontrastu. Izmantots augstas kvalitātes makets.

### 5.3. Datu analīze

Autors ievāca datus no 265 dažādu cilvēku atbildēm un izveidoja diagrammu, kur var novērot lietotāju saskarsmi ar izveidotajām publikācijām sociālo mediju vidē. Autors ar iepriekš minēto piemēru aprēķināja visiem veidotajiem dizainiem saskarsmes statistiku un ievietoja datus diagrammā:

**Publikācijas saskarsmes statistikas diagramma**



Zemākā statistika no atbilstošās grupas ir “Enerģijas dzērienam” ar 36% saskarsmi, savukārt, viszemākā publikācija ir “Kafijas krūzei” ar 29% saskarsmi. Šie dati bija paredzami, savukārt ar izņēmumu “Vaniļas saldējumam”, kas ieguva 40% saskarsmes. Augstākā vieta ir “Austiņām” ar 67%. Visskatītākās publikācijas ir “Melnā datorpele” un “Enerģijas dzērienam” ar 134 skatījumiem.

### 5.4. Datu secinājumi

Autors secina, ka lietotāji visbiežāk pamana kompozīcijas nobīdi, kas liek viņiem nesaskarties ar publikāciju. Pat, ja dizaina produkts, kvalitāte, krāsa un atbilstība sakrīt, (Enerģijas dzēriens) lietotājiem joprojām vairāk patīk simetrija. (Redzama Sporta apavu publikācijā). Lietotāji arī saskārās ar bildēm, ar ko viņi spēj piesaistīt sevi. Piemēram, priekšmeti kā enerģijas dzērieni un kafijas krūze nav ikdienišķi produkti, savukārt austiņas un apavi ir, kas dod papildus statistiku. Galvenais secinājums ir, ka dizaina principu izmantošana sociālajos medijos palielina saskarsmes statistiku, jo vidējais procents atbilstošiem dizainiem ir 51,1%, savukārt, neatbilstošiem – 33,6%.

## **6. Intervija ar Will Peterson**

Villjams Petersons ir vadošais grafiskais dizainers un pamācību veidotājs, kurš specializējas logotipu dizainā, ar roku veidotu burtu mākslu, zīmola identitātē un videogrāfijā. Ar vairāk nekā 10 gadu pieredzi Villjams ir radījis augstas kvalitātes darbus simtiem klientiem. Villjams ir pasauleslavis dizainers, kura YouTube videoklipi un apmācības kopš tā palaišanas ir uzkrājuši vairāk nekā 40 miljonus skatījumu, iedvesmojot un aprikojot dizainerus visā pasaulē, lai pilnveidotu un attīstītu savas prasmes.

### **Why did you choose to create a YouTube channel?**

Well when I first started design I couldn't find tutorials on things I wanted to learn on Photoshop and Illustrator, so I taught myself and uploaded these tutorials to help other people.

### **Are your other social media accounts created to help your YouTube channel grow or use it as a social platform for personal use?**

They all work together to point people towards our website, our business do not entirely focus on YouTube but about design and offering design services to clients as we are primarily a design agency. I don't use any social media for personal use and haven't done for years as I use it enough already as part of our work!

### **Do you believe good design helps your business grow larger? If it does then what affects it?**

100% I believe it affects it. If I had bad designs on my channel and website I wouldn't be growing as a business due to people not trusting me to design work for them! Good design is the difference between a company being trusted and not, it's the first thing people see and make a split second decision on.

### **Have you implemented the research of User Experience (UX) on your accounts or website?**

We have our web developer take care of the websites user experience, I think it does a great deal towards it being so smooth and easy to use.

### **Why having a brand as an influencer helps you grow an audience?**

I'm a brand identity designer and it would be really bad for me to not have a good brand! It depends on the kind of channel too, as the likes of gaming channels can have anti-design or meme based branding that ironically works really well for them, so it can actually be a good design choice depending on the nature of the channel. There is a huge difference between the likes of say Mr Beast who has really good branding compared with someone like CallmeKevin who has meme-based anti-design - whether intentional or not the branding speaks to the nature of their content.

### **Do you believe there are such things as good design principles?**

Yes, I do. I often speak of this in my videos as it is vital to know them as designers to have the impact and for the design to be useful.

## 7. Secinājumi

Dizains ir ārkārtīgi svarīgs uzņēmumiem, kad runa ir par sociālajiem medijiem. Labi izstrādāta klātbūtne sociālajos medijos var palīdzēt uzņēmumiem piesaistīt un iesaistīt klientus, izveidot lojalitāti un uzticamību, kā arī veidot spēcīgu zīmola identitāti.

Dizaina principus var izmantot, lai izveidotu vizuāli pievilcīgus un profesionāla izskata sociālo mediju profilus, lapas un ziņas. Tas var palīdzēt uzņēmumiem izcelties pārpildītā tirgū un radīt pozitīvu pirmo iespaidu uz potenciālajiem klientiem. Turklāt konsekvents un vienots dizains var palīdzēt nodot spēcīgu zīmola identitāti un atvieglot klientiem uzņēmuma zīmola atpazīšanu un atcerēšanos.

Sociālie mediji ir spēcīgs rīks, lai uzņēmumi varētu sasniegt un sazināties ar klientiem, un dizains ir galvenais faktors, lai maksimāli izmantotu šo rīku. Uzņēmumi, kas iegulda labā dizainā, kur dizaineri ievēro industrijā pieņemtos principus, var gūt labumu no lielākas redzamības, iesaistes un reklāmguvumu ziņā. Labi izstrādāta klātbūtne sociālajos medijos var palīdzēt uzņēmumiem izveidot spēcīgu klātbūtni tiešsaistē un iegūt konkurences priekšrocības mūsdienu digitālajā vidē.

Veicot praktisko daļu, varēja novērot statistikas pieaugumu dizaina principu ievērošanas dēļ. Dizaina principi, piemēram, konsekvence un atbilstība, var ietekmēt to, kā lietotāji uztver produktu, un veicināt zīmola atpazīstamību. Tas var palielināt zīmola atpazīstamību un rezultātā veicināt vairāk ienākumus.

## Literatūras un Informācijas avotu saraksts

Villeams L., Kritīna H., Džills B., Universal Principles of Design Anglija : 2003

Sweller, J., Kognitīvā slodze problēmu risināšanas laikā: ietekme uz mācīšanos, Kognitīvā zinātne, 12, 257-285 (1988).

Sweller, J., Instructional Design in Technical Areas (Mācību dizains tehniskajās jomās), Kambervela, Viktorija, Austrālija: Austrālijas Izglītības pētījumu padome (1999)

Anonīms (2020) Importance of colour to design [Tiešsaiste][Skatīts: 17.09.22] pieejams <https://printuk.com/blog/the-importance-of-colour-to-design/>

Karen J. Murchie (2020) Fundamentals of graphic design—essential tools for effective visual science communication [Tiešsaiste][Skatīts: 04.06.22] pieejams <https://www.facetsjournal.com/doi/10.1139/facets-2018-0049>

Fanny Suhendra (2020) Social Media Research and the Impact of Graphic Design: a case study examining an Indonesian political campaign. [Tiešsaiste][Skatīts: 18.09.21] pieejams [https://www.researchgate.net/publication/345373143\\_Social\\_Media\\_Research\\_and\\_the\\_Impact\\_of\\_Graphic\\_Design\\_a\\_case\\_study\\_examining\\_an\\_Indonesian\\_political\\_campaign](https://www.researchgate.net/publication/345373143_Social_Media_Research_and_the_Impact_of_Graphic_Design_a_case_study_examining_an_Indonesian_political_campaign)

Nayomi Chibana (2015) 19 Common Graphic Design Mistakes Made By Non-Designers [Tiešsaiste][Skatīts: 20.11.22] pieejams <https://visme.co/blog/graphic-design-rules/>

Masooma Memon (2020) 9 Graphic Design Mistakes to Avoid, According to the Experts [Tiešsaiste][Skatīts: 20.11.22] pieejams <https://learn.g2.com/graphic-design-mistakes>

Anonīms (2021) 5 Reasons Social Media Design is Vital for Your Brand [Tiešsaiste][Skatīts: 20.11.22] pieejams <https://www.abstractcreativestudio.co.uk/blogs/5-reasons-social-media-design-is-vital-for-your-brand/>

Steven Saars (2016) Using colour psychology in social media marketing [Tiešsaiste][Skatīts: 17.09.22] pieejams <https://www.parallelinteractive.com/using-color-psychology-in-social-media-marketing/>

Wade Harman (2015) Color Psychology-Marketing Strategies For Social Media [Tiešsaiste][Skatīts: 17.09.22] pieejams <http://www.wadeharman.com/color-psychology-marketing-strategies-for-social-media/>

Vinita Mehta (2014) The Mysterious Power of Red [Tiešsaiste][Skatīts: 17.09.22] pieejams <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/head-games/201412/the-mysterious-power-red>

Anonīms (2022) Understanding color: A visual guide [Tiešsaiste][Skatīts: 17.09.22] pieejams <https://creativecloud.adobe.com/cc/discover/article/understanding-color-a-visual-guide>

Fab Giovanetti (2022) How to Apply Color Theory to Create Killer Instagram Feeds [Tiešsaiste][Skatīts: 18.09.22] pieejams <https://www.unum.la/blog/color-theory-on-instagram>

Jaye Hannah (2022) What Is Typography, and Why Is It Important? [Tiešsaiste][Skatīts: 21.10.22] pieejams <https://careerfoundry.com/en/blog/ui-design/beginners-guide-to-typography/>

Cameron Chapman (2022) How to Structure an Effective Typographic Hierarchy [Tiešsaiste][Skatīts: 21.10.22] pieejams <https://www.toptal.com/designers/typography/typographic-hierarchy>

Anonīms (2022) Hierarchy [Tiešsaiste][Skatīts: 21.10.22] pieejams <https://fonts.google.com/knowledge/glossary/hierarchy>

Anonīms (2022) Why is research design important? [Tiešsaiste][Skatīts: 22.10.22] pieejams <https://www.scribbr.com/frequently-asked-questions/why-is-research-design-important/>

Anonīms (2022) The Importance of Conducting Research in Design [Tiešsaistē][Skatīts: 24.10.22] pieejams <https://creative27.com/blog/the-importance-of-conducting-research-in-design/>.

Jessica Wong (2022) Why Consistency Is Vital to Your Branding Efforts [Tiešsaistē][Skatīts: 03.11.22] pieejams <https://www.entrepreneur.com/starting-a-business/why-consistency-is-vital-to-your-branding-efforts/425791>

Anton Nikolov (2017) Design principle: Consistency [Tiešsaistē][Skatīts: 03.11.22] pieejams <https://uxdesign.cc/design-principle-consistency-6b0cf7e7339f>

Emily Melling (2019) The Importance of Consistency in Design Work [Tiešsaistē][Skatīts: 03.11.22] pieejams <https://yesimadesigner.com/the-importance-of-consistency-in-design-work/>

Lavinia Aparaschivei (2022) What is Simple Design? [Tiešsaistē][Skatīts: 05.11.22] pieejams <https://www.vectornator.io/blog/simple-design/>

Chris Wu (2019) Simplicity in Design [Tiešsaistē][Skatīts: 05.11.22] pieejams <https://thrivethinking.com/2019/10/15/simplicity-in-design/>

Chloé Gillot (2017) The Importance of Quality over Quantity on Social Media [Tiešsaistē][Skatīts: 07.11.22.] pieejams <https://www.linkedin.com/pulse/importance-quality-over-quantity-social-media-chloe-gillot/>

Seomajid (2022) How important are social media content designs? [Tiešsaistē][Skatīts: 07.11.22.] pieejams <https://temismarketing.com/blog/how-important-are-social-media-content-designs>

Anonīms (2016) Why You Need Professional Graphic Design for Social Media [Tiešsaistē][Skatīts: 07.11.22.] pieejams <https://www.bluefrogdm.com/blog/why-your-social-media-profiles-should-be-professionally-designed>

Ishan Manandhar (2020) The Psychology of UX design [Tiešsaistē][Skatīts: 09.11.22.] pieejams <https://uxdesign.cc/the-psychology-of-ux-design-859439bc8a32>

Becton Loveless (2022) Cognitive Load Theory – The Definitive Guide [Tiešsaistē][Skatīts: 09.11.22.] pieejams <https://www.educationcorner.com/cognitive-load-theory/>

Mads Seogaard (2020) Hick's Law: Making the choice easier for users [Tiešsaistē][Skatīts: 09.11.22.] pieejams <https://www.interaction-design.org/literature/article/hick-s-law-making-the-choice-easier-for-users>

Nick Babich (2022) What You Should Know About User Experience Design [Tiešsaistē][Skatīts: 11.11.22.] pieejams <https://xd.adobe.com/ideas/career-tips/what-is-ux-design/>

Emily Stevens (2023) What Is User Experience (UX) Design? Everything You Need to Know [Tiešsaistē][Skatīts: 03.01.23.] pieejams <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-is-user-experience-ux-design-everything-you-need-to-know-to-get-started/>

Simon Kemp (2021) DIGITAL 2021 OCTOBER GLOBAL STATSHOT REPORT [Tiešsaistē][Skatīts: 03.01.23.] <https://datareportal.com/reports/digital-2021-october-global-statshot>



## Pielikumi

Apkopoto datu tabula:

		Skatījums	Saskarsme	%
Atbilstošie	Melnā datorpele	134	64	48%
	Tējkreklu plakāts	118	62	56%
	Austiņas	120	80	67%
	Sporta apavi	121	65	54%
	Enerģijas dzēriens	134	48	36%
	Zelta enerģijas dzēriens	114	66	46%
Neatbilstošie	Kafijas krūze	115	34	29%
	Meitene lietū	119	40	34%
	Komandas reklāma	131	43	33%
	Vaniļas saldējums	127	51	40%
	Datorkrēsls	114	36	32%

Publikācijas:

