

ВЕБ ДИЗАЙН

ДЛЯ НЕДИЗАЙНЕРОВ

Реальные примеры из мировой практики
и базовые принципы помогут вам прокачать
навыки дизайнера

ТРЭЙСИ ОСБОРН

ПРЕДИСЛОВИЕ ДЖЕРЕМИ КИТА



HELLO WEB DESIGN

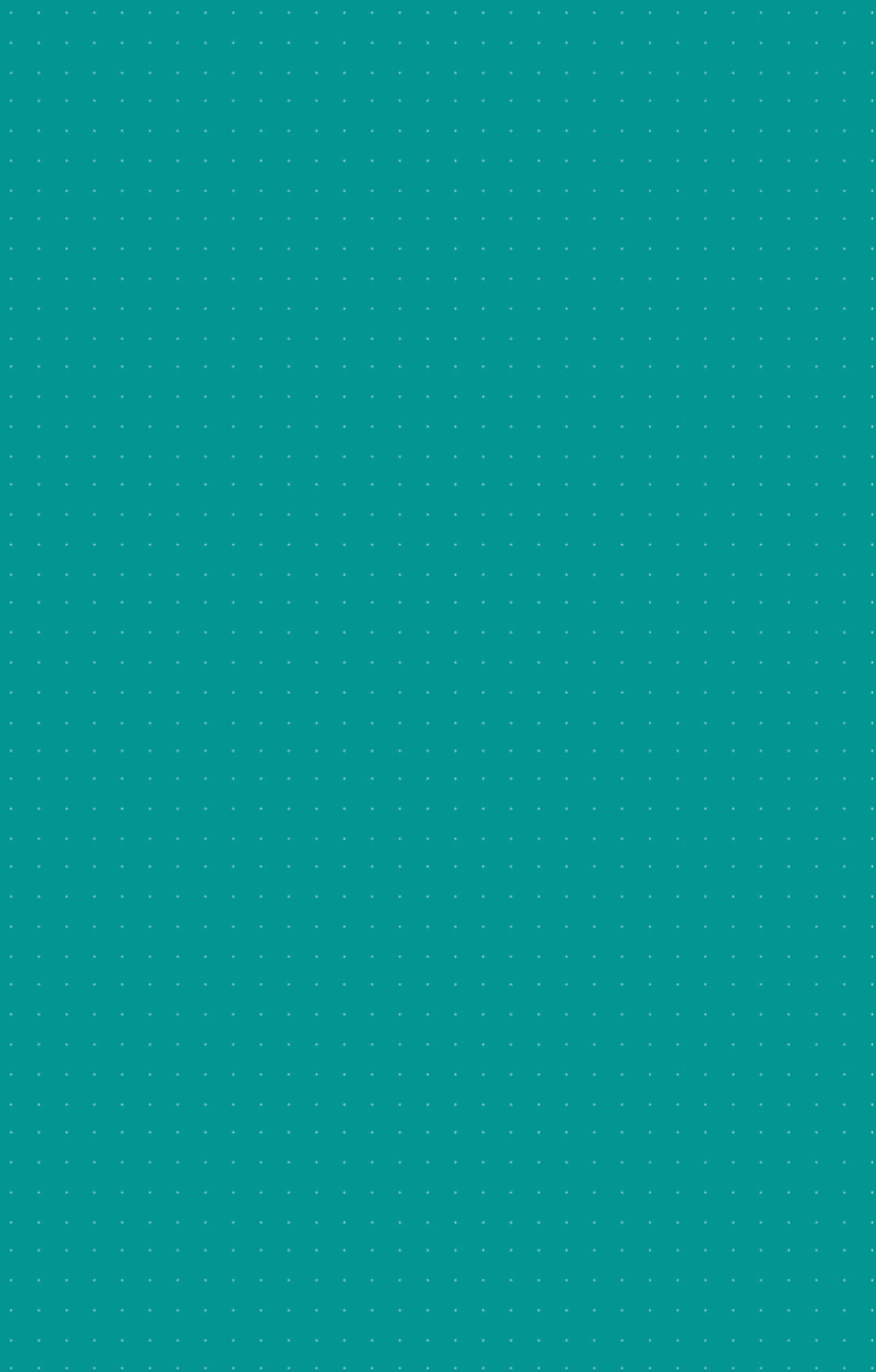
by Tracy Osborn



**no starch
press**

San Francisco

Возможно, снова благодарить мужа
в третьей книге подряд будет излишним,
но все же... Без него эта работа (да и любая
другая) просто не увидела бы свет.
Спасибо тебе, Андрей, за то, что являешься
для меня главной опорой
и лучшим другом.



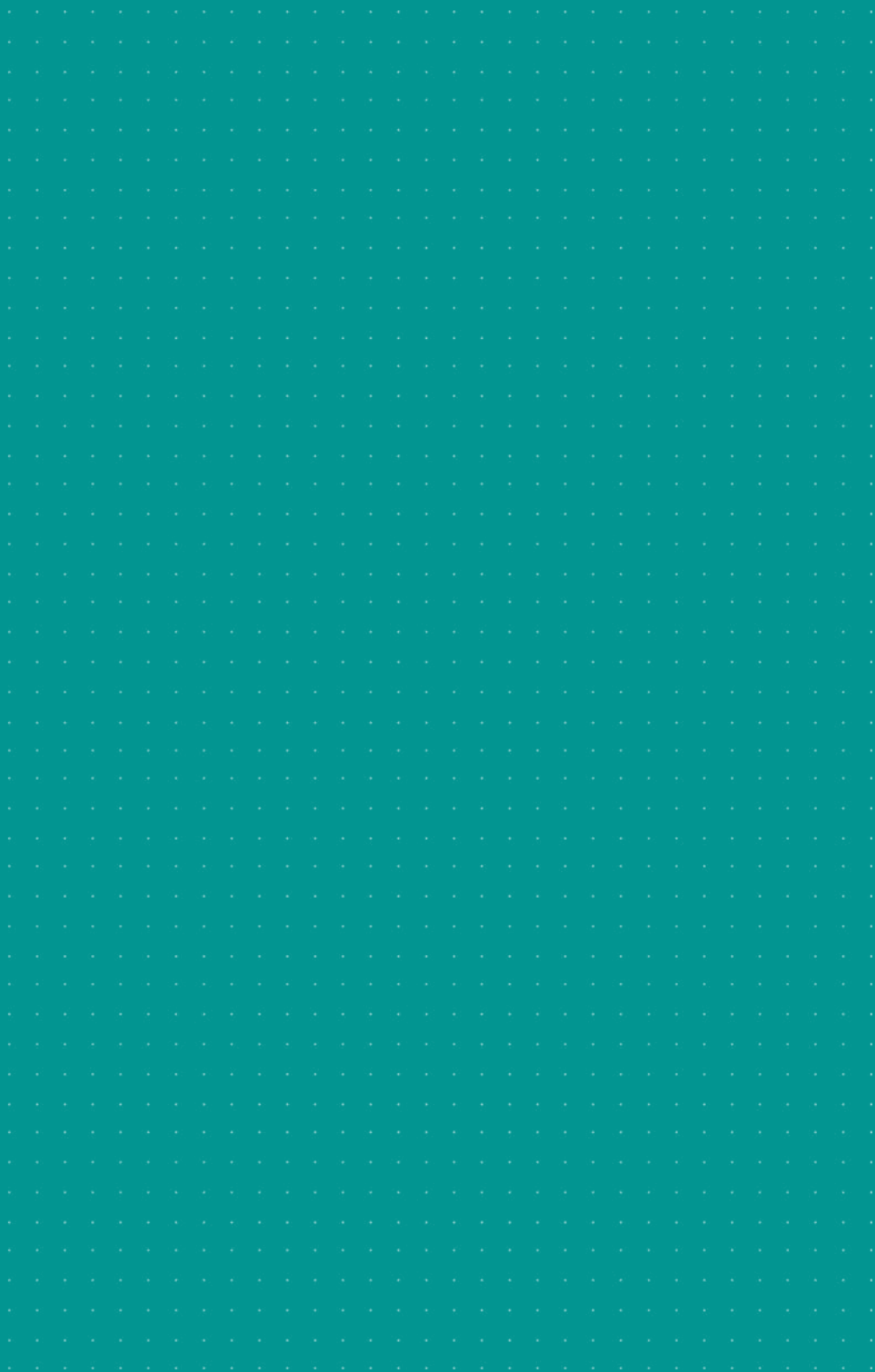
ОБ АВТОРЕ



Трэйси Осборн — дизайнер, разработчик и предприниматель из Торонто, Канада. Сайты она начала создавать уже в 12 лет и всегда испытывала тягу к компьютерам, интернету и всем предоставляемым ими возможностям.

Трэйси окончила Калифорнийский государственный Политехнический университет в Сан-Луис-Обиспо, получив степень бакалавра в области искусства и дизайна со специализацией в сфере графического дизайна. После она пять лет проработала дизайнером, освоила программирование и в конечном итоге запустила собственный стартап WeddingLovely.

Она регулярно участвует в технологических конференциях, в том числе выступала с основными докладами на O'Reilly's Fluent Conference 2016, EuroPython 2017 и DjangoCon US 2017.



КРАТКОЕ ОГЛАВЛЕНИЕ

ГЛАВА 1	
ЕСЛИ ИЗ ВСЕХ ГЛАВ ВЫБИРАТЬ ОДНУ, ТО ЛУЧШЕ ЭТУ	21
ГЛАВА 2	
ТЕОРИЯ И ПРИНЦИПЫ ВЕБ-ДИЗАЙНА	29
ГЛАВА 3	
ПРОЦЕСС ДИЗАЙНА И ВЫРАБОТКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВИДЕНИЯ	123
ГЛАВА 4	
ПРЕДУБЕЖДЕНИЯ	165
ГЛАВА 5	
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ	169

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБ АВТОРЕ	7
БЛАГОДАРНОСТИ	15
ПРЕДИСЛОВИЕ	16
ВВЕДЕНИЕ	18
ГЛАВА 1	
Если из всех глав выбирать одну, то лучше эту	21
ВНЕШНИЙ ВИД — НИЧТО, ФУНКЦИОНАЛ — ВСЁ	21
<i>Хорош ли дизайн? Измеряйте</i>	23
<i>Показывайте свой дизайн — и пусть оценивают!</i>	23
ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ ДИЗАЙНА	24
<i>Избавляйтесь от беспорядка в дизайне — улучшайте внешний вид</i>	24
ГЛАВА 2	
Теория и принципы веб-дизайна	29
РАЗДЕЛ 2.1	31
СЕТКА	31
ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ	34
<i>Сетки в программах для создания макетов</i>	34
<i>Сетки для веб-дизайна</i>	36
ЖИВОЙ ПРИМЕР	38
РАЗДЕЛ 2.2	40
ЦВЕТ	40
ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ	47
<i>Ограничьте цветовую схему</i>	47
<i>Используйте цвет для акцентирования</i>	48
<i>Не забывайте про контраст</i>	48
<i>Находите палитры на специальных сайтах</i>	49
ЖИВОЙ ПРИМЕР	52

РАЗДЕЛ 2.3	55
ТИПОГРАФИКА	55
ОСНОВЫ ТИПОГРАФИКИ	56
<i>Категории шрифтов</i>	56
<i>Межстрочный интервал и высота строки</i>	58
<i>Кернинг и межбуквенный интервал</i>	59
ПРИНЦИПЫ ТИПОГРАФИКИ	60
<i>Используйте в дизайне не более двух гарнитур</i>	60
<i>Избегайте выравнивания по ширине или по центру</i>	61
<i>Выравнивание по центру может вызывать сложности</i>	62
<i>Длина строки</i>	63
ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ	63
<i>Бесплатные ресурсы для выбора шрифтов</i>	63
<i>Сайты с отобранными шрифтами</i>	65
ЖИВОЙ ПРИМЕР	67
РАЗДЕЛ 2.4	68
БЕЛОЕ ПРОСТРАНСТВО	68
БАЗОВЫЕ ТЕЗИСЫ О БЕЛОМ ПРОСТРАНСТВЕ	70
<i>Белое пространство улучшает восприятие</i>	70
<i>Белое пространство облегчает чтение</i>	70
<i>Белое пространство усиливает Call-to-action</i>	72
<i>Белое пространство задает изысканный тон</i>	73
НЕМНОГО ТЕОРИИ	74
<i>Интервалы между строк</i>	74
<i>Пространство между элементами</i>	74
<i>Пространство между группами элементов</i>	75
ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ	76
<i>Удваивайте белое пространство между элементами</i>	76
<i>Убедитесь в оптимальном размере межстрочных интервалов</i>	76
ЖИВОЙ ПРИМЕР	76
РАЗДЕЛ 2.5	79
МАКЕТ И ИЕРАРХИЯ	79
ЖИВОЙ ПРИМЕР	84
РАЗДЕЛ 2.6	86
ТЕКСТ	86
ЖИВОЙ ПРИМЕР	92
РАЗДЕЛ 2.7	94
ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ	94
ДО НАЧАЛА ДИЗАЙНА	94

<i>Конкурентный анализ</i>	95
<i>Опросы и интервью</i>	96
В ПРОЦЕССЕ ДИЗАЙНА	96
<i>Вайрфреймы, прототипы и юзабилити-тестирование</i>	97
ПОСЛЕ ЗАПУСКА ПРОЕКТА	97
<i>Регулярное юзабилити-тестирование</i>	98
ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ	98
<i>Помогите пользователю действовать, как хотите вы</i>	98
<i>Обращайте внимание на размер сайта</i>	100
<i>Выполняйте юзабилити-тестирование</i>	100
<i>Включайте аналитику</i>	100
ЖИВОЙ ПРИМЕР	101
РАЗДЕЛ 2.8	102
ИЗОБРАЖЕНИЯ И ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ	102
ОСНОВЫ	103
<i>Фотографии и иконки не обязательны</i>	104
<i>Лица как мощный инструмент</i>	105
<i>Обращайте внимание на размер файлов</i>	105
<i>Внимательно выбирайте стоковые фотографии</i>	107
<i>Иконки</i>	108
ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ	109
<i>Сайты стоковых фото</i>	109
<i>Художественное оформление (иконки, графика и иллюстрации)</i>	110
ЖИВОЙ ПРИМЕР	111
РАЗДЕЛ 2.9	113
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ НЮАНСЫ	113
НАЧИНАЙТЕ С ПРОСТОГО	113
ОРИЕНТИРУЙТЕСЬ НА «ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ»	114
ИЗБЕГАЙТЕ ЧИСТОГО ЧЕРНОГО	116
СВЕТ ДОЛЖЕН ПАДАТЬ СВЕРХУ	117
КОНТРАСТ ПОДЧЕРКИВАЕТ ГЛАВНОЕ	117
МЕНЯЕМ ФОН — ИЗМЕНЯЕМ ЦВЕТ	118
БУДЬТЕ ВНИМАТЕЛЬНЫ ПРИ НАЛОЖЕНИИ ТЕКСТА НА ИЗОБРАЖЕНИЕ	119
СОВЕТЫ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ПОРЯДКА ДЕЙСТВИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ	120

ГЛАВА 3**Процесс дизайна и выработка профессионального видения 123**

РАЗДЕЛ 3.1	124
ПОИСК ВДОХНОВЕНИЯ	124
РАЗДЕЛ 3.2	133
ПЛАНИРОВАНИЕ	133
РАЗДЕЛ 3.3	137
ПРОТОТИПЫ	137
СОЗДАНИЕ ВАЙРФРЕЙМА	142
МОКАП ВАШЕГО ДИЗАЙНА	147
РАЗДЕЛ 3.4	152
ПОЛУЧЕНИЕ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ	152
ОЦЕНКА ДИЗАЙНА СВЕЖИМ ВЗГЛЯДОМ	153
РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СБОРУ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ	154
<i>Демонстрация вашего дизайна друзьям и семье</i>	155
<i>Демонстрация дизайна незнакомым людям</i>	155
РАЗДЕЛ 3.5	157
КОД ДИЗАЙНА	157
НЕ СТАРАЙТЕСЬ БЫТЬ ОРИГИНАЛЬНЫМ	157
ИСПОЛЬЗУЙТЕ ФРЕЙМВОРК CSS	158
НЕ ЗАБЫВАЙТЕ: ДИЗАЙН ДОЛЖЕН БЫТЬ ОТЗЫВЧИВЫМ	159
УДЕЛИТЕ ВНИМАНИЕ РАЗМЕРУ САЙТА	160
ИСПОЛЬЗУЙТЕ АНАЛИТИКУ	161

ГЛАВА 4**Предубеждения 165****ГЛАВА 5****Дополнительные ресурсы 169**

КНИГИ	169
БЛОГИ И ОНЛАЙН-ЖУРНАЛЫ	170
ОНЛАЙН-КУРСЫ	171

ПРИМЕРЫ ДЛЯ ВДОХНОВЕНИЯ	171
РЕСУРСЫ ДЛЯ РАБОТЫ С ЦВЕТОМ	172
РЕСУРСЫ ШРИФТОВ	172
РЕСУРСЫ ИЗОБРАЖЕНИЙ	173
CSS-ФРЕЙМВОРКИ	173
ВЕБ-АНАЛИТИКА	173
СОЗДАНИЕ ВАЙРФРЕЙМОВ	173
СБОР ОБРАТНОЙ СВЯЗИ	174
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	174
ССЫЛКИ	174

БЛАГОДАРНОСТИ

Эта книга создавалась несколько лет. Благодарю всех, кто слушал мои презентации, давал обратную связь, поддерживал идеи и помог воплотить этот проект в жизнь.

В особенности выражаю искреннюю признательность всем, кто пошел на финансовые риски и поддержал кампанию по сбору средств на Kickstarter для выпуска книги. Собрав более 700 участников, эта кампания стала самой большой из всех проведенных мной ранее. Для меня очень ценно, что люди хотели поддержать деньгами и даже подбадривали меня, пока книга готовилась.

Отдельно благодарю издательство No Starch Press за то, что рискнули и добавили эту книгу в свою коллекцию. С их помощью «Веб-дизайн для недизайнеров» охватит гораздо большую аудиторию, чем я могла ожидать. Я глубоко признательна им за сотрудничество и все те бесчисленные часы, проведенные в стремлении сделать лучше книгу и ее содержание.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Всякий раз, погружаясь в мир Семантической паутины¹, я замечал, что существует два фундаментально разных подхода. Один из них основан на утверждении, что абсолютно все во Вселенной должно иметь теоретическое объяснение. Второй же подход не такой жесткий, он позволяет сосредоточиться лишь на самых распространенных явлениях — относящихся к людям, местам, событиям и т. п. Обычно большего и не требуется. Согласно данной теории, лишь около 80 % явлений в этом мире имеют фактическое применение. Попытка же систематизировать оставшиеся 20 % потребует несоизмеримо больших усилий.

Мне этот подход всегда нравился. Я считаю, что он применим ко множеству начинаний. Написание кода, рисование, кулинария — во многих областях можно набрать неплохую скорость просто за счет базовых навыков, а затем уже в течение жизни оттачивать мастерство. Но нам необязательно становиться мастерами в каждом деле. Мне, например, вполне хватает удовлетворительного уровня навыков во многих сферах. Это позволяет сделать приоритетными те вещи, которым я действительно готов посвящать свое время.

¹ Семантическая паутина — надстройка над существующей Всемирной паутиной, придуманная для того, чтобы сделать информацию удобной как для машинной обработки, так и для чтения обычным человеком.

Пусть веб-дизайн не является для вас приоритетом. Возможно, вы решили удвоить усилия в программировании. Но это не значит, что вам придется совсем отказаться от веб-дизайна. Вы сможете создавать нечто вполне качественное... благодаря этой книге.

Трэйси разбирается во всех основах веб-дизайна, так что вам не придется искать и осмысливать информацию самостоятельно. Она в течение многих лет обучалась, впитывала знания и практиковала, и теперь перед вами бережно собранные и переработанные те самые, наиболее полезные 80 процентов.

Эту книгу можно рассматривать как набор чит-кодов. Кратко, по делу, при этом изложено все, что нужно для становления компетентным веб-дизайнером.

Скажите новой книге: «Здравствуй, веб-дизайн!»

— **Джереми Кит**

Автор *Resilient Web Design* и сооснователь *Clearleft*

ВВЕДЕНИЕ

Это не типичная книга для начинающего дизайнера.

Книги для новичков чаще всего предполагают, что в конечном итоге вы собираетесь стать специалистом. Учебники по программированию исходят из идеи, что вы хотите получить работу программиста или компьютерного инженера, а учебники по дизайну — что вы планируете стать полноценным дизайнером.

Но что, если вам нужно изучить дизайн лишь на столько, сколько будет достаточно для продвижения своей «недизайнерской» карьеры?

Я верю в возможность вывода ваших навыков за границы текущей парадигмы. Мой личный опыт не вписывается ни в одну отдельную категорию — у меня есть степень в области искусства и дизайна, я разрабатываю сайты и приложения на Python, а еще я основала стартап и управляла им. Обладание небольшим, но достаточным багажом знаний во множестве областей стало ключевым фактором в построении моей карьеры.

Аналогично тому, как дизайнерам полезно немного уметь программировать, программисты (а также маркетологи, продакт-менеджеры, продавцы и т. д.) могут получить пользу от изучения основ дизайна. Даже если вы не специализируетесь в дизайне, вам все равно приходится этим заниматься в той или иной степени — будь то работа над

презентациями, создание интерфейсов для программ и проектов или разработка личного веб-сайта. Если вы работаете с дизайнерами, то наличие некоторого опыта в этой области позволит более уверенно строить общение с ними и понимать их работу.

«Веб-дизайн для недизайнеров» не ставит своей целью сделать вас дизайнером — книга позволит вам чувствовать себя более комфортно, когда придется заниматься дизайном.

При этом книга сосредоточена исключительно на визуальной составляющей: вы не найдете здесь HTML, CSS, разработки пользовательского интерфейса или описания кода. Мы будем работать над совершенствованием ваших дизайнерских решений и, что чуть ли не более важно, покажем, как заставить их *работать* лучше.

Дизайн подразумевает решение задач. Даже когда кажется, что мы просто делаем вещи «более красивыми» (например, создавая презентацию), мы на самом деле стремимся облегчить чтение и восприятие, сделать информацию более привлекательной. Мы действительно хотим, чтобы наши веб-интерфейсы были более понятны и просты — хороший дизайн имеет ключевое значение для получения и удержания клиентов и повышения эффективности проектов.

В этой книге мы исследуем не только теорию (и причины, лежащие в основе некоторых принципов), но также познакомимся с готовыми решениями — «горячими клавишами» для некоторых распространенных дизайнерских задач. Например, я расскажу немного о теории цвета, попутно дополнив этот материал ресурсами, которые помогут вам выбирать готовые великолепные палитры, не создавая их с нуля. Подобная схема обучения будет сохраняться на протяжении всей книги — множество готовых решений и некоторые пояснения, почему эти решения работают.

Я надеюсь, что к концу книги вы будете чувствовать себя более уверенно в веб-дизайне. А если захотите стать

традиционным дизайнером, то сможете переключиться на типичные пособия для начинающих, подробно раскрывающие теорию и практику дизайна. Или сможете извлечь пользу для своей текущей карьеры, если вы не являетесь веб-дизайнером. Каков бы ни был изначальный мотив, по завершении чтения этой маленькой книги ваши навыки в дизайне существенно окрепнут.

Приступим!

— **Трэйси**

1 | ГЛАВА 1 ЕСЛИ ИЗ ВСЕХ ГЛАВ ВЫБИРАТЬ ОДНУ, ТО ЛУЧШЕ ЭТУ

ЕСЛИ К ВАМ В РУКИ ПОПАЛА ЭТА КНИГА, а время есть только на прочтение одной главы, прочтите именно эту. Почему? Потому что она показывает кратчайший путь для совершенствования своих дизайнерских решений.

Внешний вид — ничто, функционал — всё

Скорее всего, вы открыли эту книгу, чтобы найти способ улучшить свои дизайнерские работы. Но прошу обратить внимание: то, *как работает* ваш сайт, важнее того, *как он выглядит*.

В качестве примера возьмите Craigslist. В течение многих лет дизайн сайта практически не менялся и выглядит весьма устаревшим (рис. 1-1).

Если бы внешний вид был самым важным критерием, то Craigslist уже бы давно затмили другие, новые платформы объявлений с более ярким дизайном. Тем не менее этот ресурс остается в топе среди сайтов тематических объявлений потому, что он прост и удобен в использовании.

Без всяких ярких эффектов и отвлекающих баннеров Craigslist максимально упрощает как размещение объявлений, так и их поиск.



Рис. 1-1. Craigslist по-прежнему лидирует в своем сегменте, даже не имея современного дизайна

Если вы беспокоитесь, что ваш сайт излишне прост и не выглядит «современным», то есть не соответствует всем нынешним трендам, которые необязательно предполагают «хороший» дизайн, — скажу вам уверенно: внешний вид сайта имеет куда меньшее значение, чем его способность эффективно удовлетворять запросы пользователей.

Есть две важные составляющие, позволяющие добиться от дизайна хорошего пользовательского опыта¹: собственное понимание веб-дизайнером, какие задачи этот дизайн

¹ User eXperience, UX — восприятие и ответные действия пользователя, возникающие в результате использования или предстоящего использования цифрового продукта, в том числе веб-сайта. Подробно о пользовательском опыте см. в разделе 2.7. — Примеч. ред.