

Чек-лист по UX для мобильных устройств: блоги и новостные ленты

Сайты со статьями, новостями, инфографикой или результатами исследований по определенным темам.

- Нет навигационных «тупиков»**
Всегда предлагайте варианты навигации в футере или на закрепленной шапке.
- Страницы с большими списками выдают информацию порциями**
Используйте пагинацию, кнопки типа «подробнее», «показать еще» и отложенную загрузку данных.
- Переключаться между кейсами можно, не возвращаясь к общему списку**
Нужна кнопка для перехода с детальной страницы одного кейса на следующий или предыдущий по списку.
- Аккуратнее с галереями типа «карусель»**
Лучше, чтобы карусель НЕ переключалась автоматически, текст внутри был читабельным, а последующая картинка загружалась в течение секунды после перелистывания. И проверьте, что перелистывание работает.
- На страницах с результатами поиска есть фильтрация (и она очевидна)**
Если фильтрация есть, но ее нужно искать, или сортировка выглядит более приоритетной, чем фильтрация — стоит лишний раз подумать.
- Статьи можно шэрить**
Дайте пользователям возможность поделиться статьей через социальные сети. При шэринге должна передаваться мета-информация: название, описание, изображение.
- Элементы на странице не смещаются при загрузке медиа**
Не используйте плейсхолдер определенного цвета, обозначающий размеры загружаемого изображения, или технологии типа LQIP или SQIP, которые показывают, что там будет медиафайл до его загрузки. Эти изменения дезориентируют пользователей и используют дорогую

операцию DOM (объектная модель документа), которая использует ресурсы системы и добавляет «мусора».

❑ **Контакты для связи кликабельны**

Если на сайте сложно найти способ связаться, не настроен звонок по тапу на номер телефона, письмо по тапу на адрес электронной почты, а адреса не показываются на Google Картах — пользователям это не понравится.

❑ **В каждом поле формы первой выводится подходящая раскладка клавиатуры**

Цифры — для поля ввода номера телефона; текст — для ввода адреса электронной почты и пароля; заглавные буквы — для ввода имени владельца банковской карты и так далее.

❑ **Настроено автозаполнение для форм**

Не заставляйте пользователей вводить данные, которые уже известны сайту или операционной системе — настройте поля для автозаполнения браузером. Проследите, чтобы все работало корректно: например, номер дома и название улицы не должны вводиться в одно поле, если для каждого пункта есть своя отдельная строка.

❑ **Ошибки и подсказки в формах выводятся сразу**

Не бесите пользователей — не делайте сообщения об ошибках двусмысленными и запутанными.