

## Ви все ще читаете, а це означає, що книжка, мабуть, не така вже й погана.

Або принаймні вона вас хоч трохи заінтригувала.

Перші враження є вирішальними в нашому сприйнятті світу і сприйнятті цим світом нас. Завдяки першому враженню розпочинається наше знайомство з новими людьми і новим місцем роботи, накопичується досвід і формуються переживання, сприймаються товари на полицях магазинів, оцінюються Інтернет, розваги, стосунки з іншими людьми та дизайн. Саме на основі першого враження ми судимо про все на світі — і з цим нічого не вдієш. Невже це так жахливо? У дитинстві ми постійно чули: «Ніколи не суди за зовнішністю!» Але чинимо якраз навпаки, тому що живемо у світі візуальної культури і наш мозок миттєво реагує на все побачене.

**Насправді має значення не сам факт,  
що ми формуємо свої судження-оцінки,  
а те, як ми це робимо. Керуючись розу-  
мом? Співпереживанням? Співчуттям?**

А в галузі дизайну настанова «не суди» взагалі не має сенсу, адже дизайн за своєю природою вимагає від нас негайної оцінки, він покликаний розв'язати ту чи іншу проблему. Якщо ж так не відбувається, то... це вже справді проблема.

Скільки разів у житті вам доводилося заповнювати якісь хитромудрі, заплутані анкети? А скільки разів ви потрапляли на якісь веб-сайти, котрими взагалі не могли користуватись? Але ж Інтернет — це насамперед перше враження: пересічний користувач має з першого погляду зрозуміти контент.

Для мене як графічного дизайнера, котрий працює переважно з обкладинками книжок, створення першого сильного враження — не просто зацікавленість, а власне моя робота. Обкладинка — чи то друкowana на папері, чи то створена за допомогою пікселів на екрані гаджета — не лише «обличчя» книжки, це ваше знайомство з книжкою.

Не обов'язково самому бути дизайнером, щоб оцінити, як за допомогою дизайну розв'язується та чи інша проблема. Ви можете бути соціальним працівником, який має справу з офіційними документами; лікарем, який аналізує медичні дані; програмістом, котрий пише програми для сайтів; навіть баристою, який намагається опанувати кавоварку, — за будь-яких умов ви завжди можете сказати, допомагає вам якийсь конкретний дизайн чи заважає.

Я помітив, що два найдієвіші та найцікавіші аспекти першого враження — яке створюю я сам і з яким стикаюся — взаємно протилежні: Ясність і Загадковість. Навіть після 30 років дизайнерського стажу мене все ще вражає, як діють ці два аспекти і що стається, коли їх плутають чи використовують неналежно.

І — хоч як це дивно! — саме так найчастіше й трапляється. Політики можуть ставати до нестями загадковими саме тоді, коли ми очікуємо від них цілковитої ясності та зрозумілості. А деякі ситуації в нашу Занадто Інформаційну Еру могли б тільки виграти, якби навколо них лишилося хоч трохи загадковості (на думку одразу спадає відома американська родина, прізвище якої починається з літери К<sup>1</sup>).

Тож почнімо з двох запитань. Перше:

<sup>1</sup> Ідеться про родину Кеннеді. (Тут і далі прим. пер.)

# Коли потрібна ясність?

16 Це залежить від характеру повідомлення, яке треба донести. Ясність потрібна, коли люди мають негайно зрозуміти вас. Такі самі й ваші очікування від інших, коли ви потребуєте життєво важливої та конкретної інформації. Наприклад, коли йдеться про інструкції для вашого комп'ютера чи телефона або коли ви загубились і питаєте дорогу. В обох випадках потрібна ясність. Коли ж її немає, вас може охопити розпач: от, зокрема, уявіть, що накрився ваш GPS-навігатор.

Більш екстремальний, але досить типовий приклад — запис повідомлень, які надійшли в службу порятунку 911. Я завжди гадаю: якби саме я прийняв такий дзвінок, чи зміг би розібратися, що сталося? Відповіді можуть бути різними, тим більше що такі дзвінки здійснюють люди, які перебувають у стані сильної паніки. Проте саме це є прикладом ситуації, коли людині потрібно, щоб її зрозуміли одразу.

Якщо ж застосувати такий підхід до дизайну в нашому повсякденному житті, то приклади стають... ну, так би мовити... яснішими:

Дорожні знаки. Інструкції з користування. Будильники. Шляхи евакуації. Подружні обітниці.

Ясність потрібна насамперед тоді, коли художнє оформлення, як-от: гарна картинка, візерунки, деталізація — не має значення.

**Ясність — щира. Вона прямолінійна.  
Розумна. Це основа. Вона чесна і легка  
у сприйнятті.  
Не нісенітниця!**

17

Водночас, коли вона автоматично застосовується до всього, стає просто нудно.

А тепер, керуючись принципом інь-ян, запитаймо: