

Улучшаем внешний вид: визуальный стиль и эстетика

В 2002 году группа исследователей сделала интересное открытие. Проект Stanford Web Credibility Project¹ был основан специально для того, чтобы узнать, что заставляет людей доверять или не доверять веб-сайтам, и многие из выявленных факторов легко понять интуитивно: репутация компании, обслуживание клиентов, спонсорство и объявления — все это помогало пользователям принять решение, заслуживает доверия конкретный веб-сайт или нет.

Однако наиболее важным фактором — номером один в их списке — стал внешний вид. Пользователи не доверяли сайтам, оформленным непрофессионально. Веб-сайты, создатели которых приложили усилия, чтобы добиться привлекательного и профессионального результата, быстрее находили дорогу к сердцам пользователей, даже если у пользователей практически не было других причин им доверять.

Вот еще один факт. Дональд Норман (Donald Norman), один из наиболее известных гуру в области дизайна взаимодействия, сделал вывод, что «положительные эмоции благоприятствуют творчеству, широте мышления, тогда как отрицательные эмоции способствуют более глубоким размышлениям». Он также добавил, что «положительные эмоции делают людей более терпимыми к небольшим трудностям и более гибкими и творческими в поиске решений»². Действительно, интерфейсы становятся более удобными в использовании, когда пользователям нравится работать с ними.

Привлекательный внешний вид играет огромную роль.

Вот уже на протяжении многих глав мы обсуждаем структуру, форму и поведение приложения (или веб-сайта); давайте же теперь сосредоточимся на «коже» или «ощущениях», которые от него получаем. В главе 4 мы немного поговорили об основах графического дизайна. Мы уделили внимание визуальной иерархии, визуальному потоку, точкам фокусировки и гештальт-принципам близости, сходства, непрерыв-

¹ См. <http://credibility.stanford.edu/>.

² См. статью Дональда Нормана «Emotion and Design: Attractive Things Work Better» по адресу http://www.jnd.org/dn.mss/emotion_design.html. См. также его книгу по этой теме «Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things» (издательство Basic Books).

ности и замкнутости. Эти темы лежат в основе правильной организации страницы, и не следует недооценивать их.

Однако дом делает привлекательным не только удачная планировка комнат. Когда вы платите за хорошо спроектированный и обставленный дом, вы также ожидаете увидеть красивые ковры, цвета и текстуру стен и другие варианты украшения поверхностей. Без них дом может быть идеально функциональным, но скучным. Проведение работ в полном объеме означает, прежде всего, что нужно обратить внимание на каждую деталь, сделать так, чтобы все элементы соответствовали друг другу, и довести начатое до конца.

Красивые детали не обязательно оказывают влияние на эффективность, с которой люди выполняют различные дела по дому или задачи в интерфейсе (хотя исследование говорит, что иногда красота помогает работе). Однако они определенно способствуют тому, чтобы людям нравился процесс работы. Это, в свою очередь, оказывает воздействие на человеческое поведение: как долго пользователь задержится в приложении, чтобы изучить его, вернется ли он сюда еще раз и порекомендует ли его своим знакомым.

Можно задуматься и об этике. Что вы можете предложить своим пользователям? Однообразное серое приложение, от которого у них начнется зевота, или вызывающую раздражение пеструю страницу с кричащими объявлениями? Может, лучше создать что-то такое, на что будет приятно смотреть даже в течение нескольких часов?

Конечно, на эмоциональную реакцию пользователя воздействует не только визуальный стиль. Глава 1 началась с обсуждения других вопросов, например насколько хорошо разработчик умеет предсказывать шаблоны поведения своих пользователей. Приложение может приятно удивить людей продуманным дизайном. Плотная информация страницы вызывает эмоциональную реакцию, отличную от той, которая создается свободно скомпонованными интерфейсами. Язык и вербальный стиль играют огромную роль в создании эмоциональной реакции, и важно не забыть о качестве самого программного обеспечения — оно всего лишь «просто работает» или работает быстро, интеллектуально реагируя на действия пользователя?

В хорошо проработанном интерфейсе учитываются все эти факторы. Когда содержимое, смысл и интерактивное поведение работают в унисон с визуальным стилем, это позволяет успешно вызывать желаемую эмоциональную реакцию.

Что касается продуктов и веб-сайтов, стилистические элементы часто разрабатываются для поддержки определенного торгового знака. Дизайн любого программного продукта или веб-сайта сообщает что-то о создавшей их организации (даже если это разобщенная группа разработчиков приложений с открытым кодом). Он может говорить что-то нейтральное или отправлять пользователям конкретное сообщение: «Вы можете нам доверять!», «Мы классные!» или «Мы делаем отличные вещи!» Индивидуальность торгового знака состоит не только в уникальности его логотипа и девиза. Торговый знак отражается в дизайне всех продуктов организации, в ее веб-сайте и во всех рекламных материалах — в действительности, выбранные цветовые схемы, шрифты, иллюстрации и словарь присутствуют повсеместно. Когда индивидуальность торгового знака хорошо проработана, все аспекты дизайна реализуются намеренно и согласованно.

Индивидуальность торгового знака очень важна, так как она формирует дружеские отношения и устанавливает пользовательские ожидания относительно продуктов,

выпускаемых определенной организацией. В конечном итоге, сам торговый знак должен заставлять людей испытывать положительные эмоции от использования этих продуктов. Посмотрите, что сумела сделать компания Apple в области приверженности торговому знаку: многие любят продукты Apple и стараются приобретать только их.

Независимо от того, нацелены стилистические элементы на поддержку торгового знака или нет, они представляют собой некоторые заявления о вашем продукте. Они сообщают о таких его атрибутах, как надежность, интерес, веселье, энергия, спокойствие, сила, напряжение и удовольствие. Что вы хотите сказать своим пользователям?

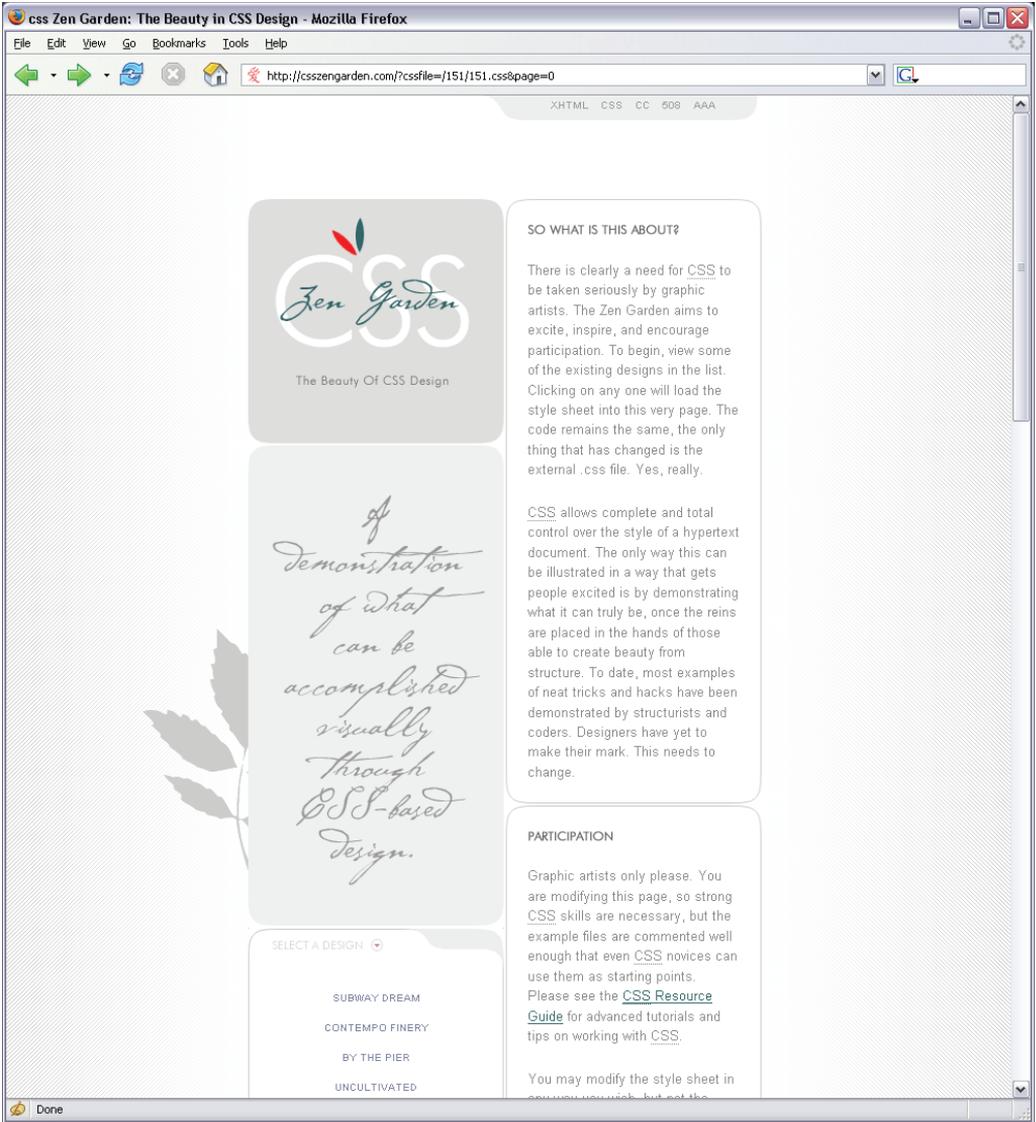
В этой главе мы продолжим обсуждение концепций визуального дизайна, но на этот раз обратимся к атрибутам, несущим эмоциональную окраску, оставив в стороне формальную структуру дизайна. Конечно же, прочитав главу, вы не превратитесь в классного художника, для этого нужно много учиться и практиковаться. Но шаблоны расскажут вам о методиках, наиболее прочно связанных с хорошим дизайном продуктов, и объяснят, почему они работают.

Одно содержимое, разные стили

Для того чтобы исследовать, как стили вызывают разные интуитивные и эмоциональные реакции, можно попытаться применить различные визуальные стили к одному и тому же содержимому. Фактическое содержимое не так важно — в данном случае мы ищем немедленные, подсознательные реакции, а не впечатления, получаемые вследствие чтения и взаимодействия с содержимым.

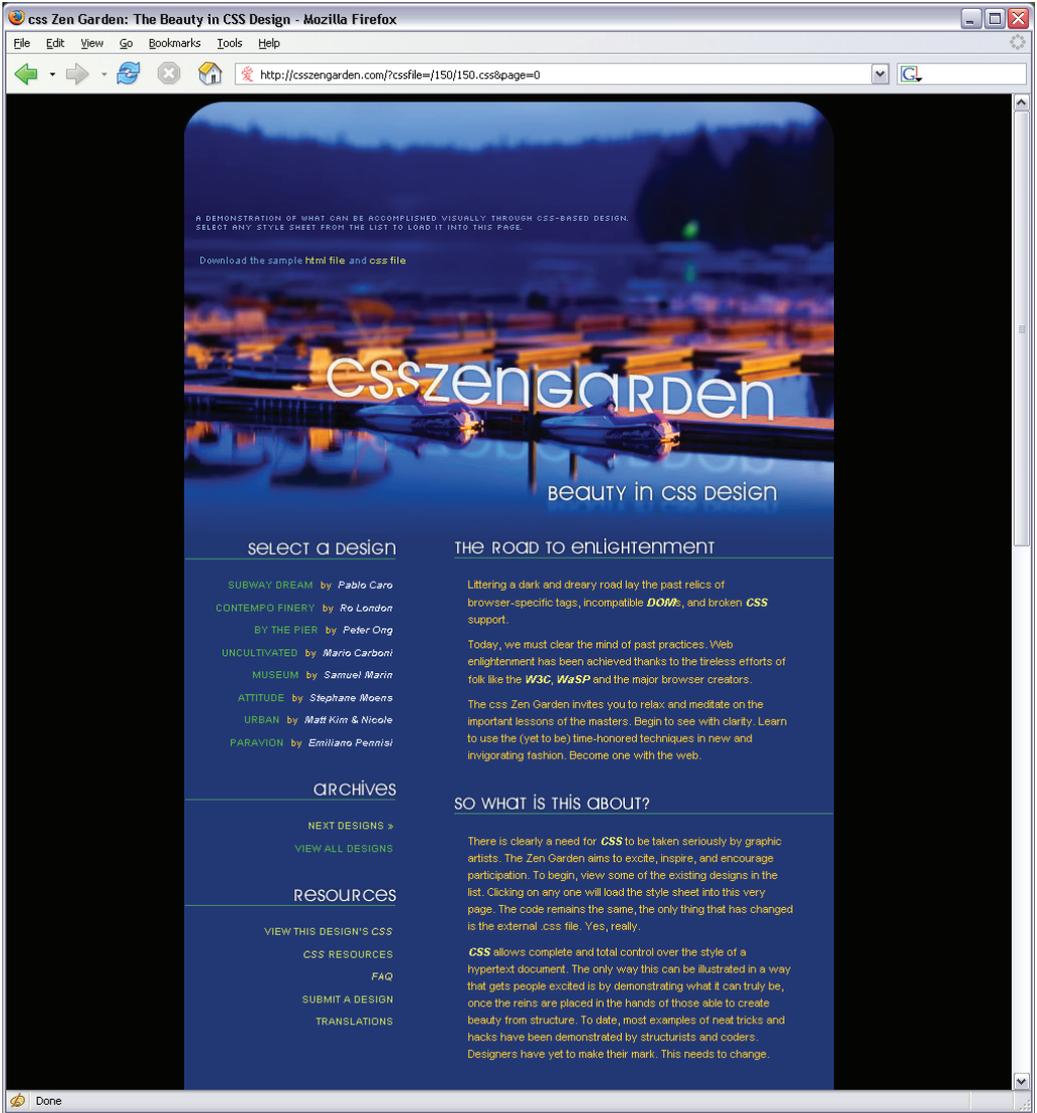
Веб-сайт CSS Zen Garden (<http://csszengarden.com>) прекрасно иллюстрирует этот постулат. Изначально созданный для демонстрации веб-дизайна, основанного на CSS, этот веб-сайт предоставляет всем участникам одну HTML-страницу — каждый получает одинаковый базовый текст, одинаковые теги HTML и одинаковые списки ссылок. После этого участники создают уникальные файлы CSS для определения новых вариантов визуального дизайна страницы и отправляют их на веб-сайт. Посетители могут свободно просматривать все присланные варианты дизайна. Это приятное времяпрепровождение на час или три, особенно если вы занимаетесь изучением визуального дизайна и пытаетесь понять, что же вам нравится, а что нет.

На следующих восьми рисунках представлены примеры с этого сайта. В каждом случае базовое содержимое совпадает, меняется только дизайн. Потратьте время на то, чтобы рассмотреть их. Когда вы бросаете взгляд на дизайн, какова ваша немедленная интуитивная реакция? Какие слова приходят на ум для описания страницы? Притягивает ли она вас, отталкивает, заставляет нервничать, доставляет удовольствие?



Дизайн 1





css Zen Garden: The Beauty in CSS Design - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://csszengarden.com/?cssfile=/104/104.css&page=5

*we request the honour of your presence
in the*

CSS ZEN GARDEN

to experience the beauty of css design

AN INVITATION

A demonstration of what can be accomplished visually through CSS-based design. Select any style sheet from the list to load it into this page.
Download the sample [html file](#) and [css file](#)

the road to enlightenment

Littering a dark and dreary road lay the past relics of browser-specific tags, incompatible DOMs, and broken CSS support.

Today, we must clear the mind of past practices. Web enlightenment has been achieved thanks to the tireless efforts of folk like the [W3C](#), [MaSP](#) and the major browser creators.

The CSS Zen Garden invites you to relax and meditate on the important lessons of the masters. Begin to see with clarity. Learn to use the (yet to be) time-honored techniques in new and invigorating fashion. Become one with the web.

so what is this about?

There is clearly a need for CSS to be taken seriously by graphic artists. The Zen Garden aims to excite, inspire, and encourage participation. To begin, view some of the existing designs in the list. Clicking on any one will load the style sheet into this very page. The code remains the same, the only thing that has changed is the external .css file. Yes, really.

CSS allows complete and total control over the style of a hypertext document. The only way this can be illustrated in a way that gets people excited is by demonstrating what it can truly be, once the reins are placed in the hands of those able to create beauty from structure. To date, most examples of neat tricks and hacks have been demonstrated by structurists and coders. Designers have yet to make their mark. This needs to change.

participation

Graphic artists only please. You are modifying this page, so strong CSS skills are necessary, but the example files are commented well enough that even CSS novices can use them as starting points. Please see the [CSS Resource Guide](#) for advanced tutorials and tips on working with CSS.

You may modify the style sheet in any way you wish, but not the HTML. This may seem daunting at first if you've never worked this way before, but follow the listed links to learn more, and use the sample files as a guide.

Download the sample [html file](#) and [css file](#) to work on a copy locally. Once you have completed your masterpiece (and please, don't submit half-finished work) upload your .css file to a web server under your control. [Send us a link](#) to the file and if we choose to use it, we will spider the associated images. Final submissions will be placed on our server.

benefits

Why participate? For recognition, inspiration, and a resource we can all refer to when making the case for CSS-based design. This is sorely needed, even today. More and more major sites are taking the leap, but not enough have. One day this gallery will be a historical monument that says in not

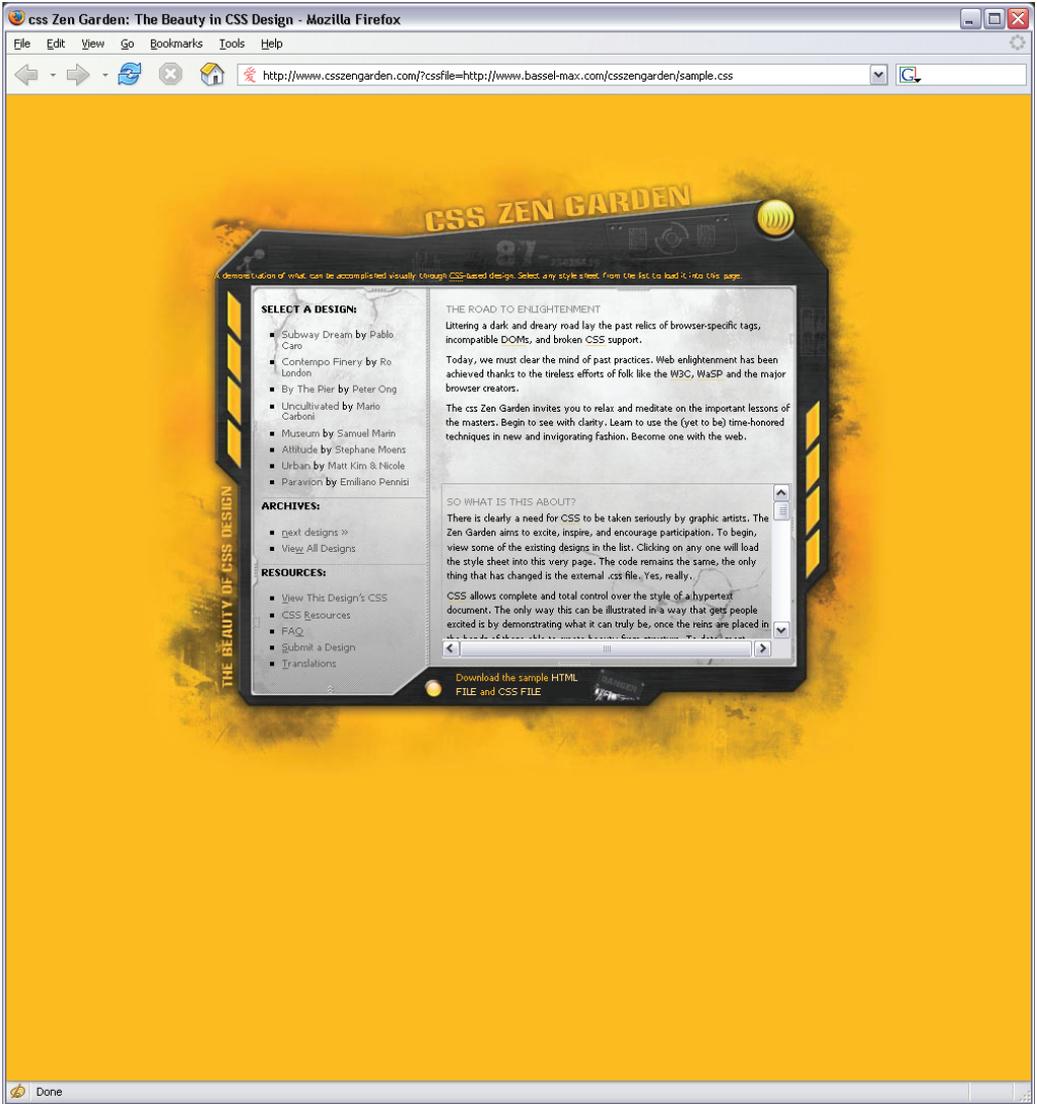
:: select a design ::

- [Grüner Entwurf](#)
by Hannah F. Liesong
- [Perfume de Gardenias](#)
by Armando Sosa
- [Pneuma](#)
by Adam Pellselli
- [Defiance](#)
by James Ehly
- [Mediterranean](#)
by John Whittet
- [Austrian's Dark Side](#)
by Rene Grassegger
- [Invitation](#)
by Brad Daily
- [Odyssey](#)
by Terrence Conley
- [next designs >](#)
- [< previous designs](#)
- [View All Designs](#)

:: resources ::

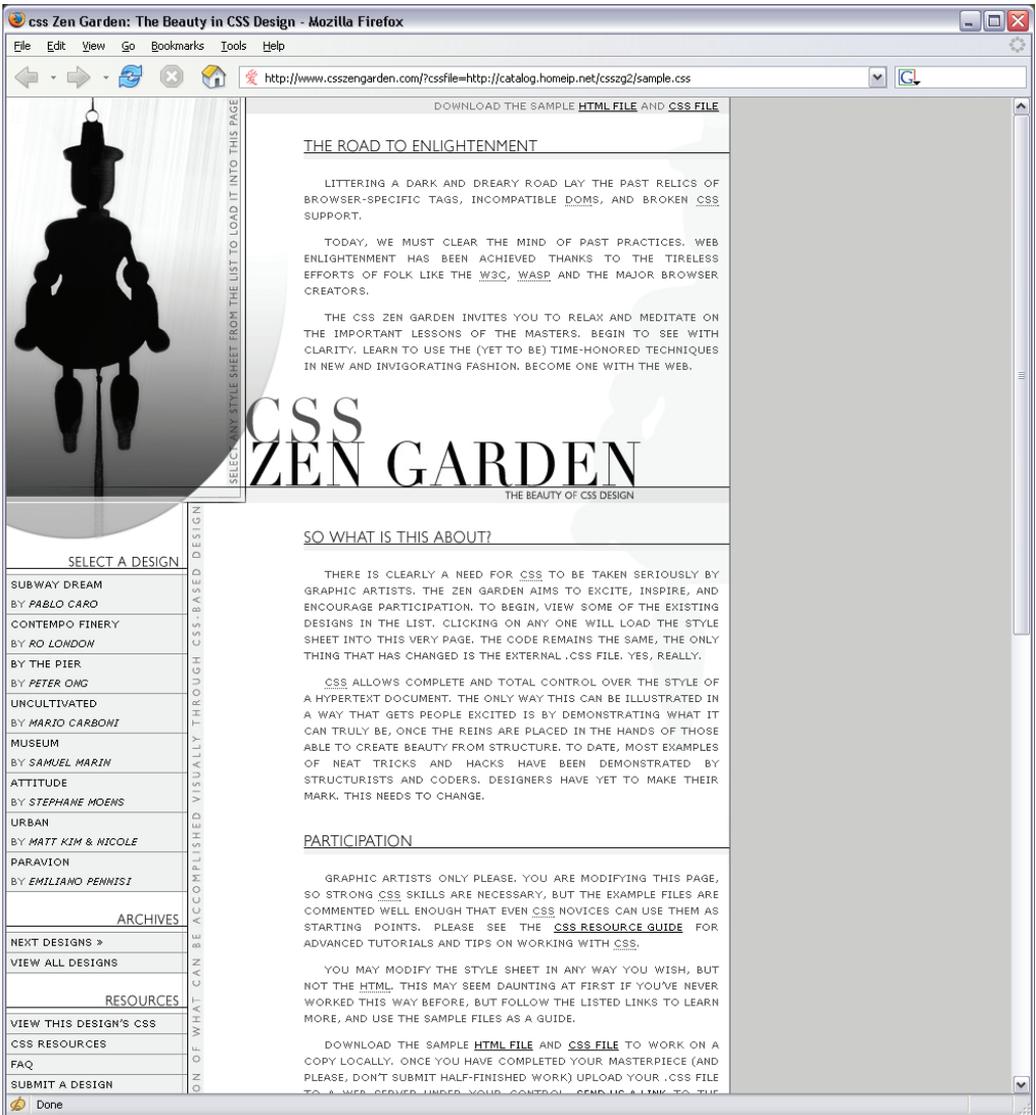
- [View This Design's CSS](#)
- [CSS Resources](#)
- [FAQ](#)
- [Submit a Design](#)
- [Translations](#)

Done



Дизайн 6





Дизайн 8

Основы визуального дизайна

Рассматривая примеры дизайна Zen Garden, вы могли заметить, благодаря чему они производили такое разное впечатление: например, цветовая схема могла заставлять вас либо улыбаться, либо непроизвольно съеживаться. Используя эти примеры в качестве критерия, можно поговорить о некоторых принципах хорошего визуального дизайна.

Как вы, вероятно, помните, мы уже касались некоторых принципов визуального дизайна в главах 4 и 7, посвященных компоновке страницы и информационной графике.

В этих главах мы исследовали, как человек *когнитивно* реагирует на определенную входную информацию. К примеру, время, необходимое для того, чтобы щелкнуть на оранжевом квадратике среди поля, заполненного синими квадратиками, не зависит от эстетического вкуса или культурных ожиданий человека.

Однако сейчас мы говорим об эмоциональной и интуитивной реакции — добавляет ли один-единственный оранжевый квадратик напряжение, яркость, баланс в дизайн, или же его влияние равно нулю? Ответ зависит от стольких факторов, что, не имея за плечами большого опыта, сформулировать его крайне трудно. Конечно же, когнитивные аспекты определенных решений, принимаемых относительно дизайна, играют свою роль — для начала, страницу можно сделать трудной или простой для чтения (когнитивный эффект). Но каждый человек уникален. У каждого своя история переживаний, ассоциаций и предпочтений, и каждый человек является частью культуры, которая навязывает собственное понимание цвета, шрифтового оформления и зрительных образов.

Помимо этого, на реакцию пользователя влияет контекст дизайна. Пользователи воспринимают ваш дизайн как часть определенного жанра (например, офисных приложений, игр или интернет-магазинов), поэтому у них есть определенные ожидания относительно того, что уместно, банально или оригинально, скучно или интересно. Также определенные ожидания включаются в зависимости от торговых марок. В итоге вы сталкиваетесь с проблемой: как только обнаруживается «правило», позволяющее вызывать определенную эмоциональную реакцию при помощи принципа дизайна, сразу же находится миллион исключений.

С другой стороны, если вы хорошо знаете свою аудиторию, то интуитивная и эмоциональная реакции становятся удивительно предсказуемыми. Например, большинство читателей этой книги, вероятно, подумали, что первый пример дизайна на основе стилей CSS был спокойным и умиротворяющим, а второй — более шумным и напряженным. Почему так?

Ответ кроется в сочетании множества факторов, работающих в унисон: цвет, шрифты, использование пространства, углы и фигуры, повторяющиеся визуальные мотивы, текстуры, изображения и ссылки на культурную базу.

Цвет

Цвет воспринимается мгновенно. Это один из первых факторов, который вы замечаете в дизайне одновременно с базовыми формами и фигурами. В то же время применение цвета в искусстве и дизайне бесконечно сложно — живопись совершенствовалась это веками. Здесь мы можем лишь слегка копнуть на поверхности.

Разрабатывая цветовую схему для интерфейса, сначала исключите все, что делает невозможным его прочтение:

- всегда помещайте темное содержимое переднего плана на светлый фон или наоборот. Для проверки откройте свой дизайн в программе обработки изображений, например Photoshop, и уберите насыщенность (переведите изображение в градации серого);
- никогда не используйте красный и зеленый цвета для контрастной окраски элементов интерфейса, так как многие люди, страдающие дальтонизмом, просто не

смогут увидеть разницы. По статистике около 10 % мужчин обладают той или иной степенью дальтонизма, и то же самое относится приблизительно к 1 % женщин;

- никогда не помещайте ярко-синий текст небольшого размера на ярко-красный или оранжевый фон или наоборот, так как человеческий глаз неспособен читать текст, написанный дополнительными цветами (находящимися на противоположных сторонах цветового круга).

Убрав с дороги лишнее, можно перечислить несколько очень приблизительных рекомендаций по использованию цвета.

Теплый или холодный

Красный, оранжевый, желтый, коричневый и бежевый считаются теплыми цветами. Синий, зеленый, фиолетовый, серый (в большом количестве) и белый считаются холодными. Желтый цвет в шестом примере дизайна веб-сайта Zen Garden кажется очень живым и горячим, несмотря на холодную серую металлическую поверхность, находящуюся позади основного содержимого. Веб-сайты и интерфейсы, которые должны создавать респектабельное и консервативное впечатление, часто основываются преимущественно на холодных цветах (особенно, синем). И все же теплые и холодные цвета можно очень эффективно сочетать для достижения сбалансированного впечатления; этот прием часто используется как в классической живописи, так и на современных плакатах.

Темный или светлый фон

Страницы со светлым фоном — белым, бежевым и светло-серым — воспринимаются иначе, чем с темным. Светлый цвет более типичен для компьютерных интерфейсов (и напечатанных страниц); темные страницы производят впечатление более резких, мрачных или энергичных, в зависимости от других аспектов дизайна.

Высокий или низкий контраст

Независимо от того, темный или светлый фон используется, контраст между фоном и расположенными на нем элементами может быть либо высоким, либо низким. Высокий контраст говорит о напряжении, силе и смелости; низкий контраст дает успокаивающий и расслабляющий эффект.

Насыщенный или ненасыщенный

Высоконасыщенные или чистые цвета — ярко-желтые, ярко-красные или ярко-зеленые — создают впечатление энергии, живости, яркости и теплоты. Это дерзкие цвета, у них есть характер. Однако при чрезмерном использовании они утомляют глаза, поэтому большинство дизайнеров пользовательских интерфейсов используют их очень аккуратно, выбирая обычно не более одного или двух. Приглушенные цвета, либо темные, либо светлые (тона или оттенки соответственно), составляют львиную долю большинства цветовых палитр. Зелено-синий дизайн Zen Garden объединяет два насыщенных цвета благодаря белым границам, белому тексту и темному сиянию, при помощи которых зеленый отделяется от синего (но, несмотря на это, вы вряд ли захотели бы иметь этот зеленый цвет перед глазами в течение всего дня, работая, например, с настольным приложением).

Сочетание цветовых тонов

Как только вы начинаете сочетать цвета, возникают интересные эффекты. Два насыщенных цвета могут «выделять» намного больше энергии, движения или

насыщенности, чем один. Страница, объединяющая один насыщенный цвет с несколькими приглушенными, направляет внимание зрителя к насыщенному цвету и разделяется на уровни — более яркие и сильные цвета кажутся ближе к зрителю, тогда как сероватые и бледные цвета уходят на задний план. Строгая размерность может сделать дизайн драматичным. Плоские дизайны с большим количеством приглушенных или светлых цветов выглядят спокойнее. Подробнее об этом говорится в шаблоне **Few Hues, Many Values** (Меньше тонов, больше значений).

Шрифты

Выбирая шрифт (или, правильнее, гарнитуру) для фрагмента текста, вы определяете, каким голосом этот текст «произносится». Голос может быть громким или тихим, дружелюбным или официальным, разговорным или авторитетным, современным или старомодным.

Как и с цветом, читаемость — когнитивная часть — при выборе шрифта стоит на первом месте. Текст небольшого размера, часто называемый *основным* или *обычным текстом* в печатных материалах или на веб-страницах, требует ответственного выбора. Следующие рекомендации относительно основного текста также распространяются на *шрифты меток* в графических интерфейсах пользователя, применяемые для обозначения текстовых полей и других элементов управления.

- ❑ На компьютерных дисплеях рубленые шрифты зачастую выглядят лучше в большом размере, в отличие от печати, для которой в качестве основного текста рекомендуется использовать шрифты с засечками. Размер пикселей недостаточно велик, чтобы хорошо визуализировать крохотные шрифты с засечками (хотя некоторые шрифты с засечками, например Georgia, выглядят неплохо).
- ❑ Избегайте курсивов, рукописного и других орнаментальных шрифтов; они плохо читаются в небольшом размере.
- ❑ Геометрические шрифты с круглыми буквами (e, c, d, o и т. д.) хуже читаются в небольшом размере. Такие буквы трудно отличать друг от друга. Это относится к шрифтам Futura, Univers и некоторым другим, изобретенным в середине двадцатого века.
- ❑ Основной текст, написанный только прописными буквами, трудно читать, хотя эта техника подходит для заголовков и небольших сообщений при условии правильного выбора шрифта. Заглавные буквы похожи друг на друга, и зрителю трудно различать их.
- ❑ Когда возможно, объединяйте большие объемы текста в столбцы средней ширины — скажем, в среднем от 10 до 12 слов. Не выравнивайте правый край в узких столбцах текста, пусть он остается «рваным».

Теперь перейдем к интуитивным и эмоциональным аспектам. У всех шрифтов своеобразные голоса или цвета. У них разные графические характеристики и они создают разные текстуры на странице. Например, некоторые шрифты насыщенные и темные, тогда как другие более открытые. Проверяйте толщину штрихов и относительные размеры букв, а если вам нужен свежий и объективный взгляд на шрифт, примените «сощуренный тест». В одних шрифтах буквы уже, чем в других, а в некоторых

семействах шрифтов существуют «сжатые» версии, делающие буквы еще меньше по горизонтали. Расстояние между строками текста (интерлиньяж) может быть большим или маленьким, что делает блоки текста более открытыми или монолитными.

Засечки и изгибы добавляют еще одно измерение в цвет или текстуру шрифта. Засечки кажутся небольшим усовершенствованием, но они делают текстуру шрифта более утонченной — толстые рубленые шрифты начинают казаться жирными, сильными и даже грубыми (особенно Helvetica). Изгибы и углы, используемые в каждой графической форме, включая засечки, сочетаются между собой, формируя общую структуру. Сравните старомодную гарнитуру, например Goudy Old Style, с другим классическим шрифтом с засечками, таким как Didot; на странице они очень отличаются друг от друга (рис.).

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed a sem. Nullam nonummy libero id libero. Donec libero erat, consequat in, tincidunt at, malesuada id, urna. Fusce tincidunt consectetur ante. Nam sit amet lorem. Nulla nec ante ac risus tincidunt suscipit. Aliquam luctus. Vivamus lobortis odio at risus porttitor ultrices. Maecenas odio libero, rhoncus et, dignissim id, rhoncus at, quam. Vivamus dolor. Quisque feugiat fringilla enim.

Didot

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed a sem. Nullam nonummy libero id libero. Donec libero erat, consequat in, tincidunt at, malesuada id, urna. Fusce tincidunt consectetur ante. Nam sit amet lorem. Nulla nec ante ac risus tincidunt suscipit. Aliquam luctus. Vivamus lobortis odio at risus porttitor ultrices. Maecenas odio libero, rhoncus et, dignissim id, rhoncus at, quam. Vivamus dolor. Quisque feugiat fringilla enim.

Georgia

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed a sem. Nullam nonummy libero id libero. Donec libero erat, consequat in, tincidunt at, malesuada id, urna. Fusce tincidunt consectetur ante. Nam sit amet lorem. Nulla nec ante ac risus tincidunt suscipit. Aliquam luctus. Vivamus lobortis odio at risus porttitor ultrices. Maecenas odio libero, rhoncus et, dignissim id, rhoncus at, quam. Vivamus dolor. Quisque feugiat fringilla enim.

Goudy Old Style

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed a sem. Nullam nonummy libero id libero. Donec libero erat, consequat in, tincidunt at, malesuada id, urna. Fusce tincidunt consectetur ante. Nam sit amet lorem. Nulla nec ante ac risus tincidunt suscipit. Aliquam luctus. Vivamus lobortis odio at risus porttitor ultrices. Maecenas odio libero, rhoncus et, dignissim id, rhoncus at, quam. Vivamus dolor. Quisque feugiat fringilla enim.

Palatino Italic

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed a sem. Nullam nonummy libero id libero. Donec libero erat, consequat in, tincidunt at, malesuada id, urna. Fusce tincidunt consectetur ante. Nam sit amet lorem. Nulla nec ante ac risus tincidunt suscipit. Aliquam luctus. Vivamus lobortis odio at risus porttitor ultrices. Maecenas odio libero, rhoncus et, dignissim id, rhoncus at, quam. Vivamus dolor. Quisque feugiat fringilla enim.

Futura

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed a sem. Nullam nonummy libero id libero. Donec libero erat, consequat in, tincidunt at, malesuada id, urna. Fusce tincidunt consectetur ante. Nam sit amet lorem. Nulla nec ante ac risus tincidunt suscipit. Aliquam luctus. Vivamus lobortis odio at risus porttitor ultrices. Maecenas odio libero, rhoncus et, dignissim id, rhoncus at, quam. Vivamus dolor. Quisque feugiat fringilla enim.

Verdana

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed a sem. Nullam nonummy libero id libero. Donec libero erat, consequat in, tincidunt at, malesuada id, urna. Fusce tincidunt consectetur ante. Nam sit amet lorem. Nulla nec ante ac risus tincidunt suscipit. Aliquam luctus. Vivamus lobortis odio at risus porttitor ultrices. Maecenas odio libero, rhoncus et, dignissim id, rhoncus at, quam. Vivamus dolor. Quisque feugiat fringilla enim.

Arial Narrow

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed a sem. Nullam nonummy libero id libero. Donec libero erat, consequat in, tincidunt at, malesuada id, urna. Fusce tincidunt consectetur ante. Nam sit amet lorem. Nulla nec ante ac risus tincidunt suscipit. Aliquam luctus. Vivamus lobortis odio at risus porttitor ultrices. Maecenas odio libero, rhoncus et, dignissim id, rhoncus at, quam. Vivamus dolor. Quisque feugiat fringilla enim.

Comic Sans MS

Восемь шрифтов на экране в Mac OS X. Обратите внимание на различия в размере, плотности, текстуре и формализованности

Хотя не всегда легко объяснить, почему это так, некоторые шрифты говорят более официальным голосом, тогда как другие звучат неформально. Comic Sans и другие шутливые шрифты определенно неформальны, но неформально выглядит и Georgia по сравнению с Didot или Baskerville. Слова, написанные прописными буквами, говорят более официально, чем строчный текст; курсив говорит неформально. В примерах с веб-сайта CSS Zen Garden, показанных ранее, заглавные буквы и рубленый шрифт в дизайне № 8 (см. рис.) применяются для того, чтобы страница звучала спокойно и отстраненно. В то же время дизайн № 5 (в котором используется шрифт Georgia, см. рис.) говорит теплым и неформальным голосом.

Культурные аспекты также играют здесь определенную роль. Старомодные шрифты, обычно с засечками, чаще всего выглядят — вы уже догадались? — старомодными, а любой текст, написанный шрифтом Futura (рубленый шрифт), всегда смотрится так, как будто взят из научного руководства, выпущенного в 1963 году. Шрифт Verdana так обширно применялся в Интернете, что превратился в стандарт для этого средства массовой информации. А шрифт Chicago всегда будет оригинальным шрифтом компьютеров Mac, независимо от того, в каком контексте используется.

Простор и скученность

В некоторых из дизайнов CSS Zen Garden вы видите много пустого пространства, тогда как в других страничные элементы тесно прижаты друг к другу. Простор на странице создает впечатление воздушности, открытости, тишины, спокойствия, свободы или тщательности и благородства, в зависимости от других факторов дизайна.

Скученные дизайны в определенных обстоятельствах могут создавать впечатление срочности и напряжения. Почему? Потому что тексту и другим графическим элементам нужно «дышать» — когда они толкуются рядом друг с другом, теснятся по краям или вдоль границ на странице, они вызывают визуальное напряжение. Нашим глазам нужно видеть поля вокруг элементов. Мы чувствуем небольшое беспокойство, когда смотрим на такие дизайны, как второй среди примеров интерфейсов CSS Zen Garden, на котором заголовки вплотную прижаты к тексту (см. рис.). Аналогично, компактное расположение элементов в шестом дизайне (см. рис.) некоторым образом способствует деловому, индустриальному впечатлению, создаваемому страницей, хотя на нем нет наложения элементов, как во втором дизайне.

Однако не всегда скученный дизайн вызывает подобное напряжение. Некоторые из них излучают дружелюбие и комфорт. Если дать тексту и другим элементам достаточно пространства и сократить интерлиньяж до минимума, обеспечивающего комфортное чтение, то можно сделать интерфейс более неформальным. Это хорошо иллюстрирует пятый дизайн, показанный на рис. 11.5.

Углы и кривые

Страница, составленная из прямых вертикальных линий и прямых углов, обычно выглядит «тише» и спокойнее, чем страница, содержащая диагональные линии и непрямоугольные формы. Аналогично, на странице с множеством разнообразных углов более заметно движение, чем на странице, где элементы находятся под одинаковым углом друг к другу — впечатляющий пример можно найти в седьмом дизайне

(см. рис.). В дизайне № 6 (см. рис.) углы применяются для создания беспокойства и визуального интереса.

Кривые также могут добавить движения и жизни, но не всегда. Дизайн, включающий множество кругов и дуг окружности, может быть успокаивающим и умиротворяющим. Однако кривая, проходящая через страницу, заставляет весь дизайн двигаться, а несколько тщательно выбранных кривых в дизайне, в основном состоящем из прямоугольных элементов, добавляют сложности и интереса. В восьмом дизайне (см. рис. 11.8) одна большая эллиптическая кривая создает драматический эффект — она сильно контрастирует с окружающими ее прямолинейными областями, поэтому ее воздействие очень велико.

В местах, где пересекаются две кривые, обращайте внимание на геометрические касательные этих кривых. Они располагаются под прямым углом друг к другу? Это дает более спокойную и неподвижную композицию. Они пересекаются под острым углом? Тогда в композиции больше напряжения и явного движения. (Как всегда, это не безоговорочные правила, просто обычно они работают.)

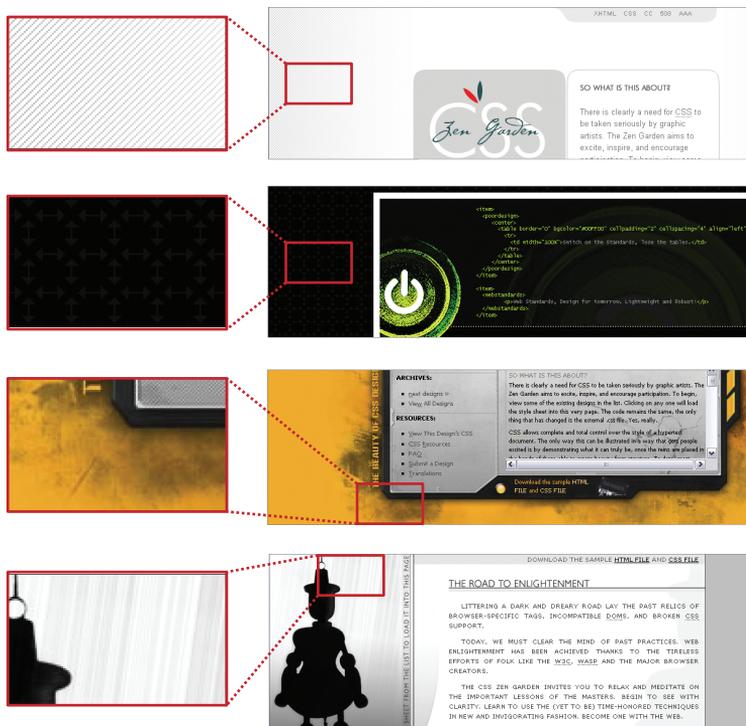
При использовании углов, кривых и непрямоугольных фигур думайте о том, где образуются точки фокусировки: например, они могут появляться в острых углах, где пересекаются две линии, или где сходится множество линий. Используйте эти точки для привлечения внимания зрителя к наиболее важным элементам.

Текстура и ритм

Текстура добавляет визуальному дизайну насыщенности. Как описано выше в разделе «Шрифты», текст формирует собственную текстуру¹, и управлять внешним видом текстуры можно, выбирая правильные шрифты. Для множества страниц и интерфейсов шрифты являются наиболее важным элементом текстуры.

Однако внимания заслуживают и другие типы текстур. Пустые области, например полосы пустого пространства по бокам веб-страницы, выглядят намного лучше, когда их заполняет текстура. Также текстуры можно применять для окружения строгих визуальных элементов и выделения их на фоне других, как в дизайнах 6 и 7 (см. рис.). Текстуры добавляют визуальный интерес, и в зависимости от своего внешнего вида они могут формировать ощущение теплоты, насыщенности, возбуждения или напряжения. Наиболее эффективные текстуры в дизайне интерфейса практически незаметны — это не бросающиеся в глаза шахматные доски или ядовитые цвета. В них используются слабые цветовые градации и очень мелкие детали. Когда такие текстуры распространяются на большие пространства, их воздействие оказывается сильнее, чем можно было бы ожидать. На рис. показаны несколько текстур полей из примеров дизайна на основе стилей CSS. Точки размером в один пиксел, параллельные линии и очень мелкие сетки — это приятные геометрические текстуры. Их легко создавать и визуализировать, и они добавляют в дизайн утонченность. См. шаблон **Hairlines** (Тонкие линии).

¹ В качестве интересного этимологического замечания могу добавить, что слова «текст», «текстура» и «текстиль» образованы от одного и того же латинского корня, *texere*, который означает «ткать». Это вызывает определенные ассоциации, не так ли?



Детали текстур в четырех дизайнах CSS Zen Garden

Будьте осторожны при использовании текстур в качестве фона для текста на компьютерном экране — эта уловка редко работает. Любые текстуры, за исключением самых незаметных, мешают прочтению текста небольшого размера. Можно помещать на текстуру крупный текст, но следите за тем, как края графических форм букв взаимодействуют с разными цветами текстуры, поскольку это может приводить к визуальному искажению букв. Рядом с блоками текста попробуйте уводить текстуру в сплошной цвет.

Изображения

В каждом из дизайнов CSS Zen Garden, представленных здесь, используются изображения. В одних это фотографии, в других — пиктографические полуабстрактные рисунки. Во всех случаях изображения добавляются исключительно для того, чтобы создать настроение. Конкретно в этих дизайнах можно делать все, что угодно, для того чтобы определить нужное настроение, так как именно в CSS Zen Garden сам дизайн намного важнее содержимого.

Скорее всего, у вас ситуация иная. В большинстве настольных приложений и веб-приложений содержимое и простота использования важнее, чем стиль. В функциональных графических интерфейсах пользователя следует применять чисто декоративные изображения, причем в очень небольшом количестве, тщательно продумывая их размещение, так как они способны отвлекать пользователей.

Таким образом, вам следует посмотреть на функциональные значки и изображения, используемые в вашем дизайне, такие как значки панелей инструментов и изображения-ссылки, и оценить, вызывает ли ваш дизайн именно те эмоции, на которые вы рассчитывали. Используйте те же критерии, что были перечислены выше: цвет, текстура, углы, кривые, пустое пространство и т. д. В частности, во всем наборе значков должна соблюдаться одна цветовая схема, должны использоваться одинаковые углы и кривые. Однако не делайте значки слишком похожими друг на друга, иначе пользователям будет трудно замечать различия. Большие значки обычно работают лучше, чем маленькие, отчасти из-за того, что их можно рисовать более щедро, а отчасти вследствие эффектов скученности и свободного пространства, о которых говорилось выше.

Вернемся к декоративным изображениям. Фотографии — это замечательные инструменты для пробуждения эмоций. Как много вы видели веб-страниц с изображением счастливых улыбающихся лиц? Детей, запускающих воздушные змеи? Авторитетных бизнесменов в костюмах с иголки? Дорог, петляющих среди захватывающих дух горных пейзажей? Закатов или пляжей? Покрытых зеленой травой холмов под солнечными голубыми небесами?

Такие изображения взывают к нашим глубочайшим человеческим инстинктам и predisполагают зрителя к положительной реакции — если, конечно, рядом находится подходящее содержимое. Если попытаться поместить подобные мощные изображения в непритязательную скромную программную утилиту, то пользователи, вероятнее всего, посмеются над ней или раскритикуют как неудачный маркетинговый ход. Это очень деликатная область, и если вы не уверены, что выбранная вами картина будет работать правильно, то лучше проверить ее на пользователях.

Ссылки на культурную базу

Дизайн может напоминать вам нечто из сферы культуры — торговый знак, фильм, стиль в искусстве, историческую эпоху, литературный жанр или местную шутку. Ссылка на что-то знакомое вызывает ассоциативную цепочку воспоминаний или эмоций, достаточно сильных для того, чтобы подавить все прочие факторы дизайна, хотя в лучших дизайнах ссылки на культурную базу работают в унисон с остальными элементами.

Дизайн № 7 (см. рис.) может напоминать вам явление поп-культуры 1970-х годов. Это определенно сделано намеренно. От страницы остается неформальное, живое, шутливое впечатление — обратите внимание на углы, цвет, использование шрифтов, джинсовую текстуру. Эмоциональная реакция большинства взрослых американцев будет примерно такой: дурашливое, ностальгическое, стильное ретро или что-то подобное. Все детали в этом дизайне работают на формирование специфической инстинктивной реакции. Некоторые другие дизайны CSS Zen Garden, не показанные здесь, воспроизводят стили Баухауса, модерна, дадаизма, комиксов и даже коммунистических пропагандистских плакатов советской эпохи.

Очевидно, что, создавая определенную культурологическую отсылку, нужно в первую очередь задуматься об аудитории. Десятилетний ребенок не поймет ссылку на поп-арт 1970-х, и велики шансы, что у молодого человека из Индии она также не вызовет нужного отклика. Однако если вы достаточно хорошо знаете свою аудиторию

и знакомую ей культурную базу, то это дает вам в руки отличный «крючок», чтобы эмоционально захватить зрителя своим дизайном.

Ссылки на объекты культуры редко используются в дизайне функциональных приложений, но их можно увидеть среди обложек и тем для автономных приложений. Также можно обнаружить культурные ссылки в таких программах, как QuickBooks, где некоторые страницы оформлены в стиле счетов и чеков. Фактически это оформление выходит за рамки простого стилистического элемента и превращается в метафору взаимодействия, но метафора все равно остается привязанной к определенной культуре — человек, никогда не видевший чековой книжки, отреагирует совсем не так, как человек, постоянно ею пользующийся.

Повторяющиеся визуальные мотивы

Хороший дизайн отличается цельностью: он воспринимается как единая сущность, где каждый элемент поддерживает остальные структурно и интуитивно. Добиться этого непросто. Я не могу предложить вам никаких безусловных правил; главное — это опыт и практика.

Однако есть одна вещь, которая делает существенный вклад в визуальную цельность, — это повторение визуальных элементов или мотивов. Мы уже упомянули углы и кривые; в качестве повторяющихся элементов в дизайне можно использовать диагональные линии, проходящие под одним углом, или же линии с одинаковой степенью кривизны. В шаблоне **Corner Treatments** (Оформление углов) говорится о распространенном способе реализации повторений.

Также не забудьте об использовании шрифтов. Используйте только один шрифт для основного текста, а другие шрифты можно довольно эффективно применять на небольших областях, таких как врезки или навигационные ссылки. (Благодаря контрасту с основным шрифтом они будут выделяться на странице.) Если на странице несколько заголовков статей или именованных разделов, то оформляйте все заголовки одним шрифтом. Также можно применить небольшие графические элементы шрифтов, например ширину линии и цвет, в остальных элементах дизайна. См. шаблон **Borders that Echo Fonts** (Границы, отражающие шрифты).

Когда схожие группировки текста или элементов управления повторяются вдоль одной линии, в результате возникает визуальный ритм. Особенно хорошо это видно в разделе **Select a Design** (Выберите дизайн) в дизайнах 3, 4 и 8. Каждая пара, состоящая из названия дизайна и его автора, представляет собой хорошо определенную группировку, а эти группы заключены в один столбец. Можно с легкостью добиться того же эффекта с полями формы, кнопками палитры и другими элементами пользовательского интерфейса.

Подобные ритмы могут стать мощным инструментом дизайнера. Используйте их с осторожностью и применяйте к группам сравнимых элементов — пользователи предполагают, что сходство форм означает сходство функций. В четвертой главе повторение элементов упоминается в качестве немаловажной составляющей визуальной иерархии: см. шаблон **Grid of Equals** (Сетка равных). Повторение также лежит в основе других шаблонов, относящихся к оформлению страниц, таких как **Thumbnail Grid** (Сетка эскизов, глава 5), **Thumbnail-and-Text List** (Список эскизов и текста, глава 10) и **Small Multiples** (Небольшие образцы, глава 7).

Что это значит для настольных приложений

Тем из вас, кто работает с веб-сайтами, уже, вероятно, знакомо все, о чем мы говорили выше. Люди ожидают увидеть на сайтах и, как следствие, в веб-приложениях определенный графический стиль, и действительно, редко можно найти веб-сайт или приложение, выглядящие просто и нейтрально.

Но что делать, если вашей сферой деятельности являются настольные приложения? Пытаясь применить вышеуказанные принципы только к внешнему виду элементов управления, вы сталкиваетесь с проблемой ограниченного выбора. В приложениях на базе Java доступны несколько вариантов внешнего вида элементов управления, большинство из которых выглядят стандартно или достаточно нейтрально. Создавая приложения для Linux, можно выбрать из нескольких симпатичных вариантов, таких как темы приложений GNOME. Однако собственные приложения Windows или Mac обычно строятся на базе стандартных визуальных элементов для этих платформ, если только разработчики не готовы потратить много времени и сил на создание собственных.

Учитывая сложившуюся ситуацию, вам можно простить использование стандартов оформления, присущих выбранной платформе, и реализацию своих идей графического дизайна где-либо еще.

Однако некоторые приложения сегодня выглядят более «дизайнерскими» или «вебовыми», чем раньше, и обычно это только добавляет им преимуществ. Microsoft Money 2000 было одним из первых широко распространенных приложений, открывших эту золотую жилу. Его дизайнеры решили встроить фоновые изображения в верхние поля, применить градиентные заливки и сглаженные шрифты заголовков, а также необычную цветовую схему. Примерно то же самое делалось и в других приложениях.

Даже если вы используете для оформления внешнего вида разрабатываемого приложения какие-то стандартные нейтральные элементы, все равно у вас есть шанс проявить фантазию.

Фон

Ненавязчивые изображения, градиентные заливки и легкие текстуры или повторяющиеся шаблоны на обширных фоновых областях могут сделать интерфейс неожиданно ярким и интересным. Используйте их для фона диалоговых окон или страниц; деревьев, таблиц или списков, а также полей (в сочетании с четко выраженными границами полей). Подробнее об этом рассказывается в шаблоне **Deep Background** (Глубокий фон).

Цвета и шрифты

Зачастую в стандартных пользовательских интерфейсах предусматривается возможность варьировать общую цветовую схему и шрифты. Например, можно вывести заголовки, используя необычный шрифт на несколько пунктов больше, чем стандартный шрифт для текста диалоговых окон, вероятно, даже поместив их на полосу контрастного фонового цвета. Задумайтесь об этом, разрабатывая дизайн страницы с использованием шаблона **Titled Sections** (Именованные разделы, глава 4).

Границы

Границы открывают вам еще одно измерение творческого подхода к оформлению дизайна. И снова, если вы используете именованные разделы или любой дру-

гой тип физической группировки, вероятно, вы можете менять внешний вид границ полей. Лучше всего работают поля, окрашенные сплошным цветом и имеющие небольшую ширину; скошенные границы полей сегодня выглядят старомодными. См. шаблоны **Corner Treatments** (Оформление углов) и **Borders That Echo Fonts** (Границы, отражающие шрифты).

Изображения

В некоторых инструментальных средствах для создания пользовательских интерфейсов определенные элементы управления допускают замену стандартных графических элементов изображениями, специфичными для данного приложения, отдельно для каждого элемента интерфейса. Например, такое зачастую возможно для кнопок, поэтому ваши кнопки, включая их границы, могут выглядеть совершенно произвольно. Таблицы, деревья и списки иногда позволяют определять способ отображения их элементов (в Java Swing вы получаете полный контроль над визуализацией элементов, и еще в нескольких других инструментальных средствах можно, как минимум, применять значки). Также при компоновке пользовательских интерфейсов разрешается использовать статические изображения, благодаря чему вставить картинки любых размеров можно практически куда угодно.

Самое важное — доступность и удобство использования. Такие операционные системы, как Windows, позволяют пользователям настраивать цвета и шрифты, используемые на рабочем столе, и это делается не только для развлечения — люди с нарушениями зрения используют темы рабочего стола с высококонтрастными цветовыми схемами и гигантскими шрифтами, чтобы видеть, что происходит на экране. Удостоверьтесь, что ваш дизайн будет хорошо работать с такими специальными темами — это никогда не помешает¹.

Одновременно можно заменить простые текстовые метки изображениями, содержащими необычные шрифты, возможно, с ореолами, добавить тени или сделать составной фон. Так часто делается на веб-страницах. Однако если вы решите вместо текста использовать изображение, то нужно предоставить о нем достаточно информации, чтобы программа чтения экрана, например JAWS, могла сообщить пользователю понятную информацию (конкретная реализация зависит исключительно от технологии разработки пользовательского интерфейса, с которой вы работаете).

Есть еще опасность утомить пользователей. Если приложением, для которого вы создаете дизайн, постоянно пользуются в течение длительного времени, то лучше смягчить насыщенные цвета, уменьшить огромный текст, ослабить сильный контраст и бросающиеся в глаза текстуры — сделать дизайн тихим, а не громким. Что еще важнее, если приложение будет использоваться в стрессовых ситуациях, как, например, панель управления мощного станка, то следует исключить все ненужное, что будет отвлекать пользователя от задачи. В этом случае когнитивные аспекты намного важнее, чем эстетические.

¹ И в зависимости от того, кто приобретает ваше программное обеспечение, это также может превращаться в юридическое требование. Например, правительство Соединенных Штатов требует, чтобы все программное обеспечение, используемое федеральными службами, обеспечивало доступность и удобство использования для людей с ограничениями трудоспособности. Подробнее об этом см. <http://www.section508.gov>.

Шаблоны

Все эти шаблоны, за исключением **Skins and Themes** (Оболочки и темы), раскрывают концепции, перечисленные во введении к главе. Они описывают конкретные способы применения концепций: например, в шаблоне **Corner Treatments** (Оформление углов) говорится об одном из типов повторяющегося визуального мотива, а в шаблоне **Borders that Echo Fonts** (Границы, отражающие шрифты) — о другом. Шаблон **Deep Background** (Глубокий фон) касается выбора текстур, как и **Hairlines** (Тонкие линии), а шрифты обсуждаются в шаблоне **Contrasting Font Weights** (Контрастные веса шрифтов).

1. **Deep Background** (Глубокий фон).
2. **Few Hues, Many Values** (Меньше тонов, больше значений).
3. **Corner Treatments** (Оформление углов).
4. **Borders that Echo Fonts** (Границы, отражающие шрифты).
5. **Hairlines** (Тонкие линии).
6. **Contrasting Font Weights** (Контрастные веса шрифтов).

Шаблон **Skins and Themes** (Оболочки и темы) немного отличается от остальных. Он в большей степени касается метадиизайна и не говорит ничего о том, как создать дизайн оболочки или элементов управления приложения. Здесь описывается, как разработать дизайн приложения так, чтобы позволить другим людям заменять его элементы оформления собственными.

7. **Skins and Themes** (Оболочки и темы).

Deep Background (Глубокий фон)



Страница загрузки браузера Firefox

Что

Поместите на фон страницы изображение или градиент так, чтобы визуально казалось, будто элементы на переднем плане приподняты над фоном.

Использовать, когда...

На странице находятся сильные визуальные элементы (такие как текстовые блоки, группы элементов управления или окна), но они расположены не очень плотно. Нужно, чтобы страница выглядела привлекательно и своеобразно; возможно, при этом она также должна отражать определенный визуальный стиль торгового знака. В качестве фона страницы следует использовать что-то более интересное, чем простой белый или серый цвет.

Почему

У зрителя создается впечатление, что фон, включающий мягкий фокус, цветовой градиент и другие ориентиры для оценки расстояния, находится в глубине под более четким содержимым переднего плана. Таким образом, кажется, что содержимое «парит» над фоном. Такое псевдотрехмерное представление дает сильный эффект «фигура — фон» и притягивает взгляд зрителя к содержимому.

Если отвлечься от научного объяснения, то такая компоновка выглядит очень привлекательно.

Как

Используйте фон, обладающий одной из следующих характеристик.

Мягкий фокус

Линии должны быть расплывчатыми; избегайте слишком большого количества мелких деталей — четкие линии ухудшают читаемость содержимого, находящегося на переднем плане, особенно если оно включает текст или небольшие значки. (Четкие линии можно использовать только в том случае, если они малоконтрастны, но даже в этом случае текст поверх них смотрится не очень хорошо; единственным спасением будет сильный контраст между текстом и фоном.)

Цветовые градиенты

Яркие, насыщенные цвета работают хорошо, но опять же, жесткие линии между ними — это лишнее. Пусть цвета мягко переходят один в другой. В действительности, если у вас нет изображения, которое можно было бы поместить на фон страницы, создайте простой цветовой градиент в любой графической программе — он в любом случае будет смотреться лучше, чем сплошной цвет. (Не нужно сохранять или загружать чистые градиенты в виде изображений. В Интернете их можно создавать, чередуя полосы шириной в один пиксел по горизонтали или вертикали. В системах, позволяющих применять для генерации больших цветных областей программный код, градиенты намного проще запрограммировать, чем нарисовать вручную.)

Изображение глубины

Расплывчатые детали и вертикальные цветовые градиенты — это два признака, сообщающие нашему визуальному восприятию о расстоянии. Для того чтобы понять, почему, представьте себе фотографию холмистого ландшафта: чем дальше находится какой-то предмет, тем мягче и более расплывчато выглядит его цвет. Другие признаки глубины включают текстурные градиенты (элементы становятся меньше по мере удаления) и линии, расходящиеся от исчезающих точек.

Отсутствие сильных точек фокусировки

Фон не должен конкурировать с основным содержанием за внимание пользователя. Рассеянные (слабые) точки фокусировки могут оказаться неплохим решением, но удостоверьтесь, что они поддерживают общий баланс композиции страницы, а не отвлекают внимание зрителя от тех элементов страницы, которые должны быть для него наиболее важными.



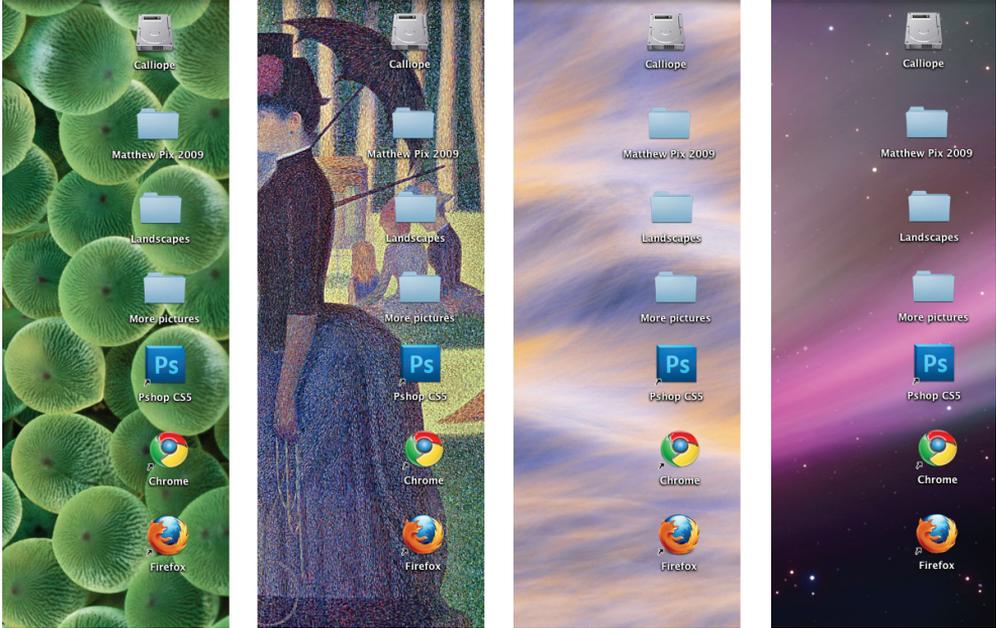
Рассеянные и сильные точки фокусировки

Работая над дизайном интерфейса с глубоким фоном, подумайте, что произойдет, когда пользователь изменит размер страницы. Как фон сумеет приспособиться к большему (или меньшему) пространству? Будет ли он масштабироваться, чтобы заполнить пространство целиком, или же размер фонового изображения останется неизменным? Второй вариант, вероятно, удобнее для пользователя — так делается на большинстве веб-страниц, благодаря чему создается впечатление большей стабильности. Помимо этого, разработчику не приходится беспокоиться об изменении соотношения сторон, которое может перерасти в проблему для многих изображений.

Примеры

На рис. четыре фоновых изображения из операционной системы Mac OS иллюстрируют, насколько иногда бывает трудно читать текст и значки, расположенные поверх составного фона. На первых двух снимках экрана сложно разглядеть значки папок и ярлыки приложений; третий проще для восприятия, а лучше всех выглядит последний. Обратите внимание на характеристики этих четырех фонов: очень высокий или низкий контраст с текстом, жесткий или мягкий фокус, общая «зашумленность».

На некоторых веб-сайтах в большом количестве используются текстуры, придающие уникальность оформлению. В примере с веб-сайта Eсоki (рис. 11.14) текстуры можно увидеть повсюду; однако они легкие и не контрастные, поэтому не мешают восприятию текста.



Четыре фона в Mac OS с разной степенью «читаемости»

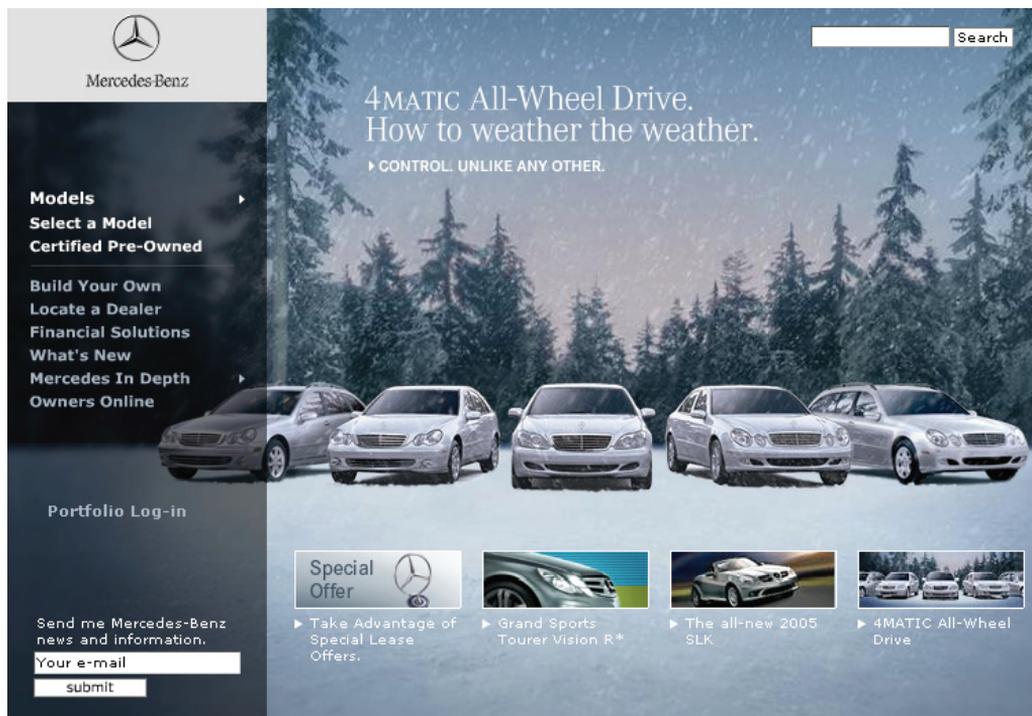


Домашняя страница Эсоки

На версии веб-сайта Mercedes-Benz, показанной на рис., в качестве фона используется изображение, имеющее несколько очень сильных точек фокусировки — конечно же, это автомобили. Это центральные фигуры данной страницы. Однако внешние области изображения, намного более мягкие, представляют собой глубокий фон для прочего содержимого: поля поиска, четырех небольших изображений внизу и заголовка «4MATIC All-Wheel Drive».

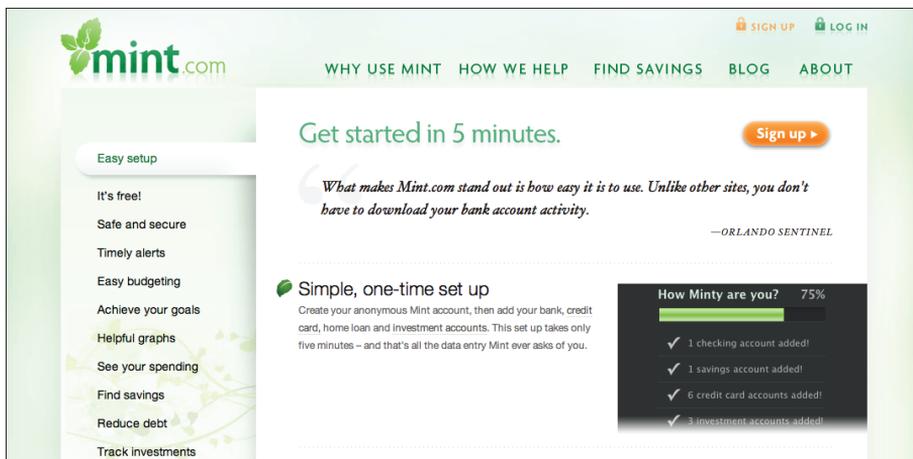
Самая интересная особенность этого рисунка заключается в темной полосе, бегущей сверху вниз по левому краю страницы. Веб-сайту требовалась полоса навигации с небольшим текстом, но если бы ссылки поместили прямо поверх фонового изображения, это смотрелось бы неудачно — слова было бы невозможно прочитать из-за обилия мелких деталей, и они бы потерялись в композиции.

Прозрачный фон цвета тонированного стекла позволяет выделить эти белые ссылки, усиливая контраст. Он балансирует страницу (которая в противном случае была бы смещена вправо), но не заслоняет собой симпатичное фоновое изображение, всего лишь добавляя чувство глубины и многослойности.



Веб-сайт Mercedes-Benz

Few Hues, Many Values (Меньше тонов, больше значений)



Веб-сайт Mint

Что

Выберите один, два или максимум три основных цветовых тона и используйте их в своем интерфейсе. Создайте цветовую палитру из нескольких значений яркости выбранных тонов.

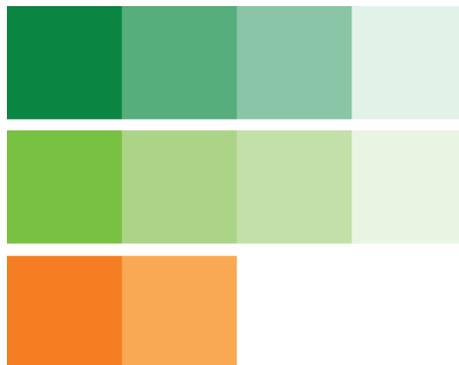
Использовать, когда...

Вы выбираете относительно консервативную цветовую схему для приложения или веб-сайта. Вам хотелось бы избежать кричащего радужного дизайна в стиле «вырви глаз», но интерфейс, тем не менее, должен обладать определенным характером.

Почему

Когда речь идет о цвете, иногда работает поговорка «чем меньше, тем лучше». Слишком много цветовых тонов, разбросанных по всему интерфейсу, особенно когда они яркие и насыщенные, делают дизайн шумным и суетливым. Цвета соревнуются друг с другом за внимание пользователя.

Однако когда используется множество утонченных вариаций одного цвета, можно создать дизайн, обладающий глубиной и объемом. Рассмотрим сине-зеленый, желто-зеленый и оранжевый цвета из примера — их воспроизводит цветовая шкала. Обратите внимание, что бледные оттенки как бы отступают, а насыщенные выдвигаются вперед. (Серые тона также создают впечатление фоновых — именно на этом основывается эффект падающей тени на странице Mint.)



Цвета, применяемые в интерфейсе Mint

Как

Как уже упоминалось ранее, выберите один, два или даже три основных тона. Белый и черный не считаются, однако серый — это уже отдельный тон. В действительности серый превосходно работает, когда в интерфейсе используется множество его оттенков и яркостей; это гибкий цвет, особенно если добавлять в него немного другого цвета, делая его чуть более синим (холодным) или бежевым (теплым).

Варьируйте значение цвета в пределах выбранных тонов, формируя диапазон ярких и темных оттенков. Также одновременно можно регулировать насыщенность; это даст более тонкую комбинацию цветов, чем при настройке только одного значения. Для составления цветовой палитры приложения используйте столько получившихся цветов, сколько нужно.

Конечно же, помимо выбранных тонов в интерфейсе можно использовать и другие цвета, но делать это следует очень осторожно. Значки, реклама и прочие элементы, занимающие относительно небольшие пространства, не обязательно должны ограничиваться этой цветовой схемой. Можно также выбрать один или два цветовых акцента, например использовать красный или голубой для того, чтобы отмечать наиболее интересные точки. На самом деле использование одного тона в качестве «фона» пользовательского интерфейса лишь подчеркивает эти редкие цвета, так как они не потеряются в море разнообразных тонов.

Примеры

На этом графике (см. рис.) для отображения данных используется два тона: голубой и розовый. Голубой представляет имена мальчиков, а розовый — имена девочек. В пределах этих тонов разные значения цвета представляют популярность имен в 2003 году. Третий цвет, темно-серый, используется для рисования рамки вокруг данных: линий сетки, чисел и заголовка; а темно-синий применяется для подсвечивания выбранного имени (в данном примере Dale).

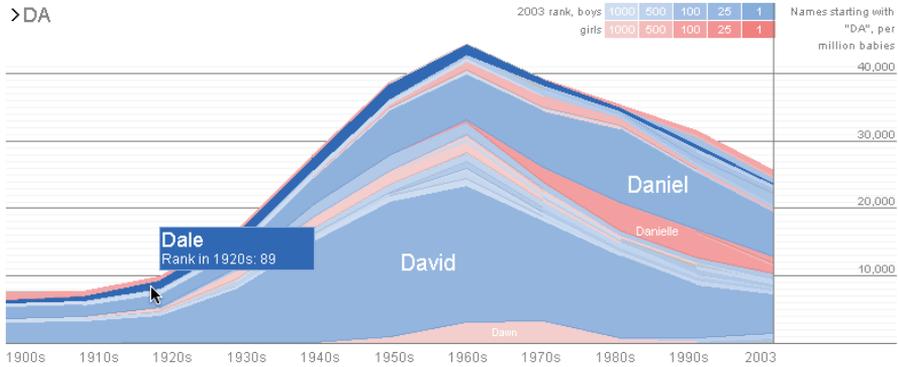
Эта цветовая комбинация очень эффективна как в когнитивном смысле, так и в эстетическом. Тона и значения имеют определенный смысл в рассматриваемых данных, и информация кодируется очень просто — один раз взглянув на легенду, вряд ли вы будете еще раз обращаться к ней. Эстетически вся картина производит многоуровневое и насыщенное впечатление, но не слишком яркое и кричащее, каким мог бы быть график всех цветов радуги. В американской культуре люди распознают светло-синие и светло-розовые цвета как «детские», поэтому здесь также присутствует эмоциональная и культурная привязка. (См. <http://babynamewizard.com>.)

На рис. показаны два веб-сайта, в интерфейсе которых используются ограниченные наборы цветов. В первом сбалансированы теплые и холодные цвета, а второй большей частью выполнен в одном цвете, и только горячий оранжевый цвет подчеркивает кнопки с призывами к действию.

В других библиотеках

<http://quince.infragistics.com/Patterns/Few%20Hues.aspx>

>DA



Веб-сайт Baby Name Wizard

Home MBA Programs MBA Admissions Career Planning MBA Rankings Advanced Degrees

Search the site...

ONLINE MBA RANKINGS
Find the best business schools and top-rated graduate management programs.

Blog About Contact Privacy

Many aspiring managers who once saw a bachelor's degree as the end of their higher education journey now find themselves swimming in a sea of similarly-qualified peers. Obtaining an advanced degree is becoming a necessary step for advancement in the management and executive-level marketplace.

Choose a top-rated university for your MBA or advanced business degree.

What's in a name? When it comes to the business school listed on your resume, prestige means a great deal. In today's competitive economy, the stakes are even higher; some findings suggest that graduates from top-rated schools might earn more than graduates from lower-ranked schools.

Find the best business schools and professional development programs.

Though only the most elite universities can grace the top business schools rankings, there are many more exceptional MBA programs that will prepare you to lead in a management-level career. Curriculum delivery methods have also changed, allowing well-known universities to offer Master's courses and even full MBA programs online. To get the most from your education, finding the best MBA program also means finding the best fit for you.

Complete your MBA without interrupting your career.

For most working professionals, this is not a luxury, but a requirement. When you choose a flexible program, you can immediately apply the skills you learn in the classroom to the business world. Many well-regarded business schools offer online MBA programs, Master's degrees, and other advanced business degree programs through combined online and campus-based classroom work. OnlineMBARankings.com is dedicated to helping prospective graduate management students find prestigious programs that fit real-world business needs.

Did you know?

Having an MBA degree correlates directly to significant increases in both lifetime wages earned and lifetime work satisfaction. According to PayScale.com, the average IT Project Manager with an MBA earns a salary between \$77,422 - \$104,807. The average Marketing Director earns \$87,294 - \$140,704, while the average Financial Analyst earns \$63,765 - \$82,649.

The Right Education Makes a Difference.

Innovation is a trainable skill. You can study, experiment, and LEARN to innovate. So it is that such a high number of inventive business owners have their MBA degrees.

adlucent
RETAIL PAIN SEARCH. PERSONALIZED.

1.800.788.9152
558.5151 • 610.600 • Austin, TX 78711
CONTACT US

HISTORY CAN ONLY TEACH SO MUCH. UNLOCK THE FUTURE OF RETAIL SEM.

ADLUCENT, AT A GLANCE

What We Do
Adlucent uses predictive technology and custom optimization algorithms to continuously improve search marketing performance for the world's eCommerce leaders.

Success Stories
Adlucent works closely with its clients to grow their search marketing programs. Hear what they have to say and learn how we've put search to work for online retail.

Why We Do It
Adlucent is a culture of innovation and excellence. We thrive when solving problems and are in constant pursuit of success for our clients, our team and ourselves as individuals.

[Our Services →](#) [Our Case Studies →](#) [Our Company Profile →](#)

"Adlucent is the most innovative search agency we've ever worked with. They delivered exceptional results that other agencies couldn't achieve."
— JEFF WISOT, BUY.COM VP OF MARKETING

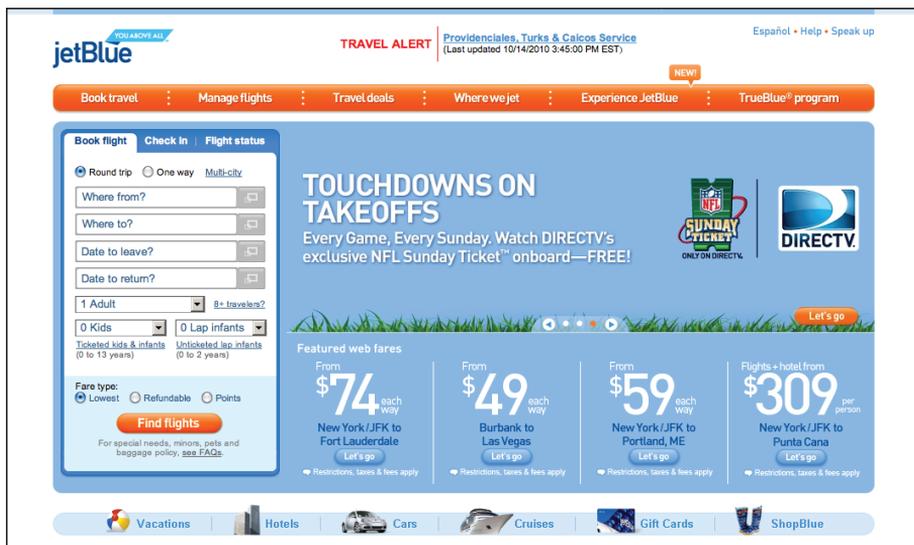
NEWS & PRESS

In the News
08.27.2010
Head's Up: Your Search Marketing Strategies Need To Evolve

Press Releases
06.08.10
Adlucent Search Campaign Doubles Revenue for Discount Office Items

Веб-сайты OnlineMBARankings.com и AdLucent.com

Corner Treatments (Оформление углов)



Веб-сайт JetBlue

Что

Вместо того чтобы использовать банальные прямые углы, рисуйте в углах некоторых из полей в интерфейсе косые, кривые линии и вырезанные углы. Сделайте так, чтобы оформление углов выглядело единообразно во всем интерфейсе.

Использовать, когда...

В интерфейсе присутствуют прямоугольные элементы, такие как поля, кнопки и вкладки.

Почему

Повторение визуальных мотивов помогает унифицировать дизайн. Если изобрести единый «угловой» мотив и единообразно использовать его в разных местах, он может стать изюминкой всего дизайна. Определенно, это будет не так скучно, как стандартные прямые углы.

Как

Скругленные углы используются на многих веб-сайтах. На других можно увидеть диагональные линии, на нескольких — вырезанные углы. Ваш выбор зависит от общего внешнего вида сайта — есть ли на нем логотип, изображение или шрифт, обладающий притягивающими взгляд визуальными элементами? Используйте один из этих визуальных элементов. Вы создаете что-то умиротворяющее (какими часто выглядят кривые линии), тревожное или энергичное? Попробуйте воплотить несколько идей.

Не ко всем прямоугольным элементам в интерфейсе нужно применять оформление углов — слишком много тоже плохо. Обычно в скруглении нуждаются рамки групп

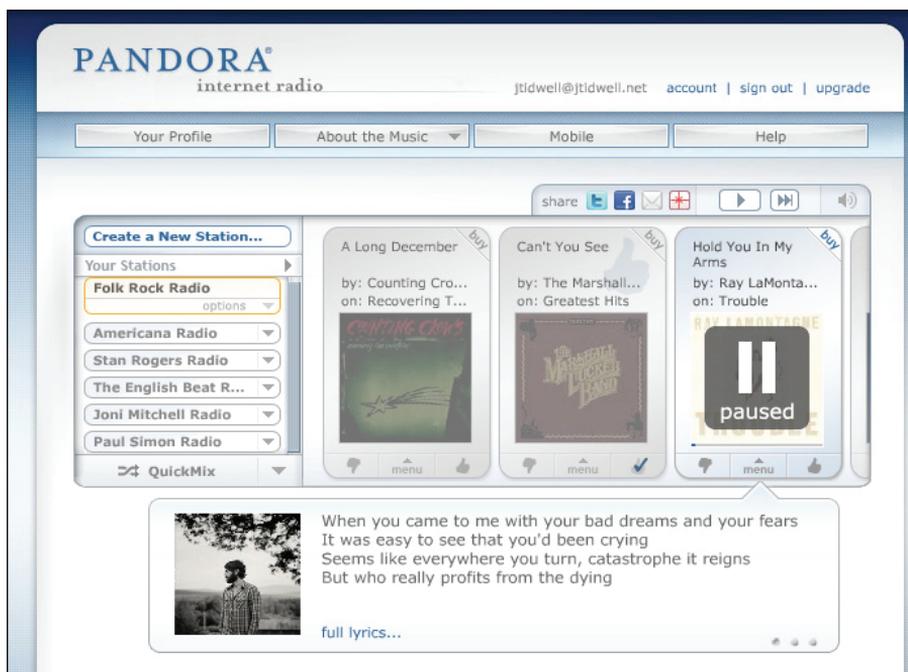
или панелей, а также углы вкладок. Если вы как-то украшаете угол одной рамки в группе, то для единообразия обработайте углы и всех остальных рамок.

Помимо этого, не каждый угол рамки или поля требует оформления. Иногда украшения добавляются на два противоположных угла, например верхний правый и нижний левый. Иногда оформляется только один угол — чаще всего верхний левый или верхний правый.

Везде, где элемент повторяется, проверяйте соблюдение единства стиля. Другими словами, для скругленных углов нужно использовать один и тот же тип кривой (возможно, с разными радиусами). Углы должны быть одинаковыми — например, не смешивайте мотив, включающий угол в 45° , с углом в 20° . Помните, что скругленные и прямые углы плохо сочетаются на страницах, насыщенных содержимым. Применяйте оформление углов с большой осторожностью.

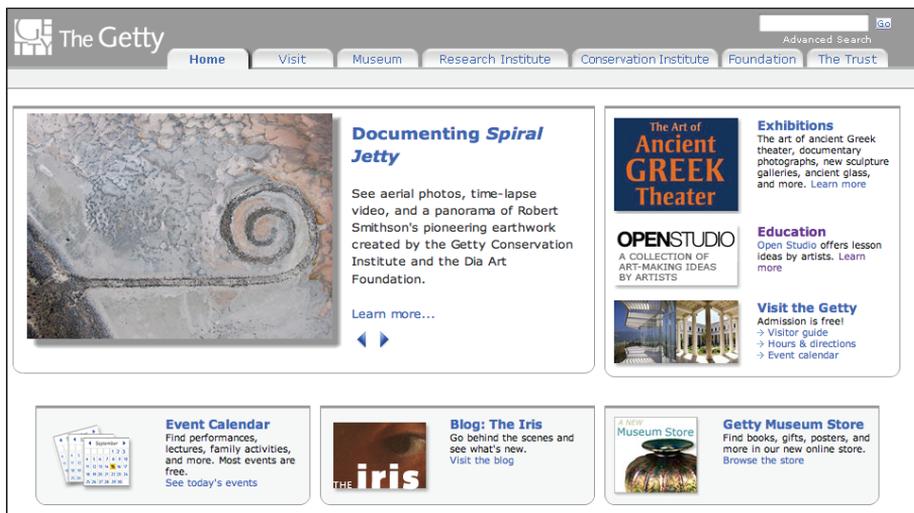
Примеры

На веб-сайте JetBlue (см. рис.) скругленные углы повторяются во всех элементах интерфейса: в полосах меню, в поле основного содержимого, на вкладках и кнопках. На веб-сайте Pandora (рис.) происходит то же самое — скругляются даже углы выноски, на которой выводятся тексты песен.



Веб-сайт Pandora

На рис. 11.22 показан веб-сайт музея Getty. Углы рамок вокруг различных частей содержимого оформлены по-разному: верхние углы прямые, а нижние скругляются. (Углы на заголовках вкладок также скруглены — этот трюк применяется на очень большом количестве сайтов.)

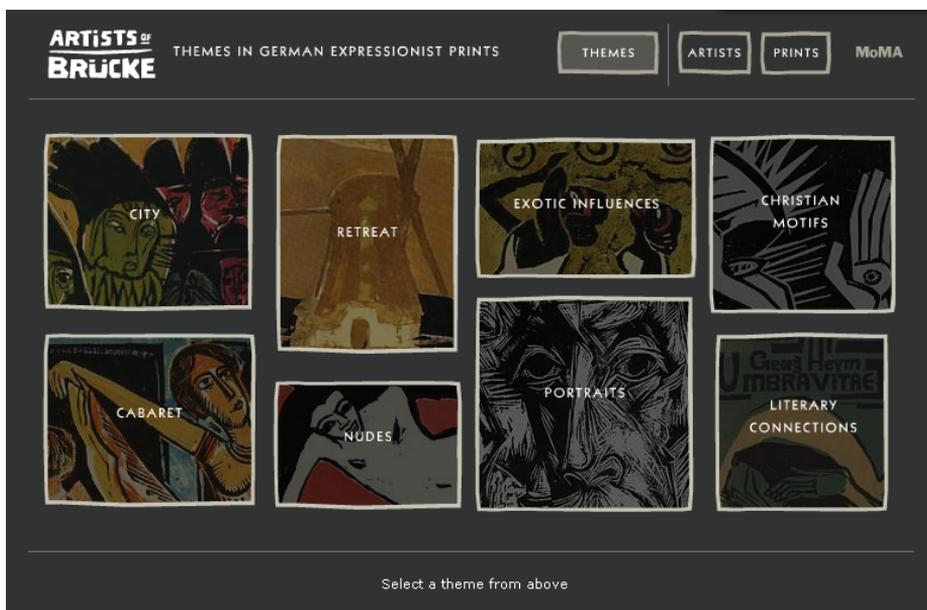


Веб-сайт Getty.org

В других библиотеках

<http://quince.infragistics.com/Patterns/Corner%20Treatments.aspx>

Borders that Echo Fonts (Границы, отражающие шрифты)



Сетевая выставка музея МоМА 2002 года

Что

Рисую границы и другие линии, используйте те же значения цвета, толщины и кривизны, которые характеризуют основные шрифты в этом дизайне.

Использовать, когда...

Дизайн включает шрифт, тщательно выбранный благодаря создаваемому им визуаль-ному эффекту, например шрифт в заголовке, названии или логотипе.

Почему

Повторение визуальных мотивов помогает унифицировать дизайн. Шрифты и границы работают в дизайне приблизительно на одном уровне — их ширина составляет всего несколько пикселей, — и когда они визуаль-но поддерживают друг друга, про-изводимый эффект усиливается. Когда шрифты и линии дисгармонируют (особенно в ситуации, когда на странице используется множество разнообразных типов граничных линий), их вклад в общее впечатление ослабевает.

Как

Для начала выберите один из шрифтов дизайна. Обычно удобно выбирать шрифт названия или заголовка либо шрифт логотипа, но иногда хорошо работает и шрифт основного текста. Оцените его внешние признаки: цвет, основную толщину линии, текстуру, радиус закругления, углы и расстояние между элементами.

Теперь попытайтесь нарисовать границы и линии, используя некоторые из этих признаков. Цвет должен быть таким же, как цвет шрифта, хотя можно сжульничать с толщиной и сделать границу немного тоньше штрихов, составляющих шрифт. Если шрифт отличается ярко выраженными круговыми кривыми, как многие современные рубленые шрифты, то попытайтесь воссоздать тот же радиус кривой в углах границ.

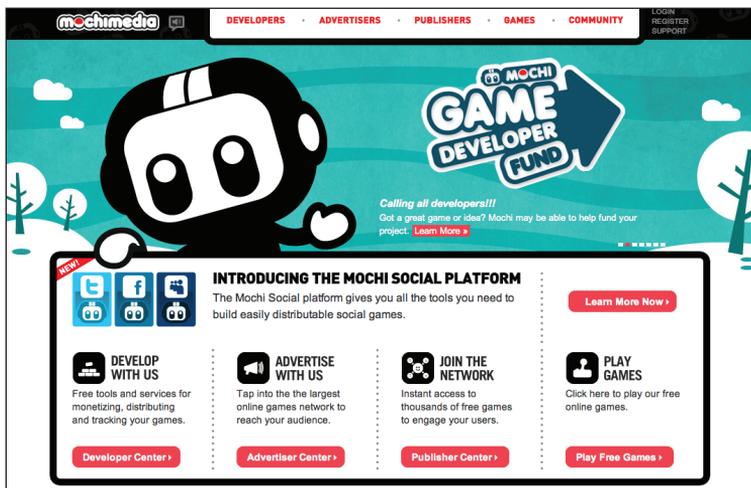
Если же шрифт особенно сложен, то спросите себя, что определяет его характер. Проверьте, можно ли повторить такие же визуальные элементы, какие есть в шрифте, в остальном дизайне.

Конечно же, не нужно делать это со всеми границами, присутствующими в интер-фейсе; хватит всего лишь нескольких, особенно если линии довольно толстые. Со-блюдайте осторожность, чтобы не сделать границы слишком жирными или грубыми. Толстые границы после определенной точки начинают преобладать надо всем, что заключается внутри них. Изображения обычно допускают использование более тол-стых границ, а вот невесомый основной текст — уже нет. Можно эффективно сочетать однопиксельные линии с более тяжелыми границами.

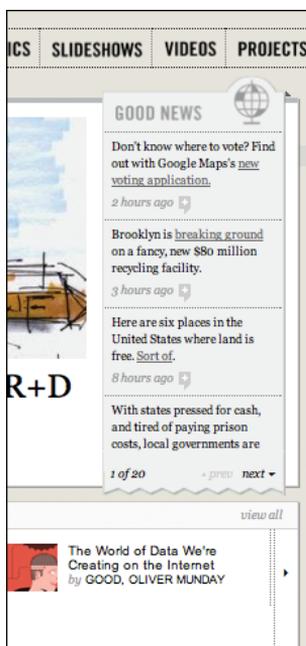
Примеры

На рис. вы видите веб-сайт Mochimedia. «Толстые кривые» логотипа повторяются повсюду в дизайне. Тяжелая черная рамка вторит логотипу — так же, как значки, за-головки, верхняя полоса меню и мультяшный персонаж.

На многих сайтах очень тонкие рамки и разделительные линии отражают визуаль-ные характеристики основного шрифта. На веб-сайте Good's (рис.) однопиксельные точечные линии перекликаются с изысканным шрифтом с засечками, который исполь-зуется на боковой полосе. (Рубленому шрифту лучше соответствовала бы сплошная линия.)



Веб-сайт Mochimedia



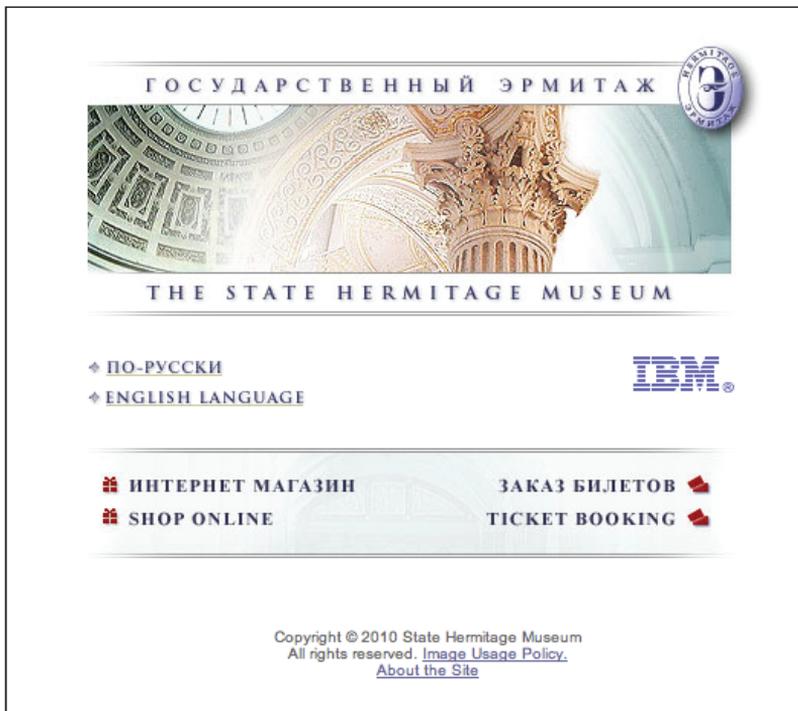
Детали веб-сайта Good's

На веб-сайте Dakine (этот вариант дизайна использовался несколько лет назад) разобраться сложновато. На рис. используется множество разнообразных элементов дизайна, но неровные белые линии в действительности отражают шрифт логотипа. Все вместе они создают впечатление движения, напряжения и стремления, чего, несомненно, и добивались дизайнеры — компания Dakine продает спортивное снаряжение, рассчитанное на молодежную аудиторию.



С веб-сайта Dakine

Hairlines (Тонкие линии)



Заглавная страница веб-сайта HermitageMuseum.org

Что

Используйте линии шириной в один пиксел в границах, горизонтальных линейках и текстурах.

Использовать, когда...

Интерфейс должен выглядеть утонченно и изысканно.

Как

Вот несколько вариантов использования тонких линий в дизайне интерфейса:

- для разграничения именованных разделов путем подчеркивания заголовков;
- для отделения друг от друга разных областей содержимого при помощи горизонтальных или вертикальных линеек либо при помощи замкнутых границ;
- в качестве направляющих, проводящих взгляд зрителя по композиции;
- между областями с разными фоновыми цветами для более четкого обозначения границы между ними;
- в текстурах, таких как сетка или блок горизонтальных линий;
- в значках, изображениях и рисунках;
- в качестве границ вокруг элементов управления, например кнопок.

Тонкие линии выглядят особенно хорошо, когда рядом с ними находятся очень тонкие рубленые шрифты. Помните, что серая линия выглядит тоньше, чем черная, даже если толщина обеих один пиксел. То же самое относится и к другим светлым цветам, например к бирюзовому цвету в примере на рис. в начале раздела. Чем меньше контраст между линией и ее фоном, тем тоньше и невесомее она выглядит.

Еще один способ, при помощи которого можно сделать тонкую линию более легкой и добавить в дизайн новую текстуру, — превратить сплошную линию в пунктирную. На момент написания этой главы тонкие пунктирные линии приобретают все большую популярность в Интернете, даже в качестве линий для подчеркивания ссылок.

Для того чтобы усилить напряжение и стремление в дизайне, надо прижать тонкую линию вплотную к строке текста. В дизайне № 8 из примеров CSS Zen Garden это делается для названия и заголовков (см. рис.).

Примеры

На веб-сайте, который вы видите на рис., тонкие линии используются повсеместно: это еле видная сетка на фоне, горизонтальные полосы, легкие границы вокруг разделов. Тонкие линии соответствуют текстуре фона и вместе с превосходно подобранными шрифтами создают богатое впечатление.

Аналогичным образом тонкие линии выполняют множество задач на веб-сайте студии дизайна, показанном на рис. Обратите внимание на их использование в логотипе, на точечные разделительные линии и на диагональную текстуру вокруг эскизов и внизу страницы.

Established Nottingham 2003
THE CELEBRATED NEW MISCELLANY OF
MR. SIMON COLLISON
* A.K.A COLLY

<p style="text-align: center;"><i>Bottled for your pleasure</i> POTTED AUTOBIOGRAPHY</p>  <p>Hello. I'm a freelance designer, speaker, and author based in Nottingham, England. I've written a few books, and I love doing presentations and workshops, plus occasional interviews. Read More →</p>	<p style="text-align: center;"><i>Dropping science like it's hot</i> THE SPLENDID JOURNAL</p>  <p>S Campaign Monitor templates The folks down under at Campaign Monitor approached me and a number of other designers earlier this year with a special project in mind... More →</p>	<p style="text-align: center;"><i>Catalogued nocturnal matter</i> EXHAUSTIVE ARCHIVES</p>  <p>813—Brilliant Brooklyn Beta 812—Handboiled Web Design 811—dConstruct workshop 810—New Adventures 809—Carry On Responsively</p>	<p style="text-align: center;"><i>Mr. Collison is currently</i> AVAILABLE FOR HIRE</p>  <p>Opinions & queries this way Drop me a line if you wish. I'm currently considering all new projects, including design and development, writing, presentations, workshops, and consultation. →</p>
---	--	--	---

[EXTERNAL REFERENCES \(VIEW ALL\)](#)

<p style="text-align: center;"><i>Conference and speaking history</i> LANYRD PROFILE</p> 	<p style="text-align: center;"><i>Mr. Collison is organising some</i> NEW ADVENTURES</p> 	<p style="text-align: center;"><i>Images from the field</i> FLICKR PHOTOGRAPHS</p> 	<p style="text-align: center;"><i>The tweets of @colly</i> TWITTER HAPPIER</p> 
--	--	--	--

Веб-сайт Colly.com



OUR STORY + WHAT WE DO + PORTFOLIO + PRESS + BLOG + CONTACT US

Ribbons of Red is an award-winning, web and graphic design studio located in Cincinnati, Ohio. We create websites, logos, and print pieces for individuals and businesses locally and across the country.

A story of inspiration, love, and loss makes up the heart and soul of Ribbons of Red. We were founded on the belief that beautiful design can grow businesses and change lives. We love turning ideas into eye-catching, successful works of art. Your passion is our passion.

FREE QUOTE

BEAUTIFUL, HAND-PICKED Logos



We create websites—lots of them. Online stores, websites with blogs, and even sites you can update yourself. We also create logos, brochures, business cards, and lots of other creative work. Whatever your heart desires, we can design it.

VIEW OUR WORK

HEARTWARMING Testimonials

"Ranee was a complete professional from start to finish. The newsletter she designed perfectly captures the Shootac brand, as well as the look and feel we wanted. The implementation was flawless and we couldn't be happier with Ribbons of Red. I would highly recommend Ranee to anyone with a design or newsletter need."

—JESSICA CLAIRE
View this project >

"Ranee understood the vision and goals I had for my studio and created a brand when all I had was a name. From the logo to the website launch, she was there to make sure I was not only comfortable with everything but also understood everything. To say she exceeded my expectations would be a serious understatement. I couldn't be happier or more excited about what she has given me, an identity. I'm looking forward to working with Ranee on all my future design projects!"

—STUDIO2 FILMS
View this project >

[RETURN TO THE TOP](#)

CALL US • send a love letter

Ribbons of Red is a freelance graphic design studio located in Cincinnati, Ohio. This website was created in loving memory of Dorothy Smith. All content and graphics on this website are copyrighted by law • © 2010 Ribbons of Red. Please don't steal.

FIX DER DAZIG

Веб-сайт RibbonsOfRed.com

Contrasting Font Weights (Контрастные веса шрифтов)



Веб-сайт TED

Что

Используйте два контрастных шрифта — один тонкий и легкий, а второй более тяжелый и жирный — для разделения информации на разные уровни и усиления визуального эффекта.

Использовать, когда...

Текст представляет собой важный элемент страницы, и вы хотите, чтобы организация страницы была понятна зрителю с первого взгляда. Страница должна выглядеть впечатляюще.

Почему

Когда вес двух шрифтов различается, они формируют сильный и живой визуальный контраст. Что касается эстетической стороны, контраст вносит свой вклад в формирование впечатляющего и притягивающего внимание дизайна. Сильный типографский контраст, включающий размер, текстуру и цвет, а особенно вес, гарантирует, что страница не будет выглядеть скучно.

Такой контраст также можно применять для структурирования текста на странице. Например, более тяжелые буквы могут составлять названия и заголовки, помогая выстраивать визуальную иерархию. Жирный текст на рис. притягивает взгляд. Таким образом, контрастные веса шрифтов способствуют когнитивному восприятию страницы в той же мере, что и эстетическому. (Подробнее о визуальной иерархии рассказывается в главе 4.)

Как

У этого шаблона множество возможных применений. В книге уже упоминалось об использовании жирного текста для выделения заголовков, но его можно применять и в решении следующих задач:

- создание очень сильных, похожих на журнальные заголовков и подзаголовков;
- отделение меток от данных в списках с двумя столбцами;
- отделение навигационных ссылок от информации;
- обозначение выделенных элементов, например ссылок или элементов списка;
- усиление слов в фразе;
- отделение одного слова от другого в логотипе.

При использовании шрифтов, размер которых превышает размер основного текста, удостоверьтесь, что контраст достаточно силен, чтобы его можно было без труда заметить. Если в семействе шрифтов предусмотрено несколько вариантов веса, как в Helvetica Neue, то выберите шрифты, разница между которыми составляет минимум

два шага. Если контраст слабый, то он выглядит случайным, а не намеренным. (То же самое можно сказать и о других атрибутах шрифта. Если вы создаете два текстовых элемента разного размера, то делайте так, чтобы они действительно сильно отличались; смешивая два семейства шрифтов, убедитесь, что они не похожи друг на друга!)

Примеры

На рис., на сайте одного из фильмов National Film Board of Canada используются шрифты трех очень разных размеров, но они формируют плотную и гармоничную композицию. Драматический эффект минималистичного дизайна подчеркивает серьезность тематики фильма.



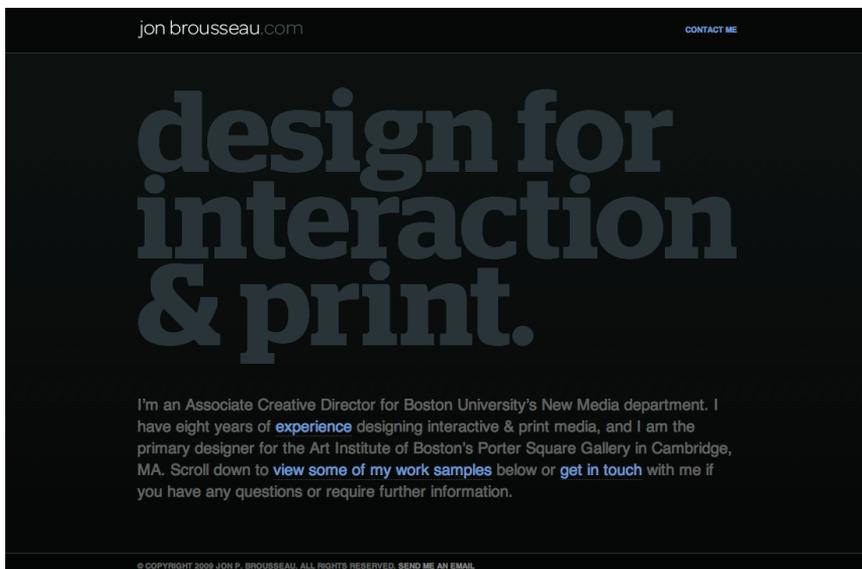
Детали веб-сайта Waterlife.nfb.ca

Игривый дизайн на рис. отличается более сложной визуальной иерархией, включающей шрифты множества разных стилей и размеров. Контрастные веса шрифтов применяются для усиления заголовка WORKFLOW, стрелок, заголовков столбцов и отдельных фраз внутри основного текста. Фразы усиливаются не только за счет тяжелого шрифта. Для них используется белый цвет, в то время как цвет окружающего основного текста — серый. Это создает еще больший контраст по сравнению с темным фоном, увеличивая визуальный вес фраз.



Страница веб-сайта KaleidoscopeApp.com

Наконец, рис. демонстрируется одно из самых сильных различий в величине шрифтов, виденное мной в сети. За счет темного цвета сохраняется (относительный) баланс между огромными буквами заголовка и мелким основным текстом. Внутри блока основного текста также применяются контрастные веса шрифтов — это позволяет усилить определенные слова и фразы. То же самое сделано в URL-адресе в верхнем левом углу страницы: тяжелый шрифт сочетается с намного более легким.



Веб-сайт JonBrousseau.com

Skins and Themes (Оболочки и темы)



Четыре примера темы для браузера Firefox

Что

Сделайте открытой архитектуру оформления вашего приложения для пользователей и третьих сторон, чтобы они могли самостоятельно разрабатывать рисунки и стили.

Использовать, когда...

Ваша пользовательская аудитория включает множество людей, хорошо знакомых с интерфейсом. Интерфейс не требует от пользователя приложения больших умственных усилий при работе, так как не используется, например, в стрессовых ситу-

ациях, поэтому нет необходимости стандартизировать внешний вид всех элементов управления.

Помимо этого, ваши пользователи любят самостоятельно мастерить что-то. Они ценят стиль и хотят иметь возможность настраивать программное обеспечение в зависимости от собственных предпочтений.

Почему

Когда люди реорганизуют и настраивают личное пространство, физическое или виртуальное, у них вырабатывается чувство собственности, обладания этим пространством. Это основная человеческая потребность (хотя не все люди преследуют ее; некоторым вполне хватает «фабричной упаковки»). Изменение простых параметров цвета и шрифта — весьма распространенный способ настройки программной среды, но оболочки и темы — это нечто большее, чем просто цветовые схемы и шрифты.

Повсюду в Интернете можно обнаружить доказательства того, что людям действительно нравятся темы. Фактически здесь мы говорим о двух группах пользователей: тех, кто загружает и использует темы, и тех, кто не только использует, но и самостоятельно разрабатывает их. Люди, создающие оболочки и темы, видят в этом возможность проявить творческую фантазию и продемонстрировать свою работу окружающим; многие из них являются художниками-графиками. Именно такие пользователи могут изучить дизайн вашего пользовательского интерфейса очень хорошо.

В любом случае, существует бесконечное множество приложений и веб-сервисов, допускающих редактирование оболочек и тем, а количество разработанных пользователями тем не поддается подсчету. То невероятное число человеко-часов, которое потрачено на разработку оболочек, является доказательством силы творческого импульса. Приложения с возможностью редактирования оболочек удовлетворяют еще одну основную человеческую потребность — потребность в творчестве.

(Различие между оболочкой и темой в данном контексте незначительно. В одних приложениях и сайтах используется одно, в других другое. На момент написания данной главы термин «тема» в основном описывает концепцию стилей интерфейса, которые разрабатывает и настраивает пользователь. Словом «оболочка» чаще называют физические оболочки ноутбуков и мобильных устройств. На момент написания первого издания этой книги дела обстояли по-другому.)

Как

Точный процесс разработки и реализации приложения с возможностью редактирования оболочек зависит исключительно от того, какие технологии для создания пользовательских интерфейсов вы применяете, поэтому здесь очень сложно дать общие рекомендации.

Во-первых, помните, что любое собственное приложение Windows уже допускает редактирование оболочки или темы. То же самое можно сказать о нескольких популярных браузерах (см. рис.).

Во-вторых, темы веб-сервисов, таких как WordPress (рис.), охватывают не только графическое оформление страниц блогов. Они также определяют, как располагаются на странице публикации блога, какое содержимое выводится на боковой панели и даже

какая информация отображается и скрывается в каждой записи. Вопрос разработки архитектуры пользовательского интерфейса, способного поддерживать такую функциональность, весьма сложен, и мы не будем рассматривать его здесь. Вы сможете самостоятельно познакомиться с разнообразными примерами приложений и веб-сайтов, поддерживающих темы.

Противники оболочек часто утверждают, что оболочки усложняют работу с интерфейсом. Это действительно так, когда речь идет о плохо разработанных оболочках. Но попробуйте спросить себя — насколько это важно? Должно ли каждое приложение быть идеальным в смысле познания? (Стандартные элементы управления не идеальны, но они, определенно, более тщательно проверены на удобство использования, чем пользовательские оболочки.) Что касается приложения, хорошо знакомого пользователю и к которому не предъявляются высокие когнитивные требования, то в определенной точке человеку становится достаточно некоторого базового удобства использования, и верх берут личные эстетические предпочтения. Когда оболочки доступны, пользователи сами делают свой выбор, независимо от степени осведомленности об удобстве использования.

До определенного предела можно — и нужно, если вы считаете себя ответственным дизайнером, — принимать решения относительно максимально допустимой степени настройки оболочки или темы. Например, можно разрешить только изменение цвета, шрифтов и фоновой рисунка. Можно дать пользователям возможность создавать растровые оболочки, сохраняющие компоновку страницы. Или же можно разрешить полную настройку. Именно вы должны решить, какая степень свободы делает интерфейс слишком сложным для использования.

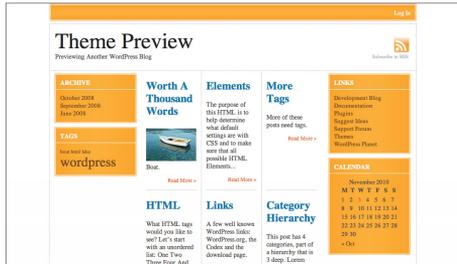
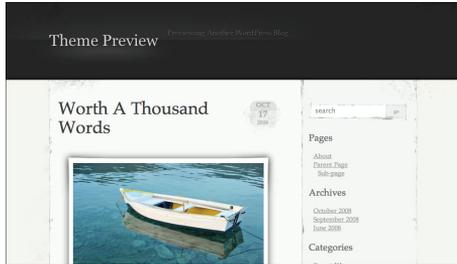
Я склонна предполагать, что отличный дизайн приложения — например, правильно подобранная функциональность, легко распознаваемые организационные модели, удобная навигация, хорошая компоновка страницы и стандартные элементы управления — может сделать интерфейс более устойчивым к неудачным темам. Сделайте дизайн настолько хорошим, насколько позволяют ваши способности, а затем отдайте его другим пользователям, разрешив настраивать интерфейс до такой степени, которую вы считаете допустимой. И посмотрите, что получится!

Примеры

На рис. вы видите четыре из множества возможных тем для блогов на базе WordPress. Также существует масса тем для других систем ведения блогов и поддержки веб-сайтов, таких как Blogger и Drupal. Большинство из них поддерживают дальнейшую настройку пользователем (особенно если пользователь знаком с HTML и CSS).

В других библиотеках

<http://quince.infragistics.com/Patterns/Skins.aspx>



Четыре темы WordPress